**NASKAH PUBLIKASI**

**EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN**

**PENJUALAN KREDIT**

**(Studi Kasus pada PT.ADEX)**

**Enni Triyani**

**Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Mercubuana Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penjualan adalah kegiatan atau transaksi-transaksi yang terjadi didalam suatu perusahaan untuk mengalihkan kepemilikan atas barang atau jasa yang tersedia dan sebagai imbalannya diperoleh suatu sumber daya lain seperti kas atau piutang dagang / wesel tagih.Penjualan kredit merupakan salah satu pendapatan perusahaan oleh karena itu pengendalian intern yang baik atas penjualan sangat dibutuhkan. Dalam penelitian ini pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.Teknik pengumpulan data sangat penting dikarenakan dalam pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data yang tersedia, untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang diteliti penulis menggunakan data primer dan data sekunder.Hasil penelitian menunjukan bahwa pengendalian internal dalam fungsi penjualan masih belum dijalankan secara memadai. Melihat masalah yang ada, dapat disimpulkan bahwa pengendalian internal atas penjualan kredit masih belum berjalan secara efektif dan efisien

**ABSTRACT**

Sales are activities or transactions that occur within a company to transfer ownership of the goods or services available and in return derived from other resources such as cash or accounts receivable / notes receivable.Sales credit is one of company revenue therefore internal control A good sale is badly needed. In this research data collection is a systematic and standard procedure to obtain the necessary data.Teknik data collection is important because in testing this research hypothesis using available data, to conduct research on the problems studied the authors use primary data and secondary data. Research results Shows that internal controls in the sales function are still not adequately implemented. Looking at the existing problems, it can be concluded that the internal control over credit sales is still not running effectively and efficiently

**PENDAHULUAN**

Perkembangan perusahaan saat ini semakin pesat. Era saat ini mendorong banyak perusahaan untuk semakin memperluas usahanya dengan meraih pangsa pasar. Hal tersebut mendorong terjadinya persaingan ketat antar perusahaan. Perusahaan adalah suatu instansi yang terorganisir, berdiri dan berjalan yang tidak dapat terlepas dari hukum ekonomi dan prinsip dasar perusahaan pada umumnya. Perusahaan didirikan untuk mencari laba yang sebesar-besarnya dan untuk dipertahankan kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan banyak melakukan usaha untuk mencapai tujuannya itu. Perusahaan harus tetap berusaha mempertahankan kelangsungan usahanya di masa yang akan datang. Usaha yang dilakukan pasti memiliki kemampuan untuk menghasilkan profit dan keuntungan. Perusahaan yang didirikan ada dua macam, yaitu di bidang jasa dan manufaktur. Tentu saja kelangsungan usaha ini dapat terwujud jika barang atau jasa yang ditawarkan dapat diterima di pasaran, dan dapat menarik pangsa pasar. Oleh karena itu, penting untuk perusahaan mempelajari sistem penjualan, karena penjualan merupakan sumber penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang sukses adalah penjualan yang dapat menguasai pangsa pasar. Dengan peningkatan penjualan maka laba yang akan diperoleh perusahaan akan meningkat serta perusahaan akan dapat melanjutkan kelangsungan hidupnya.

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem berbeda dalam melakukan usahanya. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang tepat dalam semua aspek yang dijalankannya. Sistem yang baik ini merupakan salah satu kunci dalam pengendalian. Kegiatan operasi perusahaan dapat dikatakan efektif bergantung pada kebijakan manajemen. Pihak manajemen mengutamakan adanya pengendalian intern, maka semua bagian dalam struktur organisasi pun akan mematuhi kebijakan dan prosedur yang ditetapkan perusahaan. Pemahaman terhadap pengendalian intern merupakan unsur yang penting, sebab dengan pemahaman tersebut aplikasi kunci-kunci pengendalian dapat diuraikan dalam melaksanakan transaksi penjualan. Agar tujuan pengendalian dapat terpenuhi perlu adanya pengendalian sistem penjualan.

