

SKRIPSI

EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN

PENJUALAN KREDIT

(Studi Kasus pada PT.ADEX)



Oleh :

Enni Triyani

13061206

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2017

EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN

PENJUALAN KREDIT

(Studi Kasus pada PT.ADEX)

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA

Oleh :

Enni Triyani

13061206

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN
PENJUALAN KREDIT
(Studi Kasus pada PT.ADEX)



Skripsi ini sudah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Di Yogyakarta tanggal.....

Dekan Fakultas Ekonomi,

(Drs. Raswan Udjang, M.Si)

Dosen Pembimbing Skripsi

(Mushawir, S.E, M.M.)

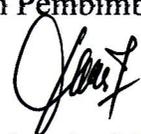
HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN
PENJUALAN KREDIT
(Studi Kasus pada PT.ADEX)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA

Dekan Fakultas Ekonomi,

(Drs. Raswan Ujang, M.Si)

Dosen Pembimbing Skripsi

(Mushawir, S.E, M.M.)

Penguji,

1. Penguji 1,



(M. Budiantara, S.E, M. Si., Ak., CA)

2. Penguji 2,



(Hasim As/ari, S.E., M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Penguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 28 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Enni Triyani)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul: “ Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Penjualan Kredit Studi Kasus PT. ADEX ” . Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Fakultas Akuntansi.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapakku tercinta Tamzi dan Ibunda yang kusayangi Rupini yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Mushawir, S.E, M.M. selaku Pembimbing I yang telah membantu penulisan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Alimatus Sahrah, M.Si, M.M. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Rusman Udjang, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Praka Alek Saifudin suami tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
4. Adek tersayang Erik Dwi Laksono yang sering mengantar saya kekampus dalam kondisi yang saya inginkan.
5. Sahabat-sahabatku Yunita Istianti dan Endah Fitriyaningsih yang sudah setia menjadi teman sekaligus saudara yang dipertemukan di tahun 2013 sampai sekarang.
6. Sahabat – sahabatku yang juga jadi gengs dikantor PH5+1 terima kasih untuk waktu kebersamaannya untuk semangat dan doanya.

7. Seluruh teman – teman seangkatan saya dan teman – teman yang telah mendoakan saya sampai skripsi ini dapat selesai.
8. Terima kasih untuk PT.Harapan Mka yang sudah mengizinkan saya bekerja dan kuliah meski kadang sering ijin untuk acara kampus.
9. Tak lupa terima kasih untuk PT.ADEX yang sudah bersedia membantu saya untuk studi kasus di perusahaan tersebut.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Yogyakarta, 20 Mei 2017

HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN

MOTTO

- "Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah." (Abu Bakar Sibli)
- "Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak." (Aldus Huxley)
- Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu. (Q.S Al Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat inayah serta hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk:

- Ibu dan Bapakku, yang telah mendoakanku, mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.
- Suami tercinta ku Praka Alek Saifudin yang selalu memberikan semangat, doa serta dukungannya sehingga skripsinya bisa selesai tepat waktu.
- Untuk adek saya tersayang Erik Dwi Laksono yang setia antar jemput saya kekampus.
- Personil trio wek – wek yang tergabung dari 2013 (Yunita Istianti & Endah Fitrianiingsih) sahabat –sahabat terbaikku yang sudah seperti sahabat.
- Geng PH5+1 yang sudah banyak sekali memberikan nasihat masukan untuk saya.
- Teman – teman angkatan 2013 yang dari awal kita satu kelas semua, semoga wisuda juga barengan semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
PRAKATA	vi
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
2. LANDASAN TEORI	
2.1 Penjualan.....	15
2.1.1 Pengertian Penjualan	15
2.1.2 Jenis Penjualan	15
2.2 Pengertian Sistem dan Prosedur	16

2.2.1. Pengertian Sistem	16
2.2.2. Pengertian Prosedur	17
2.3 Pengertian Sistem Akuntansi	17
2.4. Pengertian Sistem Akuntansi Penjualan Kredit	17
2.5. Deskripsi Sistem Akuntansi Penjualan Kredit	19
2.5.1. Jaringan Prosedur yang membentuk sistem.....	19
2.5.2. Dokumen yang digunakan.....	21
2.5.3. Catatan akuntansi yang digunakan.....	22
2.5.4. Unit Organisasi yang terkait.....	23
2.5.5. Konsep Distribusi Barang.....	24
2.5.6. Definisi Perusahaan Jasa Pengiriman Barang.....	27
2.6 Pengertian Pengendalian Intern.....	29
2.6.1 Komponen Pengendalian Intern.....	31
2.6.2 Prinsip-prinsip Pengendalian Intern Prinsip-prinsip Pengendalian	31
2.6.3 Tujuan Pengendalian Intern.....	31
2.7 Pengertian pengendalian piutang	33
2.8 Prosedur Pengendalian Piutang	35
2.9 Mekanisme sistem Pengendalian Piutang	36
2.10 Efektifitas Pengendalian Piutang	38
2.11 Hubungan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang.	45
2.12 Kerangka Pemikiran.....	48

2.13	Penelitian Terdahulu.....	49
3.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	54
3.1	Lokasi Perusahaan.....	54
3.1.1	Struktur Organisasi PT. ADEX.....	55
3.1.2	Fungsi yang Terkait.....	60
3.1.3	Dokumen yang Digunakan.....	60
3.1.4	Catatan yang Digunakan.....	61
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.3	Sistem Penjualan Kredit.....	65
4.	PEMBAHASAN.....	71
4.1	Prosedur Timbulnya Piutang Pada PT ADEX.....	71
4.1.1	Prosedur Terjadinya Penjualan Kredit	71
4.1.2	Pihak Yang Terkait.....	72
4.1.3	Dokumen Piutang.....	72
4.2	Evaluasi Unsur Sistem Pengendalian Internal Penjualan Kredit.....	73
4.2.1	Evaluasi Terhadap Struktur Organisasi Yang Memisahkan Tanggung Jawab Secara Tegas.....	74
4.2.2	Evaluasi Prosedur Pencatatan Penjualan Kredit.....	75
4.2.3	Evaluasi Praktik Yang Sehat.....	75
4.2.4	Evaluasi karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.....	77
4.3	Analisis Pengendalian Internal Aktivitas Pengiriman.....	77
4.4	Aktifitas Penagihan.....	78
4.5	Deskripsi Permasalahan Penelitian.....	79
4.5.1	Kendala dalam bidang pemasaran yang muncul di PT.ADEX.....	79

4.6 Mengatasi Kendala yang Muncul.....	81
5. PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.1 Struktur Organisasi	59
Gambar 3.1.5 Flowchart Sistem Penjualan Kredit.....	65

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 menunjukkan 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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

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 hadiah dan potongan harga, sampai dengan penjualan secara kredit. Perusahaan menyadari bahwa persaingan sangat ketat mengharuskan perusahaan terus bertahan dan menghasilkan laba.

Oleh karena itu semakin dirasakan pentingnya suatu strategi pemasaran yang dapat membantu perusahaan untuk terus mempertahankan pangsa

pasarnya. Strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan laba salah satunya adalah penjualan kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi menimbulkan piutang kepada konsumen atau disebut piutang usaha, dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya, terjadi aliran kas masuk (cash in flow) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Sistem pengendalian intern ini dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan dewan personal lain yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai mengenai pencapaian tujuan yaitu, keandalan pelaporan keuangan, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, efektivitas dan efisiensi operasi. Oleh karena itu diperlukan evaluasi mengenai sistem pengendalian intern dan sistem informasi terhadap penjualan untuk tetap mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

Berkembang pesatnya usaha bisnis di Indonesia pada khususnya di pulau Jawa mendorong perusahaan menengah untuk berkembang mengikuti kemajuan teknologi informasi yang juga berkembang pesat sehingga perusahaan menengah tersebut dapat tetap bersaing dengan perusahaan lain. Kemajuan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk ikut mengembangkan sistem informasi pada perusahaan hingga mempunyai sistem informasi yang baik dan efektif untuk membantu mengambil keputusan demi tercapainya tujuan utama perusahaan. Berkembangnya kebutuhan informasi telah mendorong perkembangan akuntansi sebagai suatu sistem informasi. Hal ini mendorong pemrosesan data-data akuntansi yang semula

menggunakan cara-cara manual menjadi pemrosesan secara terkomputerisasi melalui pemrosesan data- data akuntansi secara terkomputerisasi. Melalui pemrosesan data- data akuntansi secara terkomputerisasi, dapat dihasilkan informasi yang efektif serta akurat yang pada akhirnya dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan di dalam perusahaan. Sistem informasi yang berbasis komputer sekarang dikenal dengan istilah sistem informasi akuntansi (Jogiyanto, 2005: 17). Tujuan dari perkembangan ini adalah untuk lebih mengoptimalkan kinerja sistem informasi akuntansi agar sesuai dengan lingkungan perusahaan di mana sistem informasi akuntansi tersebut dijalankan.

Sistem akuntansi merupakan salah satu subsistem dalam sistem informasi akuntansi. Sistem akuntansi mengorganisasikan formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasikan sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan. Salah satu sistem akuntansi yang penting adalah sistem akuntansi penjualan. Sistem akuntansi penjualan terdiri dari dua proses transaksi yaitu penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit.

Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang lebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli, kemudian setelah uang diterima perusahaan barang lalu diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan (Mulyadi, 2001 : 455).

Masalahnya adalah bagaimana agar pengendalian intern penjualan dapat berfungsi dengan efektif, untuk mengatasinya diperlukan sistem informasi akuntansi penjualan yang memadai, sehingga dapat membantu pimpinan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Sistem informasi akuntansi penjualan diperlukan untuk menyediakan bukti pencatatan dan pelaporan yang memadai atas seluruh kegiatan penjualan perusahaan, sehingga dapat dijadikan informasi yang berguna bagi kepentingan pimpinan dalam pengambilan keputusan. (Muyati, 2005). Sistem informasi akuntansi penjualan dibuat dengan tujuan untuk dapat mengontrol atau mengendalikan aktivitas penjualan. Hal ini perlu karena penjualan dapat mengakibatkan kesalahan pada sistem atau tingkat kecurangan yang disengaja akibat kelemahan sistem itu sendiri. Pengendalian ini harus bisa menjamin kebijakan.

Oleh karena itu, dengan adanya sistem akuntansi penjualan yang terorganisir dengan baik dan benar, diharapkan dapat mempermudah pelaksanaan transaksi penjualan yang efektif. Di dalam mempertahankan usahanya, perusahaan mempunyai cara yaitu dengan mengevaluasi sistem perusahaan yang sudah berjalan dan meningkatkan penjualan baik penjualan secara tunai maupun kredit. Di samping itu, perusahaan juga perlu untuk melakukan pengawasan agar mengetahui tingkat kepatuhan dan pelaksanaan tugas yang dijalankan.

Pada saat ini banyak perusahaan yang mempunyai kendala pada sistem informasi akuntansi yang dilakukan di perusahaan tersebut. Dalam sistem

akuntansi penjualan manajemen memerlukan data informasi mengenai transaksi yang terjadi guna mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan perusahaan. Bagi perusahaan jasa maupun manufaktur system penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam kelangsungan proses bisnis perusahaan dan merupakan aktivitas yang rutin terjadi diperusahaan tersebut. Untuk itu perusahaan harus memiliki system akuntansi yang dapat diandalkan sehingga memberikan informasi yang tepat dan akurat.

