

EVALUASI PENGELOLAAN PIUTANG USAHA TERHADAP RISIKO PIUTANG TAK TERTAGIH

(Studi Kasus Pada PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, Serang – Banten)

Hizkia Nathanael
hizkianathanaelp@gmail.com

Nasikin, MM., Ak., CPA.

Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang, 65145

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengelolaan piutang usaha terhadap risiko piutang tak tertagih di PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Sampel penelitian yang digunakan adalah dokumen Struktur Organisasi, dokumen Standar Operasional Prosedur, dokumen Prospek Pelanggan, dan Laporan Piutang dari PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Wonokoyo Jaya Kusuma telah menyusun dan melaksanakan sistem penjualan kreditnya mulai dari penerimaan pelanggan baru, penerimaan order penjualan, penagihan atas piutang penjualan, hingga penerimaan pembayaran piutang penjualan dengan baik. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dalam pelaksanaan menerapkan prosedur pengelolaan piutang sudah cukup optimal untuk mengurangi risiko terjadi tak tertagihnya piutang. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma telah menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pelaksanaan kegiatannya. Namun, pembayaran atas piutang yang diterima oleh perusahaan cenderung telat diterima, tidak sesuai dengan ketentuan awal yang disetujui, sehingga berpotensi untuk mengganggu *cashflow* dari perusahaan. Permasalahan yang terjadi di tahun 2016-2017 sudah bisa dikendalikan oleh manajemen, namun tingkat piutang terhadap penjualan masih perlu diperhatikan lebih lanjut. Kondisi piutang dan pencadangannya dilakukan oleh perusahaan dengan baik, sehingga belum menunjukkan urgensi penghapusan piutang yang tidak tertagih. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa PT. Wonokoyo Jaya Kusuma sudah mampu untuk mengelola piutang usahanya dengan baik.

Kata Kunci: Piutang Usaha, Piutang Tak Tertagih (*Bad Debt*), Pengelolaan Piutang Usaha

ABSTRACT

This study aims to evaluate the management of accounts receivable against the risk of bad debts at PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. The research samples used are Organizational Structure documents, Standard Operating Procedures documents, Customer Prospects documents, and Accounts Receivable Reports of PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. The data analysis technique used in this study used a

qualitative descriptive method. The results showed that PT. Wonokoyo Jaya Kusuma has compiled and implemented its credit sales system starting from accepting new customers, receiving sales orders, collecting sales receivables, to receiving payments for sales receivables properly. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma in the implementation of implementing receivable management procedures is optimal enough to reduce the risk of uncollectible accounts. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma has applied the precautionary principle in the implementation of its activities. However, payments on receivables received by the company tend to be received late, not in accordance with the initial agreed terms, so that it has the potential to disrupt cashflow from the company. The problems that occurred in 2016-2017 can be controlled by management, but the level of receivables on sales still needs further attention. The condition of the receivables and the reserves are carried out by the company well, so that it has not shown the urgency of writing off uncollectible receivables. So the researchers concluded that PT. Wonokoyo Jaya Kusuma has been able to manage his accounts receivable properly.

Keywords: Accounts Receivable, Uncollectible Accounts (Bad Debt), Accounts Receivable Management

PENDAHULUAN

Aktivitas perusahaan pada dasarnya adalah proses dari penerimaan penjualan dari pelanggan, persiapan pengiriman barang ke pelanggan hingga ke penerimaan pembayaran dan pencatatannya. Terdapat 3 komponen penting yang berkaitan dengan penjualan dalam aktivitas perusahaan, yaitu aset tetap, persediaan, dan piutang. Perputaran piutang menentukan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Piutang pada operasional bisnis adalah dua peran yang tidak bisa dipisahkan. Hal ini karena piutang menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan keuntungan misalnya melalui penjualan kredit. Dalam dunia bisnis dan usaha, manajemen piutang merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola piutang perusahaan. Rangkaian aktivitas tersebut meliputi *planning*, *monitoring*, dan *controlling* terhadap uang yang ditagihkan. Perusahaan berharap dengan piutang

masyarakat masih bisa mengkonsumsi atau membeli barang maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan., sehingga roda penjualan dalam masyarakat akan tetap berjalan. Namun, kenyataannya sering kali terjadi kemacetan di piutang, yang disebut piutang tidak tertagih. Hal tersebut tentu berdampak buruk bagi perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan piutang dengan prosedur dan sistem yang baik, efektif, dan efisien menjadi krusial bagi perusahaan. Pengelolaan ini disebut manajemen piutang.