Dalam aktivitas penjualan tidak hanya sekedar pekerjaan menjual saja, tapi adalah dari awal bagaimana aktivitas penjualan tersebut dapat tercatat baik, bagaimana memperoleh konsumen, kemudian mengadakan pemesanan, sampai barang tersebut diterima oleh konsumen dengan puas tanpa adanya keluhan dari konsumen. Pada perusahaan jasa maupun manufaktur, penjualan sangatlah penting dan merupakan salah satu roda penggerak dalam kelangsungan hidup usaha perusahaan. Agar kegiatan penjualan dapat berjalan secara efektif, tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan, maka perlu adanya pengendalian internal. Pengendalian ditetapkan agar kegiatan operasi berjalan dengan efektif dan efisien, serta menjamin adanya keandalan mengenai catatan laporan keuangan. Pengendalian intern sangat besar pengaruhnya atas laporan keuangan. Dengan adanya pengendalian intern akan tercipta suatu sarana untuk menyusun, mengumpulkan informasi-informasi yang berhubungan dengan transaksi perusahaan, yang secara tidak langsung dapat dijalankan dengan baik. Evaluasi mengenai sistem pengendalian intern penjualan ini akan memberikan informasi-informasi yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan baik, dan dapat meningkatkan usahanya. Tentu saja aktivitas penjualan akan menghasilkan produktivitas yang optimal jika diimbangi oleh sistem pengendalian intern penjualan yang baik. (Mulyadi, 2002). Berbagai cara yang ditempuh oleh pihak manajemen untuk meningkatkan volume penjualan barang dan jasa. Mulai dengan variasi produk, pemberian hadian dan potongan harga, sampai dengan penjualan secara kredit. Perusahaan menyadari bahwa persaingan sangat ketat mengharuskan perusahaan terus bertahan dan menghasilkan laba.

Hubungan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang. Struktur penyajian informasi tampaknya memainkan peran penting dalam evaluasi dan rencana auditor terhadap pengendalian intern perusahaan, tetapi dianggap berperan banyak pada kesulitan membuat penilaian. Dalam kebanyakan kasus, struktur penyajian informasi tampaknya berkontribusi untuk keseragaman tanggapan, tetapi, dalam beberapa kasus sebenarnya tampaknya membesar-besarkan perbedaan dalam penilaian auditor. Seperti halnya dalam penelitian dari Boritz (2010) Penyajian sistem informasi dapat membantu auditor dalam hal pengendalian intern perusahaan. Sistem informasi akuntansi penjualan memiliki hubungan yang sangat erat dengan efektivitas pengendalian. Sistem informasi akuntansi merupakan kerangka kerja yang harus dikoordinasikan dengan baik antarasumber daya yang dimiliki perusahaan. Hastoni (2004) menjelaskan untuk menunjang efektivitas pengendalian intern piutangnya maka perusahaan berusaha menerapkan suatu sistem dan prosedur penjualan yng handal. Sistem Informasi Akuntansi penjualan dibuat dengan tujuan untuk dapat mengontrol atau mengendalikan aktivitas penjualan. Hal ini perlu karena penjualan dapat mengakibatkan kesalahan pada sistematau tingkat kecurangan yang disengaja akibat kelemahan sistem itu sendiri. Pengendalian ini harus bisa menjamin kebijakan dan pengarahan-pengarahan bagi pihak manajemen dan sebagai alat untuk mengimplementasikan keputusan dan mengatur aktivitas perusahaan khususnya bagian penjualan dan untuk dapat mencapai tujuan utama perusahaan serta upaya perlindungan terhadap seluruh sumber daya perusahaan dari kemungkinan kerugian yang di akibatkan oleh kesalahan dan kelalaian pemrosesan data-data penjualan (Hastoni, 2008). Salah satu sumber daya yang dimiliki perusahan yaitu penjualan secara kredit sehingga perlu adanya penanganan atau pengendalian untuk efektivitas oprasional perusahaan karena apabila piutang terlalu banyak kemungkinan tidak tertagihnya semakin besar, sehingga perlu adanya pengendalian piutang untuk menghindari piutang tidak tetagih. Hubungan antara sistem informasi akuntansi penjuana dalam rangka pengendalian piutang seperti yang diungkapkan oleh Azhar Susanto (2004:59) adalah Ada hubungan yang saling menunjang antara sistem informasi akuntansi penjualan dengan pengendalian piutang. Dapat dikatakan kedua alat tersebut harus berjalan bersama-sama dalam suatu perusahaan. Sistem informasi akuntansi yang berlaku berisi berbagai metode dan prosedur, harus mendukung terciptanya kegiatan struktur pengendalian piutang dipihak lain. Struktur pengendalian piutang yang dijalankan harus ditunjang dengan sistem informasi yang baik. Li, Chan et all.,(2011) mengatakan dalam penelitiannya bahwa sistem informasi sangat dibutuhkan dalam megeloah data perusahaan. Penelitiannya membuktikan bahwa informasi kontrol teknologi, sebagai bagian dari sistem informasi Akuntansi dan manajemen, mempengaruhi kualitas informasi yangdihasilkan oleh sistem. Dengan demikian, masukan (data transaksi) menjadi keluaran (informasi) yang diperlukan manajemen guna pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Keputusan yang diambil oleh pihak manajemen merupakan dasar dari perncanaan. Perencanaan merupakan standar dalam pencapaian efektivitas pengendalian piutang. Dengan demikian, sistem informasi akuntansi penjualan akan tercapai apabila efektivitas pengendalian piutang dilaksanakan dengan baik dan mencapai sasaran, mulai dari prosedur pemesanan penjualan sampai dengan diterimanya uang yang kemudian disusun dalam laporan keungana dan laporan manajemen.