Sehingga salah satu sumber penerimaan kas suatu perusahaan adalah piutang sebagai salah satu cara penerimaan kas selain dengan cara tunai. Piutang harus di kelola dengan baik karena merupakan jaminan kelangsungan hidup bagi perusahaan . Setiap perusahaan yang menjalankan usahanya dengan cara penjualan kredit akan menjumpai kendala dimana ditemukan beberapa customer yang tidak memenuhi kewajibannya untuk membayar seluruh hutangnya.

Pengendalian intern sangatlah dibutuhkan dalam sistem akuntansi penjualan kredit dan piutang karena untuk mengurangi tingkat resiko kerugian yang akan dialami oleh perusahaan. Sistem pengendalian intern yang memadai seperti struktur organisasi yang memisahkan fungsional secara jelas , sistem prosedur dan pendelegasian wewenang untuk setiap bagian, praktek yang sehat dan pegawai yang cakap seluruhnya dapat terwujud apabila sistem akuntansi penjualan didukung dengan sistem pengendalian intern dapat

dijalankan dengan baik sehingga dapat memperkecil resiko kerugian perusahaan.

Pembangunan di bidang ekonomi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan muncul dan tumbuhnya berbagai perusahaan yang masing-masing menjalankan usaha yang tidak sama. Usaha yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan tersebut sangat membantu dalam pemulihan kondisi ekonomi Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir. Perusahaan yang menjalankan jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir tersebut mampu bertahan dalam kondisi perekonomian di Indonesia. Pada saat sekarang ini pertumbuhan dan perkembangan jasa pelayanan pengiriman barang semakin cepat perkembangannya, baik dilihat dari sisi jumlah atau kuantitas keberadaan perusahaan-perusahaan jasa pelayanan tersebut yang berupa perusahaan domestik ataupun perusahaan internasional sekaligus dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan semakin beragam pula. Usaha jasa tentu membutuhkan adanya spesifikasi dan rancangan sistem jasa yang akan diberikan kepada konsumen. Sistem jasa akan membuat orang atau karyawan yang terlibat dalam usaha jasa yang berbeda akan dapat melaksanakan dan memahami secara obyektif terlepas dari apapun sudut pandang konsumennya. Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan

kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu kemampuan untuk melakukan berbagai kombinasi dan tanggapan atau rangkaian aktivitas yang berbeda bagi tiap konsumen sangat penting dilakukan bagi usaha jasa pengiriman barang. Jasa dapat dikatakan bermutu bagiseseorang kalau jasa itu dapat memenuhi kebutuhannya. Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu jasa. Persepsi pelanggan mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan dapat diketahui dari beberapa indikator atau petunjuk yang bisa dilihat. Pelanggan akan tersenyum ketika mereka berbicara tentang kualitas jasa yang telah mereka nikmati dan mereka akan mengatakan hal-hal yang bagus tentang jasa. Senyum merupakan suatu bukti bahwa seseorang tersebut puas, sebaliknya orang akan cemberut jika mereka merasa kecewa. Kedua hal di atas yaitu tersenyum dan mengatakan hal-hal yang baik merupakan manifestasi atau indikator tentang suatu kepuasan konsumen. Persaingan antara usaha jasa pengiriman barang semakin besar sebagai akibat dari semakin banyaknya perusahaan sejenis. Orientasi perusahaan jasa pengiriman barang seharusnya adalah kepuasan pelanggan atau konsumen dalam memakai produk jasanya. Misalnya perusahaan memberikan produk yang mutunya lebih baik, menyerahkan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Jika kepuasan telah terbentuk maka konsumen dapat menjadi pelanggan yang setia. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu jasa. Jasa tidak dipasarkan melalui saluran distribusi tradisional seperti halnya pemasaran barang. Akan tetapi di dalam penyediaan jasa

terdapat dua kemungkinan yaitu, pertama pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa, kedua penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Lokasi fasilitas dapat menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Suatu lokasi merupakan ukuran sejauhmana suatu jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah, karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan aspek-aspek yang berhubungan dengan perubahan-perubahan ekonomi dan persaingan di masa yang akan datang. Salah satu metode yang perlu diperhatikan adalah pemilihan lokasi. Pemilihan lokasi harus mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi dapat dilihat dengan jelas di tepi jalan, dan mempunyai letak yang strategis.

PT. ADEX yang berada di Jl. Wijayakusuma No 46 Kutu Dukuh Sinduadi Mlati Sleman Yogyakarta merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang harus bersaing dengan perusahaan pengiriman barang yang lain. PT. ADEX mempunyai tujuan untuk menjadi yang terbaik di dalam jasa pengiriman yang melayani masyarakat dan mengutamakan kepentingan pelanggan serta masyarakat umum dan untuk misi yang diemban adalah bekerja giat secara profesional dengan penuh keyakinan dan dedikasi yang tinggi untuk menjadi lebih baik. Dalam perkembangan selanjutnya untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pemakai jasa pelayanan pengiriman barang dan kurir. Pelayanan yang baik dan memuaskan merupakan salah satu strategi yang dapat menarik konsumen dan menjaga nama baik perusahaan di dalam masyarakat.

Selain itu PT ADEX ini memiliki Sistem Informasi Akuntansi yang digunakan diperusahaan tersebut dan memiliki beberapa bagian system sesuai dengan kebutuhannya masing – masing. Siklus akuntansi menunjukkan prosedur akuntansi mulai dari sumber data sampai ke proses pencatatan/ pengolahan akuntansinya. Dalam system pendapatan yang merupakan prosedur pendapatan dimulai dari bagian penjualan, otorisasi kredit, pengambilan barang, penagihan sampai dengan penerimaan kas. Meskipun perusahaan tersebut sudah menggunakan komputerisasi dalam melakukan semua sistemnya. Tetapi masih ada permasalahan yang menjadi kelemahan diperusahaan tersebut. Salah satunya pada penjualan kredit. Banyaknya pelanggan tetap yang melakukan pembayaran secara tempo mengakibatkan ada beberapa pelanggan yang masih saja melawati pembayaran dari waktu tempo yang sudah diberikan. Tindakan tersebut jadi kurang efektif dan efisien karena proses pembayaran menjadi semakin lama.

Dari uraian diatas menunjukkan bahwa pengendalian intern perusahaan masih kurang efektif, maka diperlukan system informasi akuntansi yang dapat menunjang perusahaan dalam menjalankan proses siklus penjualan kreditnya dengan baik dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Agar perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya. Dengan adanya latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT.ADEX tersebut dengan judul “ Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Penjualan Kredit Studi Kasus pada PT. ADEX”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, dirumuskan masalah – masalah yang akan dibahas tuntas sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem pengendalian intern penjualan kredit yang diterapkan pada PT.ADEX ?
2. Bagaimana evaluasi sistem pengendalian intern dalam menunjang pelaksanaan penjualan kredit ?

1.3 BATASAN MASALAH

Dalam laporan ini penulis membatasi masalah yang akan dibahas dengan menggunakan batasan evaluasi yang digunakan adalah tahun ini atau tahun yang sedang berjalan sehingga kita bisa mengetahui proses penjualan yang dihasilkan kemudian bias mengevaluasi system penerimaan kas penjualan kredit yang terjadi. Agar batasan masalah tidak terlalu luas maka membatasi masalah dalam system akuntansi, penjualan kredit, piutang, pengendalian intern.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Sistem Informasi Akuntansi memiliki sebuah tujuan di dalam pengembangannya diantaranya untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui sistem akuntansi penjualan kredit yang diterapkan pada PT. ADEX agar sesuai dengan teori sistem penjualan kredit.

2. Untuk mengetahui penerapan sistem akuntansi penjualan kredit yang menunjang pelaksanaan pengendalian intern diperusahaan tersebut.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Mahasiswa dapat memperluas pengalaman dengan melakukan studi kasus di perusahaan tersebut.
2. Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perusahaan dengan memahami pentingnya pengendalian intern dalam siklus penjualan kredit yang terjadi diperusahaan tersebut

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan teratur, laporan ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, dan sistematika penyajian laporan.

BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang relevan dengan judul laporan.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai lokasi penelitian, objek penelitian, variable penelitian, sampel yang digunakan, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan dan uraian mengenai pembahasan permasalahan yang mengacu pada tujuan laporan.

BAB V : Penutup

Bab ini menguraikan simpulan yang didapat dari hasil penelitian serta saran – saran yang didasarkan atas simpulan yang ada.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penjualan

2.1.1 Pengertian Penjualan

Menurut Mulyadi (1993, p204), 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. Kotler (1995, p23), penjualan adalah transaksi menukar produknya menjadi uang tunai dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah kegiatan operasi perusahaan dalam menjual produk yang dihasilkan oleh perusahaan baik secara tunai maupun kredit.

2.1.2 Jenis Penjualan

Menurut Mulyadi (2001, p202), kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang dan jasa, baik secara kredit maupun secara tunai, yaitu:

1. Penjualan Tunai.

Dalam transaksi penjualan tunai, barang atau jasa baru diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli jika perusahaan telah menerima kas dari pembeli.

2. Penjualan Kredit.

Dalam transaksi penjualan kredit, jika order dari pelanggan telah dipenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa, untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki piutang kepada pelanggannya.

2.2 Pengertian Sistem dan Prosedur

2.2.1. Pengertian Sistem

Pengertian sistem menurut Mulyadi (2001: 5) adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan.

Menurut Zaki Baridwan (1998: 3) adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan yang disusun sesuai dengan suatu skema yang menyeluruh, untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dari perusahaan. Jadi sistem terdiri dari unsur-unsur yang berbeda, unsur tersebut merupakan bagian terpadu dari sistem yang bersangkutan tetapi dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan.

2.2.2. Pengertian Prosedur

Pengertian prosedur menurut Mulyadi (2001: 5) yaitu suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang.

Sedangkan menurut Zaki Baridwan (1998: 3) adalah suatu urutan pekerjaan kerani (clerical), biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi. Yang termasuk dalam kegiatan klerikal yaitu menulis, menggandakan, menghitung, memberi kode, mendaftar, memilih, memindahkan dan membandingkan. Jadi sistem terdiri dari prosedur yang berantai yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

2.3 Pengertian Sistem Akuntansi

Pengertian sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan (Mulyadi, 2001: 3).

Definisi akuntansi menurut Haryono Jusup (2001: 4) adalah suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu organisasi. Dari pengertian tersebut sistem akuntansi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk mengumpulkan, mengorganisir dan mengikhtisarkan tentang berbagai transaksi perusahaan secara efisien yang digunakan untuk membantu manajemen dalam menangani operasi perusahaanya. Unsur pokok sistem akuntansi adalah formulir, catatan yang terdiri dari jurnal, buku besar, buku pembantu dan laporan yang dihasilkan.

2.4.Pengertian Sistem Akuntansi Penjualan Kredit

Sistem akuntansi penjualan kredit menurut Mulyadi (2001: 210) yaitu penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Jadi dalam sistem akuntansi penjualan terdapat unsur-unsur yang mendukung dan kesemua unsur tersebut diorganisasi sedemikianrupa dalam sebuah sistem akuntansi yang disebut sistem akuntansi penjualan kredit.