Dimulai dari awal tahun 2020, dunia mengalami pandemi penyakit yang hingga saat penelitian ini dilakukan, belum ada ilmuwan yang berhasil menemukan vaksin penyembuhnya. Vaksin yang sudah ada hanya mencegah agar tubuh manusia tidak terjangkit oleh penyakit yang tersebar di masyarakat,

yaitu COVID-19, atau yang disebut Virus Corona. Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.

Dikarenakan virus ini menyebar ke seluruh dunia, maka tentu setiap aspek dalam kehidupan terkena dampak buruk yang terjadi. Kemampuan daya beli masyarakat umum menurun drastis, sehingga seluruh usaha pun terkena dampaknya, yaitu tidak terjadinya perputaran produk dalam masyarakat, dan penjualan pun menurun drastis. Tentu, manajemen perusahaan harus dapat terus beradaptasi mengikuti perkembangan jaman sekarang ini agar dapat terus menjaga *cashflow* dari perusahaan sehingga dapat

berkelanjutan dan menghindari terjadinya kerugian hingga likuiditas.

Piutang merupakan aktiva yang lancar yang relatif mudah dicairkan, dan likuiditas merupakan cerminan kinerja keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Jika pengelolaan piutang baik maka likuiditas perusahaan juga akan ikut membaik. Pentingnya likuiditas dapat dilihat dengan mempertimbangkan dampak yang berasal dari ketidakmampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perputaran piutang merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan, maka dari itu harus dicermati dengan baik karena menyangkut kinerja perusahaan.

Adapun suatu masalah yang sering terjadi yaitu saat pelanggan lalai dalam melakukan pembayaran.

Hal ini akan berdampak bagi perusahaan, yaitu keterlambatan dalam pelunasan piutang (kredit macet) yang mengakibatkan timbulnya piutang tidak tertagih. Selain itu, arus kas perusahaan akan menurun sehingga berpengaruh pada efektifitas kegiatan operasional perusahaan. Sehingga, tingkat pencadangan terhadap nilai piutang yang benar harus diperhatikan, agar dapat mengurangi risiko apabila suatu saat terjadi kerugian dikarenakan tidak tertagihnya piutang pelanggan.

Menurut Sutrisno (2007:57), “Pengelolaan piutang yang efektif menunjukkan perputaran piutang setiap tahun mengalami peningkatan dan pengumpulan piutang selalu tepat dengan target diharapkan perusahaan,” sehingga menjadi tepat untuk memperhatikan apakah perputaran piutang setiap setiap

tahunnya terus mengalami kenaikan atau tidak.

LANDASAN TEORI

Pengertian Piutang

Definisi piutang menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011) adalah “*Claims held against customers and others for money, goods, or services.*” Artinya, piutang adalah klaim terhadap pelanggan dan pihak lain untuk memperoleh uang, barang, atau jasa. Menurut Wild, Subramanyam, Halsey (2005) “Piutang (*receivable*) merupakan nilai jatuh tempo yang berasal dari penjualan barang atau jasa, atau dari pemberian pinjaman uang.” Menurut Soemarso SR (2004:338) “Piutang adalah kebiasaan perusahaan untuk memberikan kelonggaran bagi para pelanggan pada waktu melakukan penjualan. Kelonggaran tersebut biasanya dalam bentuk izin bagi pelanggan untuk membayar

kemudian atas penjualan barang/jasa yang dilakukan.”.

Berdasarkan pendapat ahli mengenai definisi piutang di atas, dapat disimpulkan bahwa piutang adalah klaim terhadap pelanggan yang merupakan nilai jatuh tempo dari penjualan barang atau jasa yang diberikan kelonggaran pembayarannya oleh perusahaan di kemudian hari yang menciptakan suatu hubungan antara pihak yang memberi pinjaman dengan yang terhutang.

Manajemen Piutang

Manajemen piutang adalah praktik atau sistem yang dibuat oleh perusahaan melalui proses perencanaan, pengawasan, pengendalian uang yang ditagihkan kepada pihak yang meminjam. Tagihan kepada pihak lain yang dimaksud adalah tagihan perorangan maupun perusahaan atas setiap aktiva

atau aset perusahaan yang timbul dari transaksi kredit. Adapun fungsi manajemen piutang dapat dilihat melalui empat fungsi utamanya yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Penerapan atau pengarahan, dan Pengawasan.