**METODE PENGUMPULAN DATA**

Dalam penelitian ini ada teknik yang harus dilakukan pada saat mengumpulkan data-data penelitian. Teknik pengumpulan data menurut Moh. Nazir (2005:174) yaitu : “Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.”Teknik pengumpulan data sangat penting dikarenakan dalam pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data yang tersedia, untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang diteliti penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Penulis dalam mengumpulkan datanya menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan yaitu mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan yang dilakukan dengan teknik sebagai berikut :

* 1. Observasi

Definisi observasi menurut Gorys Keraf (1997: 162) adalah pengamatan langsung pada suatu objek yang akan diteliti. Dalam metode ini diadakan pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti. Obsevasi dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung kegiatan sistem penjualan kredit di PT. Adex.

* 1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai data atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti,notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2002: 206). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang sistem akuntansi penjualan kredit pada PT. Adex.

* 1. Wawancara (interview)

Interview yang disebut juga wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2002: 132). Wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pihak yang terkait.

* 1. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari buku-buku literatur. Menurut Gorys keraf (1997: 165) metode Studi pustaka dapat dijabarkan sebagai berikut: Metode studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan buku atau literatur sebagai bahan referensi untuk memperoleh kesimpulan-kesimpulan ataupendapat para ahli dengan mendapatkan kesimpulan tersebut sebagai metode tersendiri.

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian yang dilakukan dalam memperoleh definisi dan pendapat-pendapat yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dilakukan dengan membaca literatur-literatur, buku artikel dan sumber lainnya, sehingga diperoleh cara-cara sekunder yang relevan bagi penelitian. Menurut Azwar (2004:36) untuk mengetahui jenis dan sumber data penelitian, Azwar sendiri membaginya menjadi 2 bagian yaitu :

* 1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh dari sumber melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang berupa interview, observasi maupun penggunaan instrument pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya.

* 1. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

1. Teknik Analisis Data

Menurut Arikunto (2002: 209) setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, perlu segera digarap oleh staf peneliti.Setelah data diperoleh, kemudian disajikan menggunakan teknikanalisis diskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis yang berupa mendiskripsikan atau mengungkapkan karakteristik variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian.

Pada intinya membandingkan yang terjadi diperusahaan dengan teori akuntansi yang sebenarnya.

**Prosedur Terjadinya Penjualan Kredit**

Dalam transaksi penjualan kredit yang tentunya akan menimbulkan piutang usaha bagi perusahaan, PT ADEX memiliki *Standar Operational Procedure* (SOP) yang sudah diterapkan oleh manajemen. Sebelum terjadinya penjualan kredit maka bagian penjualan terlebih dahulu melakukan survei kepada calon pembeli untuk memperoleh profil data perusahaan pelanggan dan menganalisa kemampuan dalam membayar hutangnya yang bertujuan untuk mengurangi resiko terjadinya piutang tidak tertagih. Hal tersebut oleh manajemen biasa disebut dengan SOP 5C, diantaranya adalah :

1. *Character*, kemungkinan dari para pelanggan secara jujur berusaha memenuhi kewajibannya.
2. *Capacity*, pendapat subjektif mengenai kemampuan pelanggan. Ini diukur dari *record* tahun sebelumnya, atau dengan observasi fisik pada pabrik dan toko pelanggan.
3. *Capital*, diukur oleh posisi finansial perusahaan secara umum, dimana hal ini ditunjukkan dengan analisis rasio finansial, khususnya ditekankan pada *tangible net worth* perusahaan.
4. *Collateral*, dilihat dari aktiva yang dijaminkan bagi keamanan kredit.