Menurut Mulyadi (2001, p213), informasi yang umumnya diperlukan oleh manajemen dari kegiatan penjualan kredit adalah:

1. Jumlah pendapatan penjualan menurut jenis produk atau kelompok produk selama jangka waktu tertentu.
2. Jumlah piutang kepada setiap debitur dari transaksi penjualan kredit.
3. Jumlah harga pokok produk yang dijual selama jangka waktu tertentu.
4. Nama dan alamat pembeli.
5. Kuantitas produk yang dijual.
6. Nama wiraniaga yang melakukan penjualan.
7. Otorisasi pejabat yang berwenang.

2.5.Deskripsi Sistem Akuntansi Penjualan Kredit

Sistem akuntansi penjualan kredit yaitu penjualan yang pembayarannya dilakukan setelah penyerahan barang dengan jangka waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Adapun pokok bahasan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.5.1. Jaringan Prosedur yang membentuk sistem

Menurut Mulyadi (2001: 219,220) jaringan prosedur yang membentuk sistem akuntansi penjualan kredit meliputi:

1. Prosedur order penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli.

2. Prosedur persetujuan kredit

Dalam prosedur ini, fungsi penjualan meminta persetujuan penjualan kredit kepada pembeli dari fungsi kredit.

3. Prosedur pengiriman

Dalam prosedur ini, fungsi pengiriman mengirimkan barang/jasa kepada pembeli sesuai dengan informasi dalam surat order pengiriman.

4. Prosedur penagihan.

Dalam prosedur ini, fungsi penagihan membuat faktur penjualan dan mengirimkannya kepada pembeli.

5. Prosedur pencatatan piutang

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat tembusan faktur penjualan ke dalam kartu piutang.

6. Prosedur distribusi penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mendistribusikan data penjualan menurut informasi yang diperlukan oleh manajemen.

7. Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat secara periodik total harga pokok produk yang dijual dalam periode tertentu.

2.5.2. Dokumen yang digunakan

Menurut mulyadi dalam bukunya Sistem Akuntansi, dokumen yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan kredit adalah:

1. Surat order Pengiriman dan tembusanya

- a. Tembusan Kredit (Credit Copy)
- b. Surat pengakuan (Acknowledgement Copy)
- c. Surat Muat (Bill of loading)
- d. Slip Pembungkus
- e. Tembusan Gudang (Warehouse Copy)
- f. Arsip Pengendalian Pengiriman (Sales Order Follow Up Copy)
- g. Arsip Index Silang (Cross Index File Copy)

2. Faktur dan tembusanya

- a. Tembusan Piutang (Account Receivable Copy)
- b. Tembusan Jurnal Penjualan (Sales Journal Copy)
- c. Tembusan Analisis (Analisis Copy)
- d. Tembusan Wiraniaga (Salesperson Copy)

3. Rekapitulasi Harga Pokok Penjualan

Rekapitulasi harga pokok penjualan merupakan dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga pokok produk yang dijual selama periode akuntansi tertentu.

4. Bukti Memorial

Bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan kedalam jurnal umum.

2.5.3. Catatan akuntansi yang digunakan

Menurut Mulyadi (2001: 218), catatan akuntansi yang digunakan adalah:

1. Jurnal Penjualan

Jurnal penjualan digunakan untuk mencatat transaksi penjualan baik penjualan tunai maupun kredit.

2. Kartu Piutang

Catatan akuntansi ini merupakan buku pembantu yang berisi mutasi piutang perusahaan kepada tiap debiturnya.

3. Kartu Persediaan

Catatan akuntansi ini merupakan buku pembantu yang berisi rincian mutasi setiap jenis persediaan.

4. Kartu Gudang

Catatan akuntansi ini diselenggarakan oleh fungsi gudang untuk mencatat mutasi dan persediaan fisik barang/jasa yang ada di gudang.

5. Jurnal Umum

Jurnal ini digunakan untuk mencatat harga pokok produk yang dijual selama periode tertentu.

2.5.4. Unit Organisasi yang terkait

Menurut Mulyadi dalam bukunya Sistem Akuntansi, unit organisasi yang terkait dalam sistem akuntansi penjualan kredit yaitu:

a. Fungsi Penjualan

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menerima order dari pelanggan, mengedit order dari pelanggan, meminta otorisasi kredit, menentukan tanggal pengiriman barang. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk membuat back order pada saat tidak tersedianya persediaan untuk memenuhi order dari pelanggan.

b. Fungsi Kredit

Fungsi ini bertanggung jawab untuk meneliti status kredit pelanggan dan memberikan otorisasi pemberian kredit kepada pelanggan.

c. Fungsi Gudang

Fungsi ini bertanggung jawab menyimpan dan menyiapkan barang/jasa yang dipesan oleh pelanggan serta menyerahkan barang ke bagian pengiriman.

d. Fungsi Pengiriman

Fungsi ini bertanggung jawab untuk menyerahkan barang/jasa atas dasar surat order pengiriman yang diterima dari fungsi penjualan.

e. Fungsi Penagihan

Fungsi ini bertanggung jawab membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan.

f. Fungsi Akuntansi

Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat piutang dari transaksi penjualan kredit, membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada debitur, dan membuat laporan penjualan, serta mencatat harga pokok persediaan yang dijual kedalam kartu persediaan.

2.5.5. Konsep Distribusi Barang

Dalam rangka kegiatan memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi /channel of distribution yang akan digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen. yang disebut dengan saluran distribusi adalah

lembaga - lembaga distributor atau lembaga - lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang - barang dari produsen ke konsumen. Distributor - distributor penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tetapi dalam arti barang - barang tersebut sampai ke tujuan (konsumen). Tapi tidak termasuk di sini perusahaan transportasi yang secara fisik ikut menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, sebab perusahaan transport seperti ini tidak mempunyai kewajiban moral untuk ikut mengusahakan agar barang tersebut dapat diterima oleh konsumen. Oleh karena pengaruhnya sangat besar terhadap kelancaran penjualan maka masalah saluran distribusi ini harus betul - betul dipertimbangkan dan sama sekali tidak boleh diabaikan. Menurut pakar ekonomi, David A Revzan " saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen". Jika pada dahulu perniagaan sering kali terkendala akan jarak dan lokasi, kini perlahan telah mulai hilang. Pertumbuhan internet yang tak terbendung sejalan dengan pesatnya jasa pengiriman barang menjadi kunci dalam masalah jarak dan waktu untuk perniagaan ini. Sama halnya dengan teknologi dan perkembangan internet, masalah pengertian pengiriman barang pun kini telah bertransformasi sejalan dengan teknologi, waktu dan kebutuhan. Pada dasarnya untuk pengertian pengiriman barang sendiri adalah memindahkan/mengirimkan barang dari

satu lokasi ketempat tujuan yang disesuaikan dengan dokumen pemesanan dan pengiriman serta dalam kondisi yang sesuai dengan persyaratan penanganan barangnya. Jikadahulu sarana transportasi untuk pengiriman barang masih sangat terbatas sehingga seringkali memakan waktu yang lama. Kini dengan kemajuan teknologi dibidang transportasi kini pengiriman barang bisa disesuaikan dengan waktu dan volume barang yang dibutuhkan. Secara umum pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan jasa berupa pengiriman barang baik antar kota, antar pulau dan antar negara. Pelayanan jasa pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan masyarakat konsumen. Produsen artinya orang yang melakukan kegiatan produksi. Konsumen artinya orang yang menggunakan atau memakai barang/jasa dan orang yang melakukan kegiatan distribusi disebut distributor. Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi. Berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kegunaan dari barang dan jasa akan lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi. Dari apa yang baru saja diuraikan, tampaknya bahwa distribusi turut serta meningkatkan

kegunaan menurut tempatnya (place utility) dan menurut waktunya (time utility).

2.5.6. Definisi Perusahaan Jasa Pengiriman Barang

Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan benda kepada seseorang. Entah jaraknya memang sangat jauh, entah tidak begitu jauh, yang pasti jasa pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yg dikirim kepada yang dituju atau yang dimaksud.

1. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Secara umum pelayanan jasa Pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Banyak orang menggunakan jasa pengiriman karena jaraknya yang jauh. Selain itu, juga disebabkan kecepatan waktu saat pengiriman. Semakin cepat benda sampai pada yang dituju, semakin banyak pelanggannya. Namun bukan berarti yang menjadi prioritas hanyalah masalah kecepatan waktu sampai saja. Masalah keamanan benda atau barang yg dikirim pun menjadi prioritas, malah menjadi prioritas utama. Kecepatan waktu kirim tidak akan menjadi apa - apa jika barang yang kita percayakan untuk dikirim ternyata mengalami kerusakan atau bahkan hilang. Perusahaan adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang diorganisasi

dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif memperoleh keuntungan atau laba.

Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Secara umum pelayanan jasa Pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Semakin bergulirnya waktu bisnis jasa pengirimantumbuh pesat dan semakin banyak, hingga sering kali kita yang hendak mengirimkan barang merasa kesulitan karena ragu akan kualitas dari jasa pengiriman tersebut, agar tidak merasa tertipu dan rugi. Ada beberapa hal yg sebaiknya anda perhatikan dalam memilih jasa pengiriman barang :

1. Ketepatan dan ketepatan Waktu Hantaran, Ketepatan waktu hantaran adalah salah satu yang paling krusial dalam memilih jasa pengiriman cargo. Ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh moda transporternya, melalui udara, laut ataukah darat. Tentunya ketiga tersebut juga akan berdampak pada masalah harga
2. Garansi, terdapat banyak garansi untuk jasa pengiriman barang, oleh karena itu tanyakan kepada jasa pengiriman barang tentang berbagai garansi yang ada pada jasa pengiriman barang tersebut, antara lain: Garansi ketepatan waktu, Garansi barang rusak atau hilang, Garansi uang kembali, Garansi penghantaran ketika hari libur

3. Service/ Layanan, “ Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.”(Moenir, 2006, hal:26).berbagai layanan yang kini terdapat pada jasa pengiriman cargo sekarang ini berupa jasa pengiriman cargo Door to door dan jasa pengiriman barang Port to Door
4. Spesialisasi, layaknya bisnis jasa yang lainnya “spesialisasi” merupakan hal yang bisa mempengaruhi kepercayaan konsumen dan tarif yang akan dipasang oleh jasa pengiriman barang tersebut, dan spesialisasi dalam jasa pengiriman cargo biasanya terdiri atas rute yang akan dilewatinya dan jenis transportasi yang akan digunakannya
5. Harga, untuk masalah harga dari jasa pengiriman cargo itu sendiri banyak faktor yang menentukan, jangan hanya melihat harga murah lantas memilih,

2.6 Pengertian Pengendalian Intern.

Pengertian Pengendalian Intern menurut Hery (2013:159) menyatakan bahwa : Pengendalian intern adalah seperangkat kebijakan dan prosedur untuk melindungi aset atau kekayaan perusahaan dari segala bentuk tindakan penyalahgunaan, menjamin tersedianya informasi akuntansi perusahaan yang akurat, serta memastikan bahwa

semua ketentuan (peraturan) hukum/undang-undang serta kebijakan manajemen telah dipatuhi atau dijalankan sebagaimana mestinya oleh seluruh karyawan perusahaan.

Sedangkan pengertian Pengendalian Intern menurut Valery G. Kumaat (2011:15) menyatakan bahwa :Pengendalian intern adalah suatu cara untuk mengarahkan, mengawasi dan mengukur sumber daya suatu organisasi. Ia berperan penting untuk mencegah dan mendeteksi penggelapan (fraud) dan melindungi sumber daya organisasi baik yang berwujud maupun tidak (seperti reputasi atau hak kekayaan intelektual seperti merek dagang).