Ada beberapa langkah yang bisa dilakukan dalam penerapan manajemen piutang yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Standar Kredit

Standar kredit merupakan kualitas minimal yang digunakan untuk menilai apakah peminjam layak untuk diberikan kredit atau pinjaman. Dengan menentukan standar kredit, perusahaan bisa menentukan besaran pemberian kredit serta jangka waktu yang diberikan untuk melakukan pelunasan. Ada beberapa versi kriteria dalam menganalisis standar kredit yaitu 5C

(*Characteristic, Capability, Capital, Collateral, Condition*), dan 5P (*Party, Purpose, Prospect, Protection, Payment*), dan 3R (*Return, Repayment, Risk*).

2. Persyaratan Kredit

Persyaratan kredit yang dimaksud adalah meliputi ketentuan-ketentuan yang dibuat perusahaan dalam mengelola piutangnya. Syarat kredit meliputi penentuan periode kredit, potongan tunai, penetapan bunga dan syarat-syarat lain yang diberikan kepada pemohon pinjaman. Umumnya, syarat kredit sangat dipengaruhi dengan jenis usaha yang dijalankan, bentuk kerjasama, kondisi kreditur maupun debitur, nilai ekonomis produk, dan sifat relatif lainnya.

3. Kebijakan Penagihan

Kebijakan penagihan utang sangat didasari oleh kebijakan kredit

yang telah disepakati misalnya jumlah pinjaman yang diterima, periode kredit, dan persyaratan khusus lainnya. Perusahaan harus jeli dalam menentukan kebijakan penagihan pinjaman. Mulai dari media penagihan apakah melalui email, penagihan langsung, atau melalui agen.

4. Mengandalkan Pihak Ketiga

Kebijakan terakhir bukanlah prinsip utama yang bisa dilakukan untuk mengefisiensi manajemen piutang perusahaan. Namun di dalam persaingan yang semakin ketat dan sangat volatile mengandalkan pihak ketiga merupakan pilihan terbaik. Pihak ketiga yang dimaksud adalah pihak di luar perusahaan yang membantu mengelola piutang perusahaan misalnya adalah menggunakan layanan teknologi

keuangan atau konsultasi dengan konsultan bisnis.

Piutang Tak Tertagih / Kerugian Kredit Ekspektasian (*Expected Credit Loss*)

Piutang tak tertagih menurut Kieso dan Weygand (2008) merupakan “Kerugian pendapatan yang memerlukan pencatatan melalui entri jurnal yang tepat dalam akun tersebut, penurunan aset piutang usaha, dan penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham”. Menurut Stice (2009:417), yang diterjemahkan oleh Syam Setya, “Piutang yang nyata-nyata tidak dapat ditagih karena penjualan secara kredit, yang merupakan kerugian bagi kreditur”.

Pengakuan Kerugian Kredit Ekspektasian

PSAK 71 memperkenalkan metode kerugian kredit ekspektasian dalam mengukur kerugian instrumen

keuangan akibat penurunan nilai instrumen keuangan. Standar yang mengacu kepada *International Financial Reporting Standard* (IFRS) 9 ini akan menggantikan PSAK 55 yang sebelumnya berlaku. Berbeda dengan PSAK 55 sebelumnya yang mengakui kerugian kredit pada saat peristiwa kerugian kredit terjadi (*incurred loss*), metode yang diperkenalkan PSAK 71 ini mensyaratkan pengakuan segera atas dampak perubahan kerugian kredit ekspektasian setelah pengakuan awal aset keuangan. Kini, dasar pencadangan adalah ekspektasi kerugian kredit (*expected credit loss*) di masa mendatang berdasarkan berbagai faktor; termasuk di dalamnya proyeksi ekonomi di masa mendatang.

Berdasarkan standar akuntansi baru ini, artinya, korporasi harus menyediakan cadangan

kerugian atas penurunan nilai kredit (CKPN) untuk semua kategori kredit atau pinjaman, baik itu yang berstatus lancar (*performing*), ragu-ragu (*underperforming*), maupun macet (*non-performing*). Untuk kredit lancar, misalnya, korporasi harus menyediakan CKPN berdasarkan ekspektasi kerugian kredit dalam 12 bulan

Pemindahan Risiko Atas Kemungkinan Tak Tertagihnya Piutang

Menurut Hery (2012), perusahaan seringkali mencoba untuk memindahkan risiko atas kemungkinan tidak tertagihnya piutang ke perusahaan lain. Ada beberapa cara yang efektif yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

- Mentransfer risiko tersebut ke perusahaan lain selaku penerbit kartu kredit.