*Conditions*, menunjukkan pengaruh langsung dari tren ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan atau perkembangan khusus dalam bidang ekonomi yang mempengaruhi efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya

**Evaluasi Unsur Sistem Pengendalian Internal Penjualan Kredit**

Sebagai perusahaan jasa yang sedang berkembang PT. ADEX melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja sistem perusahaannya. Adapun upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan perubahan secara prosedural dan sistem perusahaan sadar akan pentingnya keceoatan dan keakuratan informasi bagi perkembangan perusahaan. Salah satu faktor yang paling menentukan kecepatan dan keakuratan penyajian informasi adalah mempunyai suatu sistem informasi yang cepat dan tepat. Oleh karena itu, penggunaan komputer dan program yang tepat sangatlah penting.

 Pada sistem yang sedang berjalan di PT. ADEX, prosedur – prosedur penting pada aktivitas bisnis terutama prosedur penjualan kredit telah dilaksanakan secara komputerisasi. Sistem yang berjalan pada perusahaan saat iini menunjukan beberapa kelebihan dan kelemahan. Untukn itu akan dijabarkan lebiha lanjut mengenai kelebihan dan kelemahan sistem informasi akuntansi penjualan kredit. Selain itu akan diusulkan perbaikan – perbaikan untuk setiap kelemahan yang ada sehingga diharapkan pada masa yang akan datang efisiensi dan efektivitas pada PT. ADEX dapat ditingkatkan.

Evaluasi sistem pengendalian internal pada PT.Adex dilakukan terhadap keempat unsur sistem pengendalian internal yaitu,

1. Evaluasi terhadap evaluasi terhadap struktur organisasi,
2. Evaluasi terhadap sistem otorisasi dan prosedur pencatatan,
3. Evaluasi terhadap praktik, dan
4. Evaluasi terhadap karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.
5. Evaluasi Terhadap Struktur Organisasi Yang Memisahkan Tanggung Jawab Secara Tegas

Struktur organisasi pada PT.ADEX menunjukkan adanya pembagian wewenang dan tanggung jawab yang jelas seperti telah diterangkan pada uraian sebelumnya. Pemisahan fungsi tersebut dimaksudkan agar tidak terjadi kerjasama antara beberapa fungsi dalam transaksi penjualan yang dapat merugikan perusahaan. Misalnya jika fungsi penjualan dan fungsi keuangan dipegang oleh satu orang maka dikhawatirkan akan terjadi kecurangan dalam transaksi penjualan. Atau jika fungsi keuangan dan fungsi piutang dipegang oleh satu orang saja maka dikhawatirkan akan terjadi kecurangan pada saat pelunasan piutang oleh debitur. Namun untuk tujuan efektivitas dan efisiensi, pada beberapa cabang ada beberapa bagian yang dipegang oleh satu orang karyawan. Akan tetapi hal tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap pelaksanaan pengendalian internal, karena masih diharuskan untuk meminta otorisasi dari kepala cabang pada setiap transaksi penjualan.

1. **Evaluasi Prosedur Pencatatan Penjualan Kredit**

Prosedur pencatatan penjualan kredit sebagai berikut:

1. Pertama kali bagian penjualan mencatat transaksi penjualan dalam buku piutang,yang selanjutnya dikirimkan kepada bagian piutang dan akuntansi.
2. Bagian piutang menerima buku piutang beserta dokumen – dokumen pendukungnya dan memasukkan angsuran pertama ke komputer dalam NP yang bersangkutan. Bagian piutang juga memantau dan mencatat angsuran dan sisa hutang debitur dalam bukupembantu piutang.
3. Bagian akuntansi menerima NP dan dokumen pendukungnya untuk melakukan proses penginputan data ke dalam komputer. Saat debitur melakukan angsuran, bagian akuntansi menginput ke komputer dalam NP yang bersangkutan. Saat pelunasan, bagian akuntansi menginput juga pelunasan ke NP yang bersangkutan di komputer dan melakukan otorisasi pelunasan yang diminta oleh bagian piutang.
4. Bagian BPKB melakukan pengeluaran BPKB atas dasar bukti pelunasan dan kartu piutang.