Lalu pengertian Pengendalian Intern menurut Mulyadi(2013:163) menyatakan bahwa :PengendalianIntern dalam arti luas adalah Pengendalian Intern meliputi struktur-struktur organisasi, metode dan ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan-kebijakan manajemen.

Dari beberapa pengertian diatas mengenai Pengendalian Intern, dapat disimpulkan bahwa pengendalian intern sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengawasi sumber daya suatu organisasi yang bertujuan untuk melindungi/menjaga aset yang dimiliki perusahaan agar tidak terjadi kecurangan dalam suatu perusahaan.

2.6.1 Komponen Pengendalian Intern

Komponen Pengendalian Intern menurut Hadi Setia Tunggal (2013:70-71) adalah sebagai berikut :

.... menyebutkan bahwa terdapat lima komponen pengendalian intern, yaitu lingkungan pengendalian, penilaian risiko , aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan.

2.6.2 Prinsip-prinsip Pengendalian Intern Prinsip-prinsip Pengendalian Intern menurut Hery (2014 :162-169) adalah sebagai berikut :

Untuk mengamankan asset da meningkatkan keakuratan serta keandalan catatan (informasi) akuntansi biasanya perusahaan menerapkan 5 Prinsip-prinsip pengendalian internal yaitu penetapan tanggung jawab secara spesifik, pemisahan tugas, dokumentasi, pengendalian fisik, mekanik, dan elektronik, serta pengecekan independen atau verifikasi internal.

2.6.3 Tujuan Pengendalian Intern

Tujuan Pengendalian Intern menurut Mulyadi(2013:163) adalah sebagai berikut:

1. Menjaga kekayaan dan catatan organisasi. Adanya pengendalian intern yang memadai maka akan menjaga agar kekayaan perusahaan secara fisik maupun non fisik tidak rawan untuk dicuri, disalah gunakan atau dihancurkan.

2. Mengecek ketelitian dan keandalan akuntansi. Pengendalian intern dirancang untuk memberikan jaminan proses pengolahan data akuntansi yang akan menghasilkan informasi keuangan yang teliti dan andal. Karena data akuntansi mencerminkan perubahan kekayaan perusahaan maka ketelitian dan keandalan akuntansi merefleksikan pertanggungjawaban penggunaan kekayaan perusahaan.
3. Mendorong efisiensi. Dengan pengendalian intern dapat dicegah terjadinya duplikasi usaha yang tidak perlu dan penggunaan sumber daya perusahaan yang tidak efisien.
4. Mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen. Sistem pengendalian intern bertujuan untuk memberikan jaminan yang memadai agar kebijakan manajemen dipatuhi oleh karyawan perusahaan. Sedangkan Tujuan Pengendalian Intern menurut Hery(2013:160) menyatakan bahwa :
 - a. Aset yang dimiliki oleh perusahaan telah diamankan sebagaimana mestinya dan hanya digunakan untuk kepentingan perusahaan semata, bukan untuk kepentingan individu (perorangan) oknum karyawan tertentu. Dengan demikian, pengendalian intern diterapkan agar supaya seluruh aset perusahaan dapat terlindungi dengan baik dari tindakan penyelewengan, pencurian, dan penyalahgunaan, yang tidak sesuai dengan wewenangnya dan kepentingan perusahaan.

- b. Informasi akuntansi perusahaan tersedia secara akurat dan dapat diandalkan. Ini dilakukan dengan cara memperkecil resiko baik atas salah saji laporan keuangan yang disengaja (kecurangan) maupun yang tidak disengaja (kelalaian).
- c. Karyawan telah mentaati hukum dan peraturan. Maka dari beberapa pernyataan diatas mengenai Tujuan Pengendalian Intern, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa tujuan pengendalian intern adalah untuk menjaga kekayaan aset yang dimiliki perusahaan dan untuk mencegah terjadinya duplikasi usaha dalam perusahaan tersebut.

2.7 Pengertian pengendalian piutang

Pengendalian piutang merupakan suatu upaya berkesinambungan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam meningkatkan efektifitas kegiatan atau operasi perusahaan. Dalam implementasinya, pengendalian piutang melibatkan semua pihak terutama dalam proses pencatatan piutang tersebut. Singkatnya segala kebijakan pimpinan mengenai piutang selanjutnya dioperasionalkan oleh karyawan bagian pencatatan piutang, dengan piutang yang maksimal diharapkan perusahaan dapat menjalankan fungsi-fungsi ekonomis dan sosialnya seefektif mungkin (Tolinggilo, 2010). Prosedur pengendalian piutang, erat hubungannya dengan pengendalian penerimaan kas disatu pihak dan

pengendalian dipihak lain. Piutang merupakan mata rantai diantara keduanya. Ditinjau dari cara pendekatan manajen preventif, maka ada tiga bidang pengendalian yang umum dimana dapat diambil tindakan untuk mewujudkan pengendalian piutang. Menurut Wilson & Cambell yang diterjemahkan oleh Tjintjin Fenix Tjendera dalam Santoso (2003) ketiga bidang itu adalah:

1. Pemberian kredit dagang

Kebijakan kredit dan syarat penjualan harus tidak menghalangi penjualan kepada para pelanggan yang sehat keadaan keuangannya, dan juga tidak boleh menimbulkan kerugian yang besar karena adanya piutang sanksi yang berlebihan.

2. Penagihan

Apabila telah diberikan kredit, harus dilakukan usaha untuk memperoleh pembayaran yang sesuai dengan syarat penjualandalam waktu yang wajar.

3. Penetapan dan penyelenggaraan pengendalian intern yang layak.

Meskipun prosedur pemberian kredit dan penagihan telah diadministrasikan dengan baik ataupun dilakukan dengan cara wajar, tidak menjamin adanya pengendalian pengendalian piutang, yaitu tidak menjamin ataupun dapat memastikan bahwa semua penyerahan memang difaktur, atau difaktur sebagaimana mestinya, kepada para pelanggan dan bahwa

penerimaan benar - benar masuk kedalam rekening bank perusahaan sehingga harus diberlakukan suatu sistem pengendalian yang memadai.

2.8 Prosedur Pengendalian Piutang

Salah satu dari model struktur pengendalian interne terdiri dari tiga unsur dan lima unsur pokok struktur pengendalian interne adalah prosedur pengendalian dan pemantauan atau monitoring. Menurut Winarno (1994:120) prosedur pengendalian adalah kebijakan dalam prosedur sebagai tambahan terhadap lingkungan pengendalian dan sistem akuntansi yang telah diciptakan oleh manajemen untuk memberikan keyakinan memadai bahwa tujuan tertentu satuan usaha akan tercapai. Winarno (1994:123) memberikan prosedur pengendalian memiliki berbagai macam tujuan dan diterapkan dalam berbagai tingkat organisasi. Prosedur pengendalian dapat dikelompokkan ke dalam prosedur yang antara lain adalah :

- a. Otoritas yang semestinya atas transaksi dan kegiatan
- b. Pemisahan tugas yang mengurangi kesempatan yang memungkinkan seseorang dalam posisi yang dapat melakukan dan sekaligus menutupi kekeliruan atau ketidakberesan dalam pelaksanaannya tugasnya sehari-hari. Oleh karena itu, tanggungjawab untuk memberikan otorisasi transaksi , mencatat transaksi dan menyimpan aktiva perlu dipisahkan ditangan karyawan yang berbeda

- c. Perancangan dan penggunaan dokumen dan catatan yang memadai untuk membantu pencatatan transaksi secara semestinya, misalnya dengan memantau penggunaan dokumen pengiraman barang yang bernomor urut tercetak.
- d. Pengamanan yang cukup atas akses dan penggunaan aktiva perusahaan dan catatan, misalnya penetapan fasilitas yang dilindungi dan otorisasi untuk akses keprogram dan arsip data computer.
- e. Pengecekan secara bebas atas pelaksanaan dan penilaian yang semestinya atas jumlah yang dicatat, misalnya pengecekan atas kerjaan klerikal, rekonsiliasi, pembandingan aktiva yang ada dengan pertanggungjawaban yang tercatat pengawasan dengan menggunakan program komputer, penelaahan oleh manajemen atas laporan yang mengikhtisarkan rincianakun seperti saldo piutang yang dirinci menurut umur piutang dan penelaahan oleh pemakai atas laporan yang dihasilkan oleh komputer.

2.9 Mekanisme sistem Pengendalian Piutang

Menurut Anthony, dkk (1995:121) untuk melaksanakan pengendalian terhadap piutang maka pihak manajemen perlu melaksanakan hal-hal tersebut sebagai berikut:

- a. Penyaringan Pelanggan

Untuk menekan serendah mungki resiko kredit berupa tidak terbayarnya kredit yang diberikan kepada pelanggan, maka perlu

diadakan penyaringan langganan kredit. Untuk merealisasi tujuan perusahaan dalam hal pengendalian piutang maka salah satu cara yang ditempuh oleh manajer terutama dalam penyaringan pelanggan adalah melakukan analisa terhadap pemohonkredit sebagaimana yang dikemukakan oleh Firdaus (2004:83:89) tentang penilaian kredit yang dikenal dengan istilah 5 C yaitu : character, capacity, capital, collecteral, conditions

b. Penentuan resiko kredit

Dengan adanya resiko tidak percaya terbayarnya kredit yang telahdiberikan kepada para langganan pada setiap periode tertentu maka perusahaan kiranya dapat menentukan besarnya resiko kredit yang akan dihadapi di masa yang akan datang.

c. Penentuan potongan-potongan (return).

Dalam membrikan rangsangan-rangsangan bagi pelanggan agar membayar pada waktu yang ditetapkan, maka perlu diberikan diskon pada pelanggan yang membayar pada batas waktu tertentu yang telah ditetapkan.

d. Pelaksanaan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit.

Sebagai sebab umum dari lambatnya penarikan kredit karena kelalaian dalam penyerahan faktor kepada pelanggan dan tertundanya pengiriman surat pemberitahuan atau karena hal itu mungkin tidak dikerjakan sama sekali.

- e. Penetapan ketentuan dalam menghadapi para penunggak.

Bagi para penunggak atau langganan yang tidak membayar kredit pada waktunya perlu ditetapkan ketentuan-ketentuan agar pelanggan tersebut dapat melunasi kreditnya walaupun sudah melampaui batas waktu yang ditetapkan.