- Perusahaan dapat menjual piutangnya ke *factor* (pembeli piutang, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya)

Sistem Penjualan Kredit

Menurut Soemarso (2009), penjualan adalah penjualan barang dagang oleh perusahaan, penjualan dapat dilakukan secara kredit dan tunai. Menurut Philip Kotler (2000) yang di terjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra dalam buku “Manajemen Pemasaran”, pengertian penjualan ialah “proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”. Menurut Moekijat (2000) penjualan ialah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli

dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sedangkan pengertian lain dari penjualan kredit adalah penjualan kredit menimbulkan tagihan kepada pelanggan sebesar harga jual bersih setelah *trade discount*. Dari definisi-definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa sistem penjualan kredit adalah rangkaian kegiatan yang mengatur tentang penyerahan barang kepada pembeli yang pembayarannya dilakukan kemudian hari sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Menurut Haryono (2003), penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan perjanjian dimana pembayarannya dilaksanakan secara bertahap, yaitu:

1. Pada saat barang-barang diserahkan kepada pembeli, penjual menerima pembayaran pertama sebagian dari harga penjualan (diberikan *down payment*).

2. Sisanya dibayar dalam beberapa kali angsuran.

Menurut Syamsudin (1994:256) menjelaskan bahwa kebijakan penjualan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan.

Kebijakan kredit sangat penting dalam pengelolaan piutang. Banyak atau sedikitnya piutang tak tertagih sangat dipengaruhi oleh kebijakan kredit yang diterapkan di perusahaan. Sebelum suatu fasilitas kredit diberikan maka manajemen

perusahaan harus merasa yakin bahwa kredit yang diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit tersebut disalurkan. Penilaian kredit oleh perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang pelanggannya, seperti melalui prosedur penilaian yang benar.

Dalam melakukan penilaian kriteria-kriteria serta aspek penilaiannya tetap sama. Begitu pula dengan ukuran-ukuran yang ditetapkan sudah menjadi standar penilaian setiap perusahaan. Kriteria penilaian yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang benar-benar menguntungkan dilakukan dengan analisis 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri. Jenis penelitian dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Sekaran (2011:158), studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi.

Tujuan menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis sistem informasi akuntansi penjualan yang telah dilaksanakan PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dan sistem informasi akuntansi penjualan dalam

menurunkan tingkat piutang tak tertagih. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena data yang dihasilkan berupa kata-kata atau gambaran yang menjelaskan suatu fenomena (Sugiyono, 2015). Proses analisis data pada metode penelitian kualitatif dilakukan secara induktif, yang mana peneliti akan melakukan analisa data berdasarkan pada data yang didapat dari lapangan secara berulang-ulang sehingga menghasilkan suatu temuan.

Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Wonokoyo Jaya Kusuma, yang berkedudukan di Jl. Raya Rangkas Bitung Km. 2 Desa Cikande, Kecamatan Cikande, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Perusahaan bergerak dalam bidang industri pembuatan makanan ternak, budidaya ternak ayam dan pembibitan ayam serta industri yang terkait dengan bidang-bidang tersebut. Penelitian

dilakukan di PT. Wonokoyo Jaya Kusuma karena perusahaan bergerak di lini produksi salah satu sumber makanan utama di Indonesia, yaitu peternakan ayam, sehingga menjadi hal yang penting untuk diketahui bagaimana perusahaan mengelola piutang yang dimiliki.

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:148), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Menurut Moleong (2010:168) pada penelitian kualitatif, peneliti memiliki kedudukan khusus, yaitu sebagai perencana, pelaksana pengumpul data, analisis, penafsir data, serta pelapor hasil penelitiannya. Kedudukan peneliti tersebut menjadikan peneliti sebagai instrumen utama didukung oleh pedoman

wawancara (*interview guide*) dan catatan lapangan (*field notes*).

Instrumen yang dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan instrumen interview berupa wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam proses alur piutang perusahaan, yaitu Manajer Kredit Kontrol, Direktur Marketing, dengan GM Keuangan dan Akuntansi. Kemudian dilakukan juga pengambilan data dengan instrumen observasi, berupa pengamatan langsung ke lapangan, pengambilan dokumen yang dibutuhkan, dan pengambilan data melalui kuisisioner yang ditujukan ke pihak-pihak yang terkait. Digunakan juga instrumen dokumentasi, yaitu dengan mencari peraturan yang sesuai dengan standar akuntansi piutang.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016:225) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menurut Kriyantono (2010:41) data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Data yang dihimpun adalah data mengenai struktur organisasi, data sistem informasi akuntansi siklus penjualan, laporan umur piutang, dan data pendukung lainnya dari PT. Wonokoyo Jaya Kusuma.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah wawancara, dan dokumentasi.

Wawancara berisikan pertanyaan dan jawaban dari subjek penelitian.