Berdasarkan evaluasi prosedur pencatatan penjualan kredit di atas, dapat ditarikkesimpulan bahwa pengendalian internal dalam sistem pencatatan sudah cukup baik.

1. **Evaluasi Praktik Yang Sehat**

PT.ADEX telah melakukan cara-cara agar tercipta praktik yang sehat dalamsetiap kegiatan perusahaan termasuk dalam transaksi penjualan. Cara –cara tersebut bertujuanagar pembagian tanggung jawab fungsional dan sistem wewenang dan prosedur pencatatanyang telah ditetapkan dapat terlaksana dengan baik. Cara – cara tersebut antara lain:

1. Penggunaan formulir bernomor urut tercetak yang pemakaiannya harus dipertanggungjawabkan oleh yang berwenang. Formulir – formulir dalam transaksi penjualan kredit. Misalnya ada debitur mengangsur tetapi perhitungannya tidak sama dengan pihak PT. ADEX, sedangkan kasir tidak mempunyai arsip pembayaran debitur. Akan memakan waktu apabila kasir meminta arsip penjualan kredit kepada bagian akuntansi maupun kepada bagian piutang, sehingga diharapkan ke depannya untuk arsip faktur penjualan kredit dibuat rangkap empat seperti.
2. Transaksi penjualan telah dilaksanakan dengan melibatkan lebih dari satu fungsi, yaitu fungsi penjualan, fungsi keuangan atau kasir, fungsi piutang, fungsi akuntansi,
3. Terdapat suatu bagian khusus dalam perusahaan yang antara lain bertugas untuk mengawasi dan memantau efektivitas unsur – unsur pengendalian dalam perusahaan, yaitu bagian *Internal Control*.
4. Sering dilakukan *surprised audit* ( pemeriksaan mendadak ) atas penjualan kredit kekonsumen dengan catatan yang dipegang oleh bagian piutang.

Berdasarkan evaluasi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan telah menerapkan cara – cara untuk menciptakan adanya praktik yang sehat dalam pelaksanaan pengendalian internal perusahaan, tapi masih terdapat sedikit kelemahan pada penggunaan formulir bernomor urut tercetak yang masih harus diperbaiki.

1. **Evaluasi karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya**

Sistem pengendalian internal yang telah dirancang tidak akan berjalan dengan baik jika manusia yang menjalankannya tidak memiliki komitmen dan kecakapan yang sesuai. Manusia yang menjalankan sistem pengendalian dalam suatu perusahaan terdiri dari seluruh komponen perusahaan, baik pimpinan perusahaan maupun para karyawan. Oleh karena itu, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu para karyawannya.