2.10 Efektifitas Pengendalian Piutang

Piutang merupakan pos yang penting bagi kebanyakan perusahaan, karena merupakan bagian aktiva lancar perusahaan dan cukup berperan dalam laporan keuangan perusahaan. Kurangnya pemahaman dan pengendalian atas piutang akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar. Oleh karena itu, diperlukan sistem informasi, pengendalian yang memadai, dan didukung sumber daya manusia yang potensial, akan menghindarkan perusahaan dari kerugian sehingga tujuan perusahaan akan tercapai secara material. Semakin besarnya volume penjualan kredit semakin besar juga resiko tidak tertagihnya piutang tersebut. Kemampuan piutang untuk dapat dikonversikan kedalam uang tunai dikenal dengan kolektibilitas atau penagihan piutang. Ada beberapa kendala dalam penagihan piutang, baik intern maupun ekstern. Faktor intern berasal dari pemeriksaan intern penjualan kredit yang kurang baik, sedangkan faktor ekstern dapat disebabkan oleh keadaan pelanggan, misalnya pailit. Pengendalian piutang menurut Mulyadi (2001:183) adalah serangkaian kebijakan penerapan sistem prosedur yang digunakan oleh manajemen dan mengawasi aktivitas

yang terjadi di perusahaan” Salah satu tujuan utama manajemen keuangan adalah mengusahakan adanya penugasan kas secara berhati-hati dan efektif. Ditinjau dari segi penagihan kas, ada dua fase pengendalian yaitu mempercepat penagihan dan pengendalian intern yang layak terhadap penagihan. Menurut Soemarso (2002 : 89) dalam Olla (2009) “ pengendalian intern piutang dimulai dari kegiatan yang menimbulkan piutang itu sendiri yaitu penjualan kredit sampai dengan piutang tersebut dapat ditagih dan dilaporkan kepada pihak manajemen”.

a. Lingkungan Pengendalian Piutang Usaha

Terdapat beberapa faktor yang membentuk lingkungan pengendalian piutang usaha. Integritas dan nilai etika dalam lingkungan pengendalian intern piutang usaha tercermin dari pandangan dan sikap manajemen dalam menangani piutang usaha. Pimpinan perusahaan tentunya mengharapkan kerjasama dari setiap unit kerja yang terkait dengan terjadinya transaksi piutang usaha sehingga resiko yang mungkin terjadi atas piutang usaha dapat diminimalisir. Untuk mendapatkan piutang usaha yang minim resiko maka diharapkan kepada bagian penjualan memiliki daya analisis yang tinggi, kritis dalam penilaian atas kemampuan keuangan calon konsumen. Bagian piutang yang menangani administrasi piutang harus memiliki pengetahuan administrasi yang memadai sehingga mereka dapat menghasilkan informasi yang berhubungan dengan aktivitas piutang usaha dengan

baik dan benar. Dewan komisaris dan komite audit yang independent terlibat dalam lingkungan pengendalian piutang usaha salah satunya dengan cara memonitor tingkat likuiditas piutang usaha. Tingginya jumlah piutang yang tertunggak dapat merupakan indikator oleh dewan komisaris dan komite audit dalam menilai kinerja pihak manajemen. Struktur organisasi akan mempengaruhi pelaksanaan pengendalian intern piutang. Struktur organisasi harus disusun sebaik mungkin dalam hal penagihan piutang agar tidak bermasalah. Adanya pemisahan bagian penjualan dengan bagian kredit menunjukkan bahwa adanya pengendalian intern yang baik.

b. Penetapan Resiko Piutang Usaha

Bentuk penyelewengan sering terjadi dalam penerimaan kas dari penagihan piutang, dengan cara menutupi penggelapan penerimaan kas dari seorang pelanggan dengan penerimaan kas berikutnya dari seorang pelanggan lainnya sampai kepada karyawan tersebut dapat menutupi penggelapan itu dari kantong sendiri atau cara lain. Bentuk penyelewengan lainnya adalah dengan tetap mencatat penerimaan kas dari piutang tetapi tidak melakukan penyetoran ke bank. Lalu, karyawan tersebut menutupinya dengan cara memanipulasi laporan rekonsiliasi bank. Penyelewengan juga dapat dilakukan dengan tidak mencatat penerimaan kas, lalu menghalang-halangi pengiriman laporan

bulanan pernyataan piutang kepada pelanggan untuk menghindari keluhanpelanggan.

c. Informasi dan Komunikasi Piutang Usaha

System akuntansi piutang usaha yang efektif harus memberikan keyakinan yang memadai bahwa transaksi piutang usaha yang dicatat adalah :

1. Sah. Apabila didukung oleh pencatatan dalam dokumen yang dalam hal ini adalah faktur penjualan kredit, bukti kas masuk, memo kredit, dan bukti memorial.
2. Telah diotorisasi. Apabila dokumen pendukung telah mendapat otorisasi dari pejabat yang berwenang.
3. Telah dicatat. Agar dapat memberikan informasi untuk proses selanjutnya.
4. Telah dinilai secara wajar. Sesuai dengan keadaan atau kejadian sesungguhnya.
5. Telah digolongkan secara wajar. Transaksi yang dicatat benar-benar merupakan transaksi yang mempengaruhi perubahan piutang usaha. Dan dalam pencatatannya harus digolongkan sesuai dengan perkiraan yang berhubungan dengan piutang usaha.
6. Telah dicatat dalam periode yang seharusnya. Transaksi piutang usaha yang terjadi harus dicatat pada periode terjadinya transaksi tersebut.

7. Telah dimasukkan ke dalam buku pembantu dan telah diringkas dengan benar. Dalam akuntansi piutang, secara periodik dihasilkan pernyataan piutang yang dikirimkan kepada setiap debitur. Pernyataan piutang merupakan unsure pengendalian intern yang baik dalam pencatatan piutang. Dengan mengirimkan secara periodik pernyataan piutang kepada debitur akan menimbulkan citra yang baik dimata debitur mengenai keandalan pertanggungjawaban keuangan perusahaan.

d. Aktivitas Pengendalian Piutang Usaha

1. Pengendalian Pemrosesan Informasi

Dalam pemrosesan informasi, bentuk pengecekan terhadap saldo piutang yang umum digunakan adalah dengan mengirim secara periodik daftar piutang kepada pelanggan. Pengiriman lebih baik dilakukan oleh pihak yang independent. Bentuk pengecekan lain yang dapat digunakan adalah dengan merekonsiliasi buku tambahan piutang dengan buku besar secara periodik.

2. Pemisahan Tugas yang Memadai

Pemisahan tugas dilakukan untuk memberikan pengecekan silang atas pekerjaan pihak lain dan menghindari karyawan melakukan tugas yang saling bertentangan. Dalam pengendalian intern piutang, maka harus dipisahkan fungsi-fungsi yang melakukan pemberian kredit dan melakukan penjualan, mencatat dan menagih

piutang. Hal ini diperlukan untuk mengontrol kecenderungan bagian penjualan untuk menjual barang tanpa memperdulikan kolektivitas piutang. Fungsi penjualan dan fungsi kredit juga harus terpisah dari fungsi pembukuan untuk menjamin ketelitian catatan piutang serta keamanan piutang itu sendiri. Begitu juga dengan bagian pembukuan piutang harus terpisah dengan bagian pembukuan penerimaan kas. Hal ini akan mengurangi kemungkinan terjadinya ayat pembukuan yang tidak wajar untuk menutupi penyalahgunaan piutang.

3. Pengendalian Fisik atas Kekayaan dan Catatan

Bentuk pengendalian secara fisik hanya dapat dilakukan kas. Sedang pengendalian piutangnya hanya dapat dilakukan ketika piutang tersebut dalam bentuk kas, yaitu pada saat penerimaan tagihan piutang, dan terhadap dokumen-dokumen yang mendukung catatan piutang.

4. Review Kinerja

Seorang manager harus ditunjuk untuk mereview laporan-laporan yang mengikhtisarkan secara detail saldo-saldo perkiraan piutang dan penjualan. Selanjutnya dari laporan-laporan periodik saldo piutang yang dirinci menurut jenis komoditas dan umurnya, manager penerima laporan harus mengadakan analisis untuk menaksir jumlah piutang yang macet, mengapa terjadi, dan

bagaimana tindak lanjutnya. Terlalu besar saldo piutang menunjukkan tidak efektifnya pengendalian intern. Dengan melakukan review terhadap piutang usaha melalui laporan umur piutang maka manajemen dapat melihat posisi piutang yang sudah melewati batas umur piutang. Apabila jumlah piutang sudah melewati batas toleransi, maka manajemen harus segera mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah tersebut dengancara melakukan penagihan dengan lebih aktif.

e. Pemantauan Piutang Usaha

Pemantauan yang dilakukan terhadap piutang dapat dilakukan pihak manajemen, internal audit atau pimpinan puncak dengan melihat apakah pengendalian intern piutang telah berjalan sesuai dengan harapan. Dalam proses operasional pihak yang berwenang dapat merubah pengendalian intern piutang sesuai dengan kondisi yang terjadi dan proses ini selalu berlangsung secara kontinu. Pimpinan perusahaan dapat melihat apakah pengendalian intern terhadap piutang telah memadai dengan melihat tingkat piutang yang tertunggak. Semakin rendah tingkat piutang yang tidak tertagih dapat menjadi salah satu indicator penilaian apakah pengendalian intern piutang telah memadai dan dijalankan dengan baik dan benar. Pemantauan terhadap pengendalian intern piutang juga dapat dilakukan dengan melihat adanya keluhan-keluhan yang diterima dari pelanggan atau pihak luar

perusahaan. Adanya perbedaan catatan konsumen dengan kartu piutang perusahaan menunjukkan kualitas pengendalian intern piutang yang kurang baik.

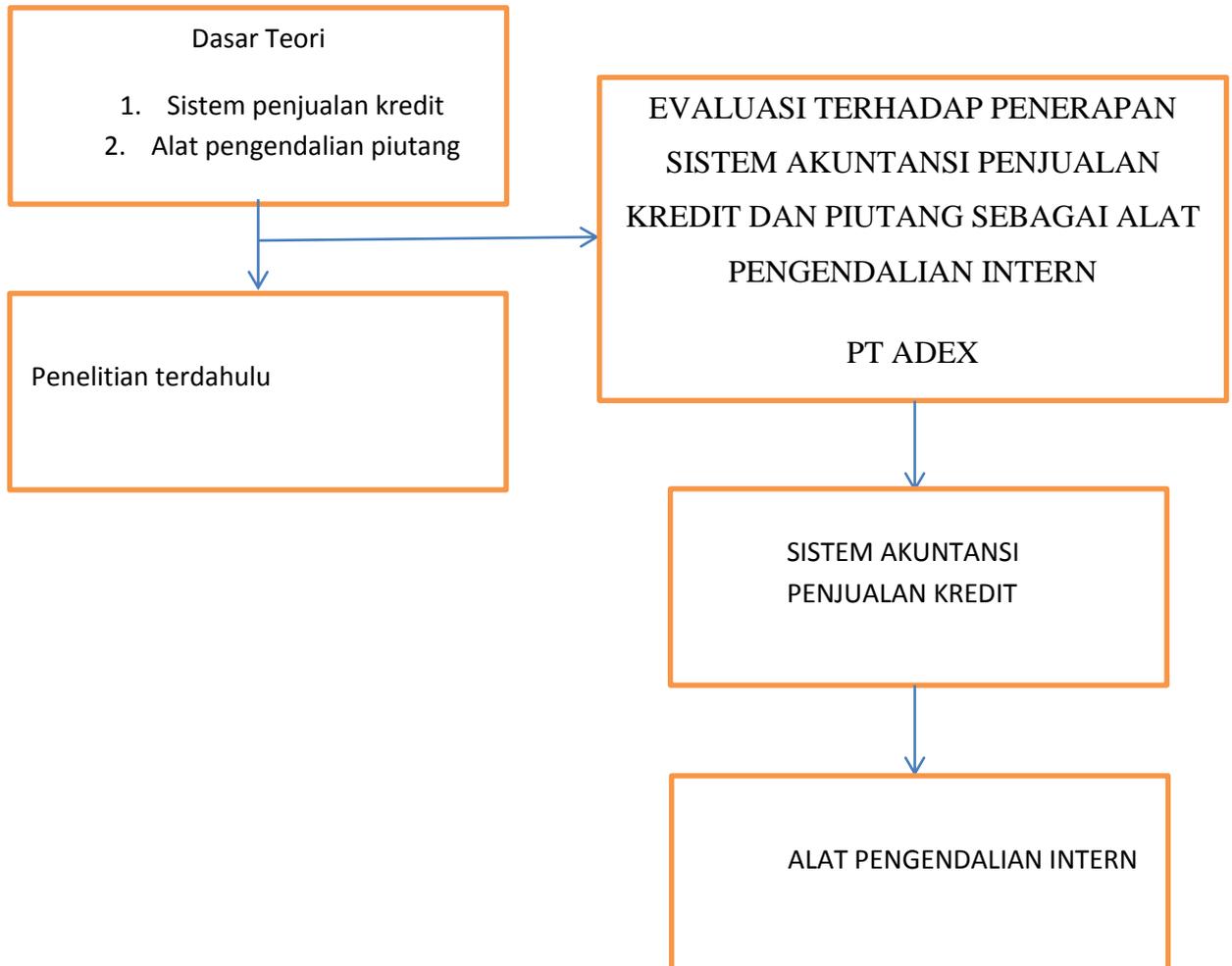
2.11. Hubungan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang.