Dokumentasi merupakan data tambahan yang berfungsi sebagai pendukung data sebelumnya. Sumber data tertulis dapat berupa simbol, huruf dan angka yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:335), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode penganalisaan data yang berbentuk uraian kata-kata atau kalimat atau berupa laporan yang dikumpulkan dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan mengkaji, memaparkan, menelaah, dan menjelaskan data-data dari PT Wonokoyo Jaya Kusuma. Analisis ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian dengan menggunakan keterangan-keterangan yang tidak berbentuk angka. Dalam penelitian kualitatif, analisis data tidak harus menunggu selesainya pengumpulan data. Analisis data bersifat berkelanjutan dan dikembangkan sepanjang program (Sugiyono 2015:40-42).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PT. Wonokoyo Jaya Kusuma merupakan perusahaan industri pakan ternak yang berdomisili di Serang, Banten. Sudah menjalankan bisnisnya sejak tahun 1996 di bawah induk PT. Wonokoyo Jaya Corporindo, PT. Wonokoyo Jaya Kusuma terus berkembang dalam bisnisnya dalam bidang peternakan. Produk utama yang dihasilkan adalah pakan untuk ternak/unggas, meliputi pakan untuk ayam ras (*broiler* atau *ayam pedaging*, dan *layer* atau *ayam petelur*) dan ayam buras (kampung); ikan emas, ikan bawal, dan ikan nila; bebek; dan burung puyuh. Dengan luas lahan pabrik sebesar 10 Hektar, PT. Wonokoyo Jaya Kusuma terus berinovasi dalam meningkatkan mutu produknya agar dapat terus menyesuaikan keinginan pasar dan

mendominasi dalam dunia pakan ternak.

Jumlah pelanggan yang terdaftar di PT. Wonokoyo Jaya Kusuma terus bertambah. Saat ini telah terdaftar lebih dari 100 pelanggan, termasuk di dalamnya terdapat pelanggan dalam bentuk perusahaan (PT dan CV) dan pelanggan perseorangan (peternakan pribadi). Dengan banyaknya jumlah pelanggan, tentu menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang telah bergabung untuk menggunakan produk hasil dari produksi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Selain itu, diperlukan prinsip kehati-hatian yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menerima pelanggan-pelanggan baru. Perusahaan juga harus dapat menjaga likuiditas dari piutang yang dimiliki terhadap pelanggan-pelanggannya

untuk dapat menjaga *cashflow* keuangan perusahaan.

Analisa Kebijakan Piutang di PT. Wonokoyo Jaya Kusuma

PT. Wonokoyo Jaya Kusuma merupakan salah satu perusahaan pakan ternak dengan valuasi terbesar di antara perusahaan pakan ternak lainnya di Indonesia. Dengan nilai penjualan yang tidak sedikit, piutang menjadi salah satu komponen besar di dalam aset perusahaan, karena sebagian besar bentuk penjualannya merupakan kredit. Piutang sangat erat kaitannya dengan pendapatan perusahaan karena merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan perhatian khusus terhadap piutang yang dimiliki oleh PT. Wonokoyo Jaya Kusuma karena piutang juga merupakan salah satu pengaruh utama yang mempengaruhi *cashflow* suatu perusahaan. Oleh

karena itu, peneliti ingin mengangkat topik penelitian yaitu Evaluasi Pengelolaan Piutang Usaha Terhadap Risiko Piutang Tak Tertagih dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghindari piutang tak tertagih.

Salah satu fokus utama dari penelitian ini adalah apakah pengelolaan piutang terpengaruh oleh pandemi Covid-19, sehingga fokus pertama peneliti terdapat pada piutang di tahun 2020. Dari data yang telah tersaji, peneliti menemukan bahwa di tahun 2020 piutang dengan umur 91 sampai 120 hari dari PT. Wonokoyo Jaya Kusuma masih mendominasi kelompok umur piutang yang telah jatuh tempo di tahun 2020 dengan jumlah 27.25%. Menurut Hery (2015:215), “lamanya hari mulai saat piutang tersebut jatuh tempo hingga laporan umur piutang (*aging schedule*) dibuat. Berdasarkan

umur piutang, piutang yang sudah lama beredar (jatuh tempo) sangat kecil kemungkinan untuk bisa ditagih.” Oleh karena itu, peneliti hendak mencari tahu mengapa piutang dengan umur di atas 90 hari masih mendominasi di kelompok umur piutang tahun 2020. Hal tersebut dilakukan dengan melihat kembali bagaimana kinerja dari pedoman yang dimiliki oleh perusahaan yang mengatur proses penerimaan piutang perusahaan dari mulai penerimaan pelanggan baru, proses penerimaan dan penagihan piutang, hingga ke pengendalian kualitas pelanggan.