**Analisis Pengendalian Internal Aktivitas Pengiriman**

1. Perusahaan menggunakan jasa kurir untuk mengirimkan pesanan pelanggan ke gudangnya masing-masing.
2. Seperti yang telah penulis bahas sebelumnya bahwa perusahaan tidak memiliki persedian, perusahaan baru akan melakukan pembelian ketika telah terjadi kesepakatan penjualan dengan pelanggan. Barang pesanan akan diterima di gudang perusahaan terlebih dahulu sebelum dikirim ke gudang pelanggan. Hal tersebut memperbesar biaya penyimpanan barang tersebut biaya tenaga kerja dari PT. ADEX. Untuk mengatasi hal tersebut, barang yang dipesan kepada pemasok tidak perlu diterima digudang perusahaan, seharusnya bisa langsung dikirimkan ke gudang pelanggan oleh pemasok. Untuk itu perusahaan perlu melakukan pembuatan komitmen yang jelas dengan pemasok untuk masalah pengiriman barang, yang menyatakan bahwa barang yang dikirim sesuai dengan pesanan pelanggan dan kondisi dari barang tersebut adalah baik. Pembelian barang dagang tetap harus melalui PT. ADEX. Membangun kepercayaan terhadap pemasok juga sangat diperlukan. Jika hal ini dilakukan maka perusahaan dapat menghemat banyak biaya. Seperti biaya penyimpanan dan pemeliharaan dari barang tersebut. Kedepannya prosedur ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan khususnya dari sisi penjualan.
3. Pelanggan pada umumnya menginginkan barang pesanannya sampai di gudang mereka tepat pada waktunya. Jika barang terlambat maka biasanya pelanggan tidak mau menerima barang tersebut atau jika diterima pelanggan akan meminta pengurangan harga ,timbul masalah ketika sebagian besar pemasok PT. ADEX berada di luar negeri dan hanya sebagian kecil saja yang merupakan pemasok lokal. Tingginya potensi terjadinya keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan menjadi tinggi apabila perhitungan waktu pengiriman tidak tepat. Untuk mengatasi hal ini perlu dilakukannya perhitungan waktu pengiriman yang tepat dan untuk mengurangi kerugian akibat keterlambatan pengiriman, perusahaan perlu membuat komitmen dengan pemasok dimana jika barang yang dikirim terlambat perusahaan tidak dapat menerimannya. Jika hal tersebut dapat dilakukan maka perusahaan selain dapat mengurangi kerugian dapat juga dapat meminimalisir kehilangan pelanggan
4. Perusahaan tidak memiliki pengendalian yang memadai terhadap akses terhadap aset. Terdapat barang-barang pesanan pelanggan yang dibiarkan begitu saja tanpa ada pengawasan dan pengamanan, sehingga sangat berpotensi untuk rusak atau hilang. Diperlukan prosedur untuk masalah penanganan aset tersebut, kemudian pencatatan yang memadai akan aset, dan pembatasan akses terhadap aset tersebut.

**Aktifitas Penagihan**

Setelah barang dikirim kepada pelanggan proses selanjutnya adalah penagihan. Aktivitas penagihan ini dilakukan oleh *Sales Person Credit Controller*. *Sales person* memeriksa otorisasi dari *Delivery Note* yang asli, yakni apakah dokumen tersebut telah dibubuhi tanda tangan pelanggan. *Sales Invoice* akan dibuat berdasarkan Delivery Note. Dalam tahap ini, faktur pajak juga dibuat dengan tujuan untuk menginformasikan pelanggan atas pajak yang dikenakan pada transaksi penjualan yang telah terjadi serta membuat salinan *sales invoice* sebanyak lima rangkap dan mengotorisasi semua dokumen tersebut sebelum diserahkan kepada pelanggan. Setelah tahap ini dilakukan, *Delivery Note* akan di arsip berdasarkan tanggal dikembalikannya *Delivery Note* ke perusahaan. Seluruh dokumen tersebut akan diserahkan ke divisi yang telah ditentukan dan juga kepada pelanggan.

Staf *Credit Controler* mengambil data piutang melalui sistem Scala. Data ini dapat diambil setiap saat. Dari sistem dapat diketahui piutang mana saja yang sudah jatuh tempo. Setiap awal bulan staf *Credit Cotroler* mengirimkan SOA (*Statement Of Account*) kepada pelanggan melalui email. Sehingga pelanggan dapat memberikan feed back kepada perusahaan terkait pembayaran piutang.. Perusahaan memiliki pelanggan dari berbagai macam perusahaan dari yang skalanya kecil, menengah dan besar. Tidak semua pelanggan besar dapat memenuhi piutangnya secara tepat waktu. Untuk pelanggan-pelanggan yang memiliki history pembayaran yang kurang baik maka perusahaan memberikan perlakuan ekstra kepada mereka.

**Deskripsi Permasalahan Penelitian**

4.5.1. Kendala dalam bidang pemasaran yang muncul di PT.ADEX

Suatu perusahaan tentunya memiliki kendala dalam mengembangkan perusahaannya, termasuk kendala dalam pemasaran. Keberhasilan perusahaan salah satunya dapat terlihat dari kegiatan pemasaran yang terfokus dan peduli pada konsumen. Apalagi dalam perusahaan jasa yang dekat dengan konsumen.