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 yang handal. Sistem Informasi Akuntansi penjualan dibuat dengan tujuan untuk dapat mengontrol atau mengendalikan aktivitas penjualan. Hal ini perlu karena penjualan dapat mengakibatkan kesalahan pada sistem atau 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 perusahaan 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 megelolah data perusahaan. Penelitiannya membuktikan bahwa informasi kontrol teknologi, sebagai bagian dari sistem informasi Akuntansi dan manajemen, mempengaruhi kualitas informasi yang dihasilkan 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 perencanaan. 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.

2.12 Kerangka Pemikiran



2.1.3 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Kesimpulan
Hastoni dan Dewi Susanti Aprilisabeth	Peranan sistem informasi akuntansi penjualan kredit dalam meningkatkan efketivitas. Pengendalian intern piutang dan penerimaan kas studi kasus pada pt trinunggal komara.	Accounting information system, credit selling, internal control	Penelitian membuktikan sistem informasi akuntansi penjualan kredit mempunyai peranan yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas pengendalian intern piutang dan penerimaan kas pada pt trinnunggal komara.
Andrew timothy	Analisa sistem informasi akuntansi penjualan cpo	Sistem informasi akuntansi penjualan, pencatatan	Setelah dianalisa pt pp london sumatra indonesia telah melakukan

	terhadap proses penagihan piutang paa pt pp. London sumatra indonesia	piutang an integrasi data.	prosedur yang baik dalam kegiatan penjualan maupun kegiatan penagihan piutang .
Noviani	Peran sistem informasi akuntansi penjualan	Sistem informasi akuntansi pengendalian intern.	Hasil penelitian membuktikan bahwa sisitem akuntansi
Dian Hartati (2009)	Analisis Pengendalian Intern Piutang Usaha Pada PT.SFI Medan	Termasuk penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan pendekatan studi kasus	Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terhadap prosedur kerja, mulai dari mendapatkan calon debitur sampai pelunasan piutang usaha pada PT.SFI Medan diketahui bahwa manajemen perusahaan

			<p>memberikan perhatian yang baik terhadap pengendalian intern piutang usaha, baik dari segi pengelolaan hingga pengawasan piutang usaha tersebut</p>
<p>Sri Riwayati (2013)</p>	<p>Analisis Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak Tertagih Pada PT</p>	<p>Termasuk penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan pendekatan studi kasus</p>	<p>Pengendalian piutang pada PT. Bintang Colombia telah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan jumlah piutang tak tertagih</p>

	XYZ		sebesar 2,58 % pada tahun 2011 dan pada tahun 2012 2,66 % dari jumlah piutangnya
Afifah Fajar Cahyani (2014	Sistem Pengendalian Intern Kas Di Koperasi Serba Usaha Baitul Maal Wa Tamwil Sejahtera Sleman	Termasuk penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan pendekatan studi kasus	D engan adanya sistem pengendalian intern kas, KSU BMT Sejahtera bisa menaikkan pendapatan keuangan, yaitu kenaikan asset, kenaikan pendapatan dan bia ya sebesar 14 %,

			kenaikan SHU sebesar 15% peningkatan modal sendiri dengan peningkatan anggota, mengalokasikan investasi untuk pembukuan kantor cabang dan meningkatkan kesejahteraan pengurus, pengawas dan pengelola serta anggota
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Lokasi Perusahaan

AdEx (PT.Adika Dwikarya Utama) merupakan perusahaan jasa yang focus pada pelayanan di bidang Logistik dan Distribusi, sejak dirintis pada tahun 2000 sampai sekarang AdEx sudah memiliki jaringan hampir di semua propinsi di Jawa dan Luar Jawa.

Dengan jumlah jaringan distribusi dan skill yang sudah dimiliki , maka dipastikan AdEx mampu memberikan jasa layanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggannya.

Bekerjasama jangka panjang bersama pelanggannya merupakan tekad AdEx dalam mewujudkan jati dirinya menjadi perusahaan yang berintegritas, berstandart tinggi dan profesional.

Visi

- Menjadikan AdEx sebagai perusahaan jasa yang berintegritas dan mampu menjawab kebutuhan pelanggan dengan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai standart pelayanan AdEx dalam mencapai perkembangan tanpa batas.

Misi

- Membangun integritas dan memberdayakan profesionalisme karyawan dalam bekerja dan berorganisasi.
- Berinovasi untuk memberikan solusi permasalahan pelayanan dgn tujuan memenuhi kepuasan pelanggan dan kemajuan perusahaan.
- Secara konsisten menjaga dan meningkatkan kualitas layanan.
- Membangun hubungan baik dengan pelanggan dan bersinergi untuk maju bersama tanpa terlepas dari aspek profesionalitas dengan tujuan terjalannya kerjasama yang berkesinambungan.

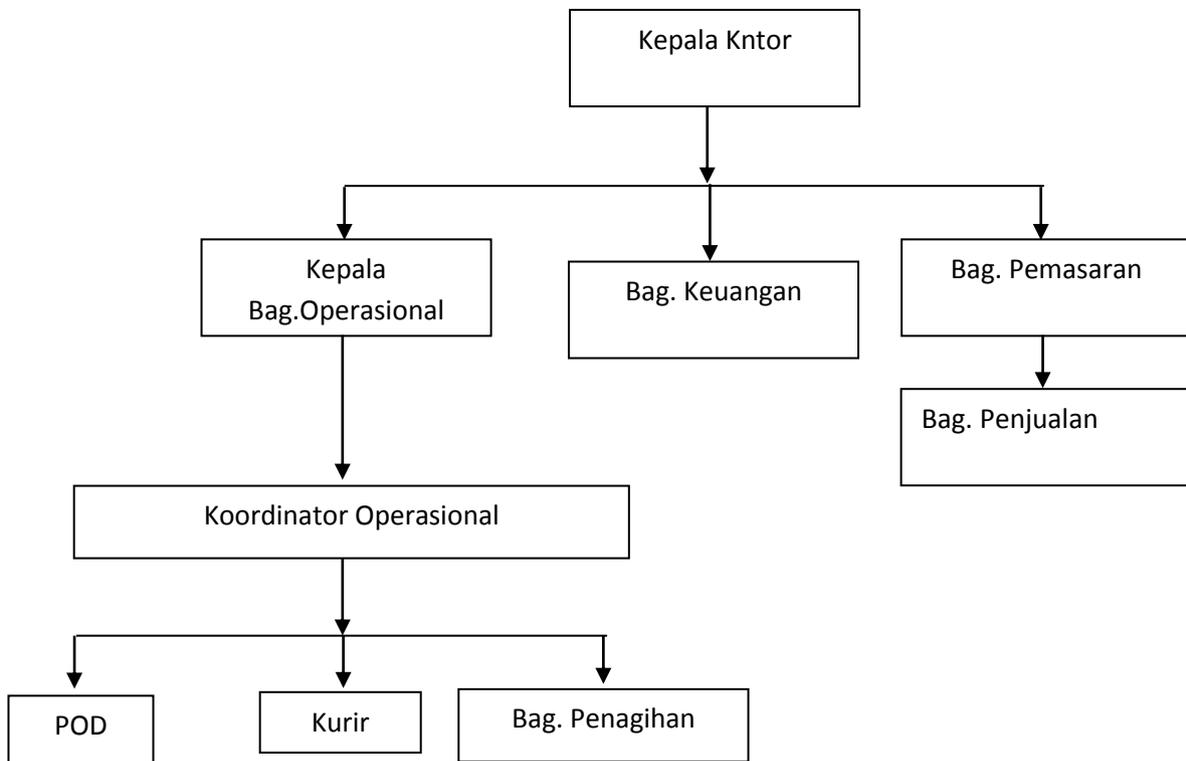
3.1.1 Struktur Organisasi PT. ADEX

Tujuan utama pendirian suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan khususnya dan masyarakat pada umumnya. Untuk itu maka diperlukan adanya pengaturan tugas, wewenang, dan tanggung jawab karyawan yang terangkum dalam suatu kerangka hubungan kerja yang disebut struktur organisasi.

Struktur organisasi adalah keseluruhan dari tugas-tugas yang dikelompokkan dalam fungsi-fungsi yang ada, sehingga menjadi suatu kesatuan yang harmonis, yaitu diarahkan dan dikembangkan secara terus-menerus pada suatu tujuan tertentu menuju kondisi optimal. Dengan

adanya struktur organisasi dapat dijelaskan hubungan organisatoris, baik vertikal maupun horisontal, dan antar bagian maupun antar individu.

Berikut ini struktur organisasi yang ada di PT. ADEX:



Gambar 3.1.1 Struktur organisasai PT. ADEX

Sumber data: Data primer dari PT. ADEX

Berdasarkan struktur organisasi di atas dapat diterangkan tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Kepala Kantor Cabang
 - a. Memberikan pengarahan kepada bawahan.
 - b. Bertindak atas nama perusahaan dalam menghadapi dan menyelesaikan segala bentuk gugatan dan perera atau tuntutan dari luar perusahaan.
 - c. Mengawasi dan mengevaluasi jalannya kerja di perusahaan
2. Kepala Bagian Operasional
 - a. Bertanggung jawab sepenuhnya pada jalannya aktivitas operasional kerja semua bagian perusahaan.
 - b. Berwewenag untuk memeriksa hasil kerja yang ada pada tiap-tiap bagian perusahaan.
3. Bagian Keuangan (*Accounting*)
 - a. Membuat catatan harian dan buku kas.
 - b. Membuat laporan keuangan.
 - c. Menerima dan mengarsipkan bukti-bukti penerimaan.
 - d. Bertanggung jawab terhadap keuangan perusahaan termasuk dana cadangan di bank dengan atas nama perusahaan.

4. Bagian Pemasaran

- a. Melakukan pemasaran dengan mengadakan promosi penjualan dan penawaran kerjasama dengan pihak lain.
- b. Berperan aktif dalam mengeluarkan ide-ide yang bermanfaat untuk memajukan perusahaan.
- c. Mencari konsumen sebanyak-banyaknya dan menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah menjadi pelanggan supaya tidak hilang atau berpindah ke perusahaan lain.