Setelah penghimpunan dokumen mengenai proses penerimaan pelanggan hingga penagihan pelanggan, peneliti melakukan wawancara dengan Manager Kredit Kontrol di PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Dari hasil

wawancara, didapatkan kesimpulan bahwa mengenai kebijakan dalam melakukan penjualan, Divisi Marketing mengikuti pedoman dari Departemen Kredit Kontrol sebagai bagian dari pengawasan manajemen terhadap penjualan yang dilaksanakan oleh Marketing agar dapat memastikan kualitas dari calon pelanggan.

Untuk penerimaan pelanggan, setiap Marketing yang bertanggung jawab sesuai daerah operasional pelanggannya masing-masing melaksanakan kunjungan langsung ke pabrik dari pelanggan. Di sana Marketing meninjau lokasi dari pabrik, melihat besar kandang yang dimiliki oleh pelanggan, hingga menghitung kapasitas dari kandang ternak pelanggan. Setelah itu, dilakukanlah wawancara dengan pembeli. Wawancara meliputi pertanyaan mengenai berapa lama

bisnis dijalankan oleh pelanggan, bagaimana perkembangan dari bisnisnya selama ini, berapa populasi ternak yang dimiliki pelanggan, berapa ukuran ternak yang dihasilkan oleh pelanggan, berapa hari ternak dipanen (untuk menentukan jumlah kebutuhan pakan pelanggan), sistem kandang yang digunakan open house atau close house (untuk melihat kesinambungan usaha), pakai pakan dari perusahaan mana saja (untuk menghitung risiko *hit n run* yang dilakukan oleh pelanggan), dimana lokasi usaha, apakah dekat dengan ibukota atau tidak (untuk menghitung cost transportasi ekspedisi), bagaimana ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap bisnisnya dalam 2 sampai 3 tahun ke depan, dan jaminan apa yang diberikan oleh pelanggan untuk menjamin nilai dari pembelian yang akan dilakukan oleh pelanggan secara kredit.

Hasil dari survey lapangan yang dilakukan oleh Marketing kemudian diserahkan ke Departemen Kredit Kontrol untuk direview kembali. Hal ini dilakukan untuk menghindari Marketing yang terlalu fokus mengejar target sehingga tidak memperhatikan kesehatan dari kualitas pelanggan. Direktur Marketing juga meminta Manajer Kredit Kontrol untuk mengonfirmasi ulang untuk memastikan hasil wawancara sesuai dengan keadaan sebenarnya. Kemudian PPOP disetujui oleh Managing Director untuk kredit dengan plafon di bawah 1 Miliar, dan PPOP disetujui oleh Wakil Presiden Direktur untuk kredit dengan plafon di atas 1 Miliar.

Menurut peneliti, kebijakan yang tidak tertulis ini sudah cukup mumpuni bagi perusahaan untuk dapat mengontrol piutangnya dengan baik. Kemudian, peneliti

menghimpun data *time series* penjualan dan piutang serta pengelompokan umur piutang dari tahun 2016 hingga tahun 2020.

Dari data tersebut, terlihat bahwa piutang dengan umur 91 hingga 120 hari di tahun 2017 mengalami peningkatan yang sangat signifikan bila dibandingkan dengan tahun 2016, yaitu dari 3.44% di tahun 2016 meningkat menjadi 42.78% di tahun 2017. Peneliti kemudian mencari informasi mengapa bisa terjadi kenaikan piutang dengan umur 91 hingga 120 hari yang sangat signifikan di tahun 2017.

Dari penjelasan Manajer Kredit Kontrol selaku manajemen dari PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, kenaikan yang signifikan tersebut disebabkan karena banyak hal. Di tahun tersebut, ada kebijakan stop impor dari pemerintah untuk khususnya komoditas jagung, yang

merupakan salah satu komponen bahan baku dari pakan ternak, dengan tujuan untuk memberdayakan dan melindungi petani dalam negeri. Di saat impor jagung mulai dikurangi, volume produksi jagung lokal meningkat. Namun kualitas jagung lokal belum mampu memenuhi kebutuhan untuk pakan ternak. Farid dan Lestari (2015) menyampaikan bahwa seluruh jagung impor pada saat itu langsung diserap oleh industri pakan ternak. Penyebabnya adalah sistem distribusi yang belum tertata dengan baik dan kualitas dari jagung lokal yang hanya mampu diserap 60% oleh gudang industri pakan ternak di masa panen raya, sehingga sisanya mengalami penurunan kualitas seiring waktu. Hal tersebut menyebabkan kenaikan HPP dari pakan. Dan harga jual dari *live bird* tidak bisa berubah drastis menyesuaikan harga pakan yang melonjak, sehingga pelanggan

kebanyakan kesulitan mengontrol *cashflow*nya. Dampak dari hal tersebut adalah terjadinya penurunan penjualan pakan ternak.