PT.ADEX merupakan salah satu perusahaan jasa kurir yang ada di Yogyakarta. Perusahaan semacam ini ada beberapa di Yogyakarta. Banyak perusahaan yang menawarkan jasa yang hampir sama seperti PT.ADEX, ibaratnya seperti roti yang direbutkan orang banyak. Melihat ketatnya persaingan, PT.ADEX harus memiliki nilai lebih untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Oleh karena itu ADEX memiliki strategi pemasaran yang diterapakan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh ADEX adalah:

* + 1. Melalui dari *Product Knowlegde* yang ditawarkanADEX, yaitu:
1. *Reguler Service*
2. Ongkos Ekonomis
3. YES (Yakin Esok Sampai)
4. *International service*
5. Cargo

ADEX menawarkan berbagai macam layanan yang dapat dipilih konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

* + 1. Penggunaan sistem *On-line* (IT) dalam kegiatannya

Pada awal tahun 2007 diberlakukan sistem *on-line*. Keuntungan yang di dapat konsumen dari sistem ini adalah :

1. Konsumen dapat mengecek pengiriman di kantor cabang mana saja hanya dengan menyebutkan 13 digit angka pengiriman (*co-note*) dan langsung dijawab dalam hitungan detik
2. Untuk konsumen yang mencantumkan no HP akan mendapatkan sms pemberitahuan kalau barangnya telah dikirim (hari, tanggal, jam, kurir/pengirim)
3. Kualitas pengiriman, ADEX merupakan barometer sehingga orang-orang awam jika ingin mengirim secara cepat, aman, tepat pasti memilih ADEX
	* 1. Penurunan harga

ADEX menurunkan harga kiriman untuk menarik perhatian konsumen, apalagi pada saat para pesaing menaikkan harga. Penurunan harga bukan berari penurunan kualitas layanan, ADEX terus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Penurunan harga ini bisa diberikan ADEX karena perusahaan ini memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki pesaing yaitu mereka dapat melakukan *direct-flat* sehingga biaya kiriman dapat lebih murah.

* + 1. *Direct dan Inderct Sales*

*Direct Sales* artinya pemasaran dilakukan langsung oleh orang-orang yang terjun lansung ke lapangan. Biasanya seorang kurir yang mengantarkan barang dapat sekaligus menawarkan berbagai layanan yang ada di ADEX. Sedangkan *Inderct Sales* adalah pemasaran yang mengunakan media seperti brosur, pamlet, dan iklan-iklan untuk memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan oleh ADEX kepada konsumen.

* + 1. Mendirikan *counter-counter*/ agen

*Counter*/ agen ADEX ini untuk mendekatkan diri dengan konsumen. Akan tetapi tidak semua orang bisa bekerjasama dengan ADEX dengan mendirikan *counter*, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu punya badan usaha dan legal aspek.

**Mengatasi Kendala yang Muncul**

Kendala-kendala yang dihadapi mengharuskan ADEX berusaha mencari solusi atau pemecahan dalam upaya mengatasi masalah-masalah tersebut. Berikut ini cara yang dilakukan ADEX untuk mengatasi kendala-kendala yang muncul:

* 1. Meyakinkan konsumen terutama konsumen dari pangsa pasar perusahaan bahwa ADEX menawarkan harga yang murah. ADEX meyakinkan perusahaan-perusahaan tersebut bahwa mereka bisa membuat harga yang murah sesuai prinsip: cepat, tepat, mudah, murah. Sehingga perusahaan tidak harus mengeluarkan banyak biaya, apalagi biaya pengiriman ini akan mempengaruhi biaya produksi mereka.
	2. Memperkuat *branch image* ADEX.

Dengan membuat brosur – brosur dan penawaran ke sitiap perusahaan agar PT. ADEX semakin dikenal banyak perusahaan lainnya.