5. Bagian Penjualan

- a. Melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen.
- b. Secara tidak langsung ikut dalam pelaksanaan pemasaran.
- c. Sebagai *customer service* yang melayani keluhan dari para konsumen.

6. Koordinator Operasional

- a. Melakukan koordinasi yang berkaitan dengan operasional perusahaan.
- b. Melancarkan kegiatan distribusi jasa penerimaan dan pengiriman paket.

- c. Mengatur dan menyusun kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan distribusi jasa.

7. POD

- a. Mencatat kegiatan pengiriman barang.
- b. Membuat laporan paketan yang tidak dapat diantar, *missroute*, rusak, dan hilang.
- c. Menginformasikan paketan yang tidak dapat diantar, *missroute*, rusak, dan hilang ke JNE asal untuk diurus status keberadaannya.

8. Kurir

- a. Melakukan pengiriman paket ke alamat tujuan.
- b. Melaporkan kepada bagian POD mengenai kejelasan paket yang sudah dikirimnya.
- c. Mengambil (melakukan penjemputan) paket dari konsumen untuk dikirim ke alamat tujuan.

9. Bagian Penagihan

- a. Melakukan penagihan kepada konsumen (instansi, badan usaha, dan perorangan) yang sebelumnya melakukan pengiriman paket dengan proses penjualan tagihan.
- b. Melaporkan hasil penagihan kepada bagian keuangan.

- c. Membantu di bagian operasional.

3.1.2 Fungsi yang Terkait

Sistem Informasi yang berjalan pada sistem penjualan kredit pada PT. ADEX ini tidak lepas dari bagian-bagian yang terkait di dalamnya dengan peran dan fungsi masing-masing bagian, yang saling mendukung. Adapun fungsi-fungsi yang terkait dalam sistem penjualan kredit sebagai berikut:

- a. Bagian *Finance*
- b. Administrasi Keuangan
- c. Kolektor
- d. Finance & Adm Jr spv
- e. Bank
- f. *Accounting*
- g. Kepala Cabang
- h. Pusat

3.1.3 Dokumen yang Digunakan

Dokumen yang digunakan sistem penjualan kredit adalah :

BKM : Bukti Kas Masuk

BKK : Bukti Kas Keluar

JU : Jurnal Umum

BB : Buku Besar

Resi : Bukti pengiriman dan Pembayaran

Invoice : Bukti tagihan kredit

3.1.4 Catatan yang Digunakan

Catatan yang digunakan sistem informasi akuntansi laporan keuangan arus kas adalah :

1. Laporan Keuangan Arus Kas
2. Jurnal Umum
3. Buku Besar
4. Laba Rugi

3.2 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 :

a. 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. Observasi dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung kegiatan sistem penjualan kredit di PT. Adex.

b. 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.

c. 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.

d. 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 ataupun pendapat para ahli dengan mendapatkan kesimpulan tersebut sebagai metode tersendiri.

2. 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 :

a. 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.

b. Data Sekunder

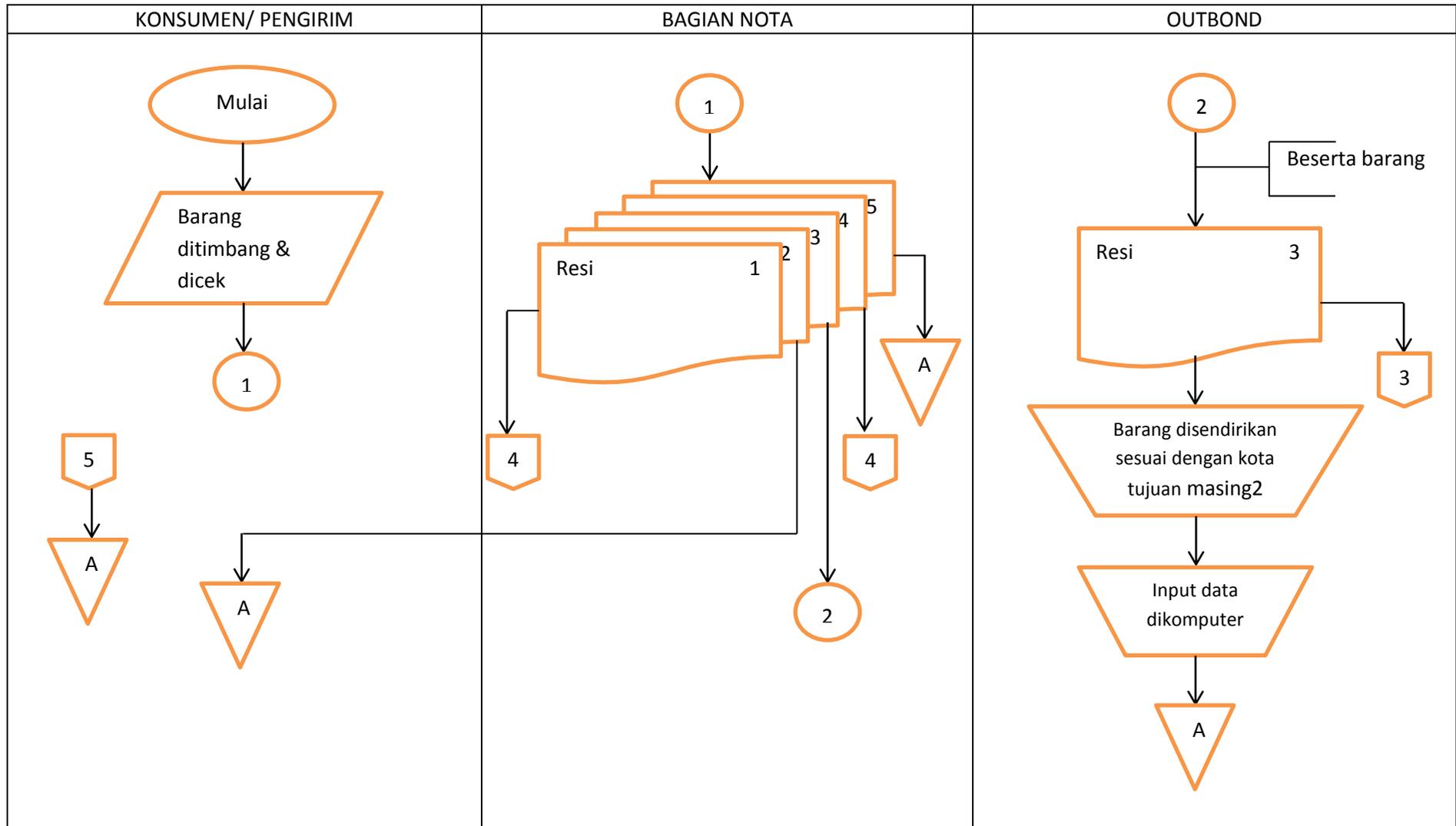
Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