Selain itu, manajemen juga mengalami permasalahan di internal manajemen yang menyebabkan pengendaliannya kurang terkontrol dengan baik. Marketing terlalu banyak mengejar target namun kurang memperhatikan kesehatan dari pelanggan, sehingga banyak piutang yang penagihannya kurang lancar. Kompetitor yang bersaing dalam bidang pakan ternak juga semakin banyak, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Yang sebelumnya hanya sekitar 10 perusahaan dengan omset paling dominan, saat ini sudah ada lebih dari 100 perusahaan yang juga bergerak sebagai pabrik pakan ternak. Hal ini menyebabkan persaingan semakin

ketat dengan pangsa pasar semakin berkurang.

Dengan terjadinya banyak hal tersebut, manajemen melakukan banyak pembenahan di tahun 2017 hingga 2018, yaitu dengan melakukan restrukturisasi struktur organisasi perusahaan. Restrukturisasi disusun dengan harapan terjadi pemerataan tugas kepada beberapa penanggung jawab, sehingga pelaksanaan tugasnya lebih terstruktur dan fungsi pengawasannya dapat berjalan lebih baik. Terkhusus di bidang marketing, pembagian daerahnya diperluas dengan menempatkan beberapa Manajer, sehingga penanggung jawaban terhadap pelanggan dapat berjalan lebih baik. Setelah itu, Marketing yang dulunya melaksanakan pengawasan di bawah Managing Director, pelaksanaan yang baru mengikuti koordinasi dan arahan dari Departemen Kredit Kontrol,

sehingga fungsi pengawasan terhadap kualitas pelanggan dan nilai penjualan lebih dapat dikontrol. Dari Departemen Kredit Kontrol juga melakukan pengetatan dalam prosedur PPOP dan survey 5C dan SWOT saat wawancara, sehingga analisa terhadap pelanggan menjadi lebih baik.

Dari pembenahan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, terlihat bahwa piutang dengan umur 91 sampai 120 hari di tahun 2017 hingga tahun 2020 mengalami penurunan, sehingga manajemen berpendapat bahwa manajemen berhasil melaksanakan strategi penanganan piutang bermasalahnya dengan baik.

Analisa Pencadangan Piutang PT. Wonokoyo Jaya Kusuma

Dalam pengelolaan piutang, dibutuhkan formulasi yang tepat

untuk dapat mencadangkan nilai piutang yang dimiliki oleh perusahaan agar mengurangi risiko kerugian dari tidak tertagihnya piutang. Kerugian yang dimaksud merepresentasikan kerugian kredit ekspektasian yang timbul dari peristiwa gagal bayar instrumen keuangan yang mungkin terjadi dalam 12 bulan setelah tanggal pelaporan.

Dari data yang tersaji, terlihat bahwa dalam tahun 2018 ke bawah, penilaian akan pencadangan piutang masih menggunakan *single rate*, dengan nilai 1.478.647.000, yang merupakan sekitar 1 persen dari jumlah Piutang. Di tahun 2019, *rate* yang digunakan menjadi sekitar 2 persen dari jumlah Piutang, yaitu sekitar 3 Miliar. Dari penjelasan manajemen, hal tersebut dilakukan atas dasar permintaan Auditor untuk meningkatkan pencadangan atas

kemungkinan kerugian piutang, dengan tujuan untuk memperkuat nilai pencadangan tersebut. Hal itu juga menyesuaikan PSAK yang terbaru, dari PSAK 55 menjadi PSAK 71 tentang Instrumen Keuangan.

Evaluasi Pengelolaan Piutang PT. Wonokoyo Jaya Kusuma

Penelitian telah dilaksanakan dengan proses yaitu melakukan pengumpulan data dan dokumen mengenai proses piutang usaha PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dimulai dari penerimaan pelanggan baru, proses Penerimaan/Penolakan Order Penjualan, kemudian hingga ke penagihan piutang usaha. Setelah itu, dilakukan juga wawancara dengan manajer-manajer bidang terkait mengenai proses pengelolaan piutang usaha PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Dokumen terkait proses yang dilakukan bidang-bidang terkait juga sudah didapatkan. Dengan

terkumpulnya dokumen dan juga informasi-informasi terkait, peneliti melakukan analisa dan evaluasi mengenai pengelolaan piutang usaha PT. Wonokoyo Jaya Kusuma.