* 1. Mendirikan Agen dan kantor perwakilan

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Sistem Pengendalian Internal atas Prosedur Penjualan kredit. Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang dilakukan oleh penulis terhadap sistem penjualan kredit dan pengendalian intern yang berdasarkan pada teori komponen pengendalian internal, disimpulkan sebagai berikut:

1. Sistem pengendalian intern penjualan kredit pada PT ADEX sudah berjalan sesuai dengan *Standar Operational Procedure* (SOP) yang berlaku pada perusahaan. Mulai dari promosi, pemesanan, pengajuan kredit, pembuatan surat jalan, pengiriman barang, pembuatan *invoice,*faktur pajak, kwitansi, pengiriman dokumen tagihan, pencatatan piutang usaha sampai dengan pelaporan piutang usaha telah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Adapun evaluasinya masih ada beberapa masalah ataupun kelemahan yang terdapat dalam penerapan pengendalian internal yang berjalan khususnya pada prosedur penjualan yaitu adanya: Risiko penjualan kredit dan piutang tidak tertagih karena tidak adanya proses pemeriksaan status kredit pelanggan terlebih dahulu dalam prosedur penjualan sehingga menyebabkan kemacetan pembayaran piutang oleh pelanggan. Pemisahan tugas yang berjalan masih belum efektif dikarenakan belum adanya pemisahan antara fungsi pemeliharaan aktiva dengan fungsi pencatatan. Desain dan penggunaan dokumentasi serta catatan yang memadai yang belum efektif, selain itu, belum ada penyimpanan arsip bukti pembayaran oleh pelanggan. Pengendalian fisik yang dilakukan masih belum berjalan dengan efektif dan tidak terdapat auditor internal sehingga tidak ada pengawasan oleh auditor internal terhadap prosedur dan kepatuhan atas peraturan yang berlaku.

**Saran**

1. Hendaknya untuk penyerahan dokumen *Sales Order* (SO), *Purchase Order* (PO) dan *Dilevery Order* (DO) dari bagian penjualan dan logistik ke keuangan khususnya bagian piutang untuk diparaf terlebih dulu agar ada bukti bila dokumen tersebut sudah dipindah tangankan.
2. Sebaiknya ada pemisahan tugas antara fungsi pemeliharaan aktiva dengan fungsi pencatatan agar berjalan dengan efektif, melakukan pengarsipan bukti pembayaran, adanya pengendalian fisik dan auditor internal sehingga ada pengawasan auditor internal terhadap kepatuhan atas peraturan yang berlaku.

**DAFTAR PUSTAKA**

Mulyadi, 2001, Sistem Akuntansi, STIE YKPN, Yogyakarta

Ikatan Akuntan Indonesia, 2009, Standar Akuntansi Keuangan, Salemba Empat Jakarta.

Mulyadi 2001, Sistem Akuntansi, Edisi ke 3 Salemba Empat, Jakarta

Simarta, Juli enny Rosalina, 2011. Analisis & Penerapan Sistem Pengendalian Internal atas siklus Penjualan Pada PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang. Tesis tidak diterbitkan Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada

Baridwan, Zaki. 2002. Sistem Akuntansi. Yogyakarta : BPFE

Krismaji. 2005. Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Kedua. Yogyakarta : Akkademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Septiani, Herlina. 2015 “ Perancangan Sistem Akuntansi Penjualan Kredit pada CV. Surya Adi Pratama Palebang” ( Tugas Akhir Jurusan Akuntansi ) Palembang : Politeknik Negeri Sriwijaya.

Winarso, Wing Wahyu, 2006. Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Danumulyo, Rini Irawaty. 2012. Evaluasi Efektifitas Pengendalian Internal pada Wisma MM UGM Yogyakarta. Tesis Program Magister Akuntansi Fkultas Ekonomika & Bisnis UGM Yogyakarta.

Romney, Marshal B, Steinbart, Paul John. 2005. Sistem Informasi Akuntansi Terjemahan Edisi 9th. Jakarta : Salemba Empat.

Jusup, Al Haryono Jusu. 2004. Dasar – dasar Akuntansi, Jilid 2, STIE YKPN, Yogyakarta.

Dhh, Fen. 2013 “ Siklus Penjualan Tunai dan Kredit “, diakses tanggal 10 April 2015, ( https : // [www.academia.edu](http://www.academia.edu) / 5841599/siklus\_penjualan\_tunai\_&\_kredit )

Supriyanti, Resa. 2011. “ Evaluasi Sitem Penjualan Kredit pada PT. Solo Murni ( Tugas Akhir D3 prodi akuntansi ). Surakarta : Universitas Sebelas Maret.

Azhar, LA Midjan & Susanto, 2001, Sistem Laporan Akuntansi, Erlangga. Jakarta.