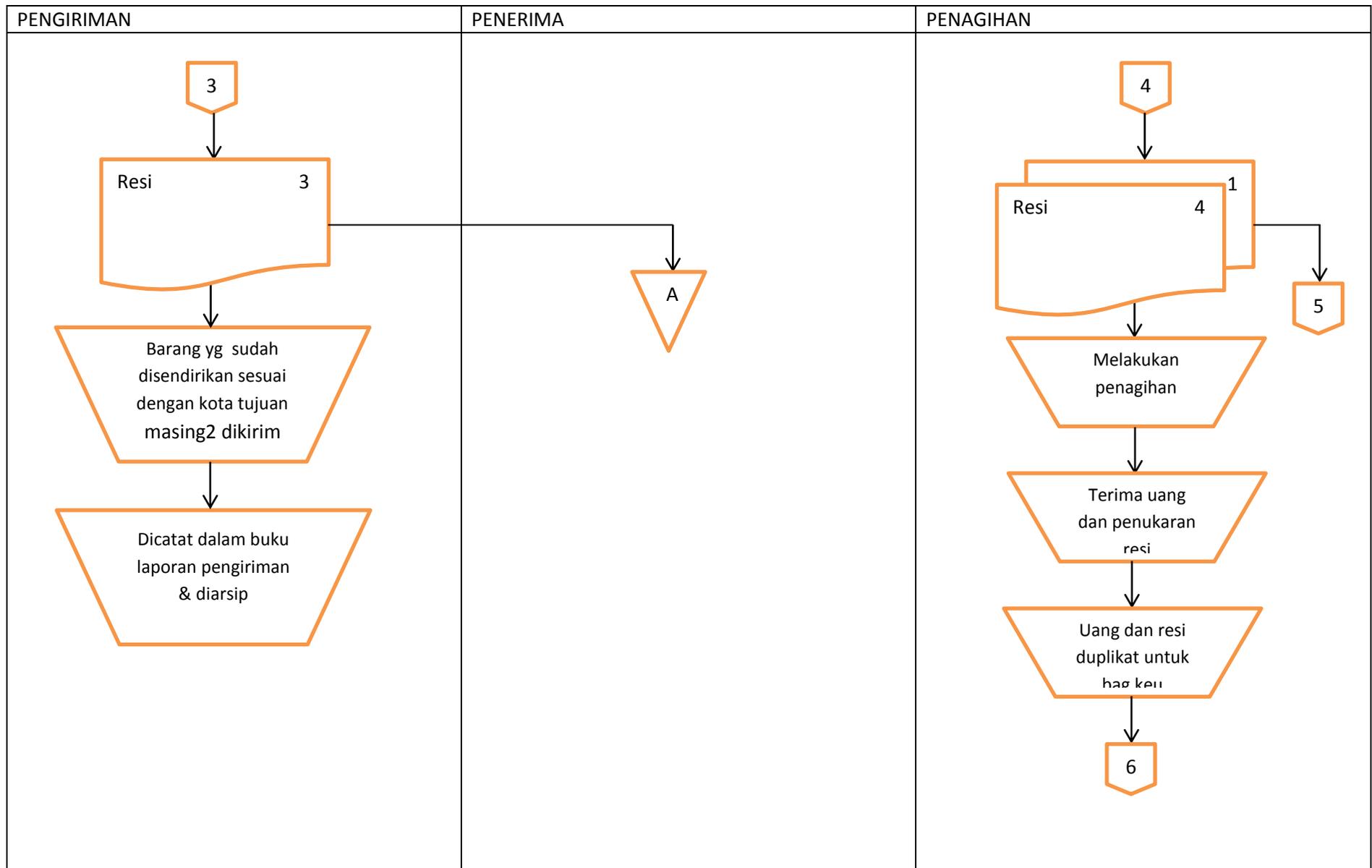
3. Teknik Analisis Data

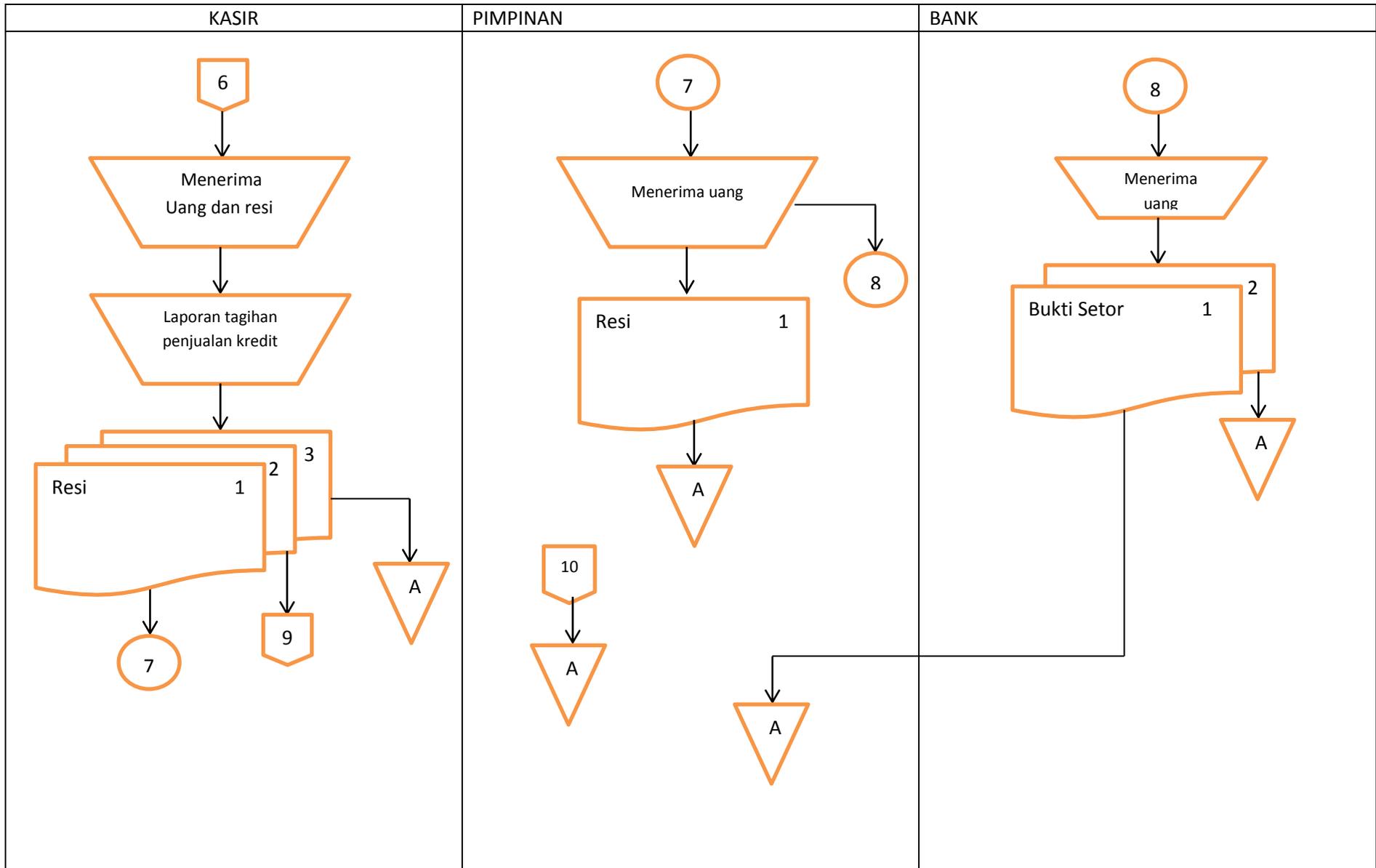
Menurut Arikunto (2002: 209) setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, perlu segera digarap oleh staf peneliti. Setelah data diperoleh, kemudian disajikan menggunakan teknik analisis diskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis yang berupa mendeskripsikan atau mengungkapkan karakteristik variabel-variabel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

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

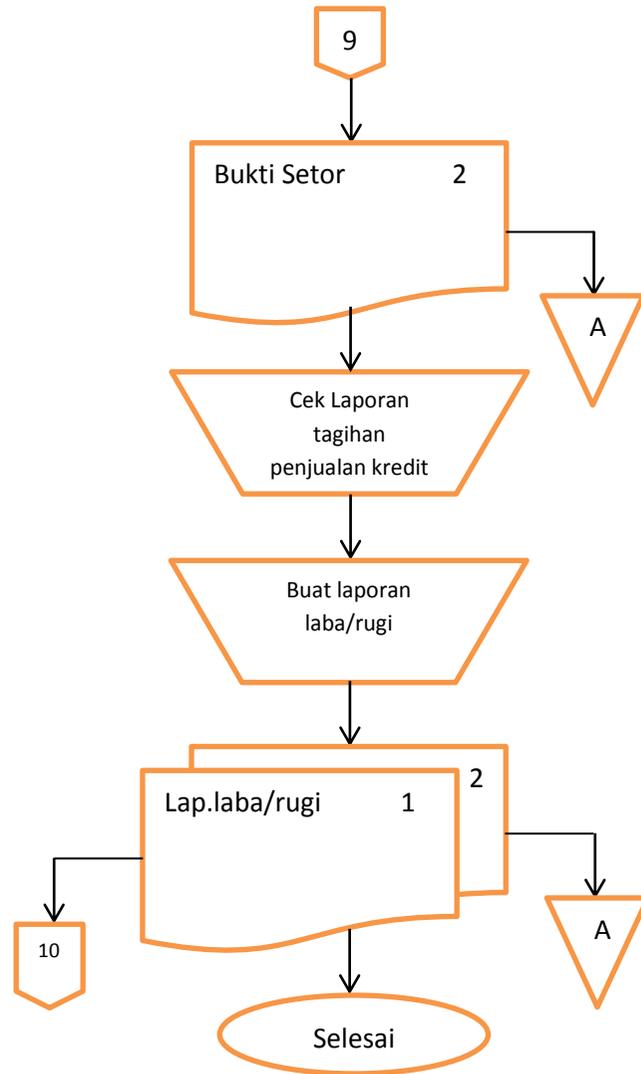
3.3 Flowchart Sistem Penjualan Kredit







ACCOUNTING



Sistem Penjualan Kredit

1. Konsumen datang ke PT. ADEX untuk mengirim barang kemudian barang yang akan dikirim ditimbang terlebih dahulu untuk mengetahui biaya yang dikenakan untuk mengirim barang tersebut.
2. Setelah barang ditimbang bagian nota membuat resi rangkap 5 lembar.
 - a. Lembar pertama berwarna putih untuk konsumen apabila melakukan pembayaran tunai dan apabila kredit resi digunakan pada saat penagihan.
 - b. Lembar kedua berwarna hijau untuk pengirim barang dan pembayaran dilakukan secara kredit.
 - c. Lembar ketiga biru untuk bagian penerimaan kiriman barang
 - d. Lembar keempat berwarna kuning untuk bagian penagihan
 - e. Lembar kelima untuk arsip bagian nota
3. Setelah bagian nota membuat resi kemudian barang dan resi lembar ketiga dibawa ke bagian outbond untuk dikiri, sebelum dilakukan pengiriman dilakukan pemisahaan kota masing – masing dengan tujuan agar mempermudah proses pengiriman. Setelah siap untuk dikirim bagian outbond menginput data kekomputer untuk arsip bagian tersebut.
4. Kemudian bagian pengiriman atau kurir membawa lembar ketiga beserta barang tersebut untuk dikirim, bagian pengiriman juga membawa buku tanda terima sebagai tanda bukti bawah barang sudah sampai ditujuan. Meminta tanda tangan untuk bukti penerimaan. Dan lembar ketiga tadi untuk penerima.
5. Setelah barang diterima ditujuan bagian penagihan melakukan tagihan kepada pengirim barang dengan membawa lembar pertama untuk diitukarkan dengan resi yang dibawa pengirim pada saat melakukan pengiriman. Kemudian resi lembar keempat diarsip untuk membuat laporan dibagian penagihan.

6. Pada bagian kasir menerima resi lembar kedua dan uang, lalu membuat laporan tagihan penjualan kredit rangkap 3,
 - a. Lembar pertama untuk pimpinan
 - b. Lembar kedua untuk bagian accounting
 - c. Lembar ketiga untuk arsip
7. Pimpinan menerima uang dan laporan tagihan penjualan tunai , kemudian menyetorkan uang ke bank
8. Bank menerima uang dan mengeluarkan slip setoran lembar pertama untuk nasabah dan lembar kedua untuk arsip.
9. Terakhir bagian accounting menerima laporan dari bagian kasir kemudian mengecek laporan tersebut. Setelah itu bagian accounting membuat laporan rugi /labba setiap bulannya. Laporan tersebut ada 2 rangkap
 - a. Rangkap pertama untuk pimpinan
 - b. Rangkap kedua untuk bagian accounting.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Prosedur Timbulnya Piutang Pada PT ADEX

4.1.1 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 dijaminakan bagi keamanan kredit.
5. *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.

4.1.2 Pihak Yang Terkait

1. Bagian Penjualan

Mencari calon pelanggan, mengajukan syarat penjualan kredit dan membuat *sales order*

2. Bagian Operasional

Memproses barang yang dipesan sesuai dengan SO dan SPK kemudian mengirimkan barang kepada pelanggan

3. Bagian Keuangan

Membuat dokumen tagihan berupa surat jalan, *invoice*, kwitansi dan e-faktur pajak

4. Bagian Akuntansi

Mereview semua dokumen transaksi untuk membuat jurnal atas transaksi penjualan kredit

4.1.3 Dokumen Piutang

1. *Purchase Order*

Purchase Order (PO) adalah dokumen pemesanan yang diterbitkan oleh pelanggan

2. *Sales Order*

Sales Order (SO) adalah dokumen yang dibuat oleh bagian penjualan untuk mencatat PO yang diterima dari pelanggan

3. *Delivery Order* (DO)

Delivery Order adalah dokumen yang dibuat oleh bagian logistik sebagai surat pengantar atas barang yang tercantum didalamnya yang ditunjukkan kepada pelanggan

4. *Invoice*

Invoice adalah dokumen tagihan yang dibuat oleh bagian piutang yang berisi rincian tentang transaksi penjualan berdasarkan PO, SO dan DO

5. E-faktur

E-faktur adalah Faktur pajak yang dibuat melalui aplikasi atau sistem elektronik yang ditentukan dan atau disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak

6. Kwitansi

Kwitansi adalah tanda bukti pembayaran uang yang dibuat dan ditandatangani oleh pihak penerima uang

4.2 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 keceotan 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 ini menunjukkan beberapa kelebihan dan kelemahan. Untuk itu akan dijabarkan lebih 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.

4.2.1 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.

4.2.2 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 ditarik kesimpulan bahwa pengendalian internal dalam sistem pencatatan sudah cukup baik.

4.2.3 Evaluasi Praktik Yang Sehat

PT.ADEX telah melakukan cara-cara agar tercipta praktik yang sehat dalam setiap kegiatan perusahaan termasuk dalam transaksi penjualan. Cara –cara tersebut bertujuan agar 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.

4.2.4 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.

4.3 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 persediaan, 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 di gudang 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 pesannya 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 menerimanya. 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.

4.4 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.

4.5 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 diterapkan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh ADEX adalah:

- a. Melalui dari *Product Knowlegde* yang ditawarkan ADEX, 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.

b. 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

c. Penurunan harga

ADEX menurunkan harga kiriman untuk menarik perhatian konsumen, apalagi pada saat para pesaing menaikkan harga. Penurunan harga bukan berarti 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.

d. *Direct dan Indirect Sales*

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

e. 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.

4.6 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:

- a. 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.
- b. Memperkuat *branch image* ADEX.
 Dengan membuat brosur – brosur dan penawaran ke sitem perusahaan agar PT. ADEX semakin dikenal banyak perusahaan lainnya.
- c. Mendirikan Agen dan kantor perwakilan

BAB V

PENUTUP

5.1 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.

5.2 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 : BPF
- 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 Palembang” (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/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.