Tentu tidak ada pedoman khusus yang mengatur bagaimana prosedur pemberian kredit kepada pelanggan yang benar pada bidang usaha pakan ternak, sehingga pengalaman dari perusahaan di masa lalunya menjadi kunci bagaimana perusahaan selalu beradaptasi di setiap kondisi di masa yang akan datang. Dalam proses penerimaan pelanggan baru, perusahaan sudah menetapkan 6C (*Capacity, Character, Capital, Collateral, Condition, dan Constraint*) dalam proses analisa kemampuan kredit pelanggan, yaitu dengan melakukan wawancara dengan 4 analisa yang penyebutannya sedikit berbeda, yaitu *Capacity, Collateral, Character, dan*

Capability. Setiap bagiannya mampu menjelaskan kualitas dan kemampuan dari calon pelanggan yang akan membeli produk hasil produksi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, sehingga dapat dipastikan bahwa pelanggan akan melakukan pembayaran sesuai ketentuan yang akan disetujui dalam proses PPOP nantinya. Meskipun dalam pelaksanaannya, terdapat juga pelanggan yang kesulitan dalam melakukan pelunasan pembayaran kreditnya. Penyelesaian masalah dilakukan *per case*, yaitu *treatment* yang berbeda pada setiap pelanggan. Dikarenakan beberapa pelanggan merupakan peternakan pribadi dan tidak memiliki pengalaman yang cukup dalam bidang administrasi, perusahaan seringkali membantu pelanggan yang mengalami kesulitan, sehingga perusahaan juga turut andil dalam pengembangan kualitas dari pelanggan yang tidak memiliki

sumber yang cukup baik dalam mengelola bisnisnya.

Dalam proses penilaian pelanggan, pertanyaan dengan sistem SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) juga sudah ditanyakan pada bidang usaha pelanggan. Hal-hal ini menjamin kemampuan dari pelanggan yang sesuai dengan kondisi aslinya, sehingga setiap penerimaan penjualan dapat meyakinkan perusahaan hingga ke proses pelunasan piutangnya. Seperti pada sampel dokumen yang peneliti dapatkan, bahwa perusahaan menilai bagaimana karakter dari pelanggan dan bagaimana pelanggan mampu melunasi pembelian kredit nantinya, juga bagaimana pelanggan memberikan jaminan yang mampu menjamin kredit yang akan diambil oleh pelanggan.

Prinsip kehati-hatian juga sudah diterapkan oleh PT. Wonokoyo

Jaya Kusuma. Hal ini dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan menetapkan jaminan utang pada pelanggan sesuai dengan risikonya masing-masing sehingga pelunasan piutang menjadi lebih terjamin. Jaminan tersebut kemudian dinilai oleh lembaga independen sehingga dapat meyakinkan dalam menjamin utang yang diambil oleh pelanggan. Dalam pelaksanaannya, perusahaan mewajibkan setiap pelanggannya untuk memberikan jaminan utang berupa aset yang mereka miliki untuk menjamin pelunasan pembayaran kredit pelanggan. Namun, ada beberapa pelanggan yang tidak memberikan jaminan seperti pada pelanggan perusahaan besar, karena sudah memiliki *track record* transaksi yang baik dengan perusahaan.

Pengalaman dari masa lalu menjadi kunci bagaimana perusahaan mampu mengatasi masalah yang

dihadapi secara efektif dan efisien, yang juga diharapkan semakin memperketat internal perusahaan terkhusus di sumber daya manusianya agar semua dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan prosedur yang berlaku. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dinilai sudah melakukan evaluasi akan kekurangannya di masa lalu dengan baik. Kesalahan pada masa lalunya yaitu proses penerimaan piutang yang dilakukan sepihak oleh Marketing, sehingga fungsi pengawasan dari manajemen dinilai kurang mumpuni. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, perusahaan membentuk standar prosedural yang sudah menerapkan prinsip kehati-hatian dalam menerima kredit. Fungsi pengawasan dilakukan dengan membentuk dokumen yang membutuhkan persetujuan dari beberapa pihak, seperti dari Manajer Kredit Kontrol, GM Keuangan dan

Akuntansi, Direktur Marketing, *Managing Director*, hingga Wakil Presiden Direktur, sehingga setiap transaksi piutang diketahui oleh pihak-pihak yang terkait, tidak berfokus kepada Marketing atau Kredit Kontrol saja. Dalam setiap penerimaan order penjualan, perusahaan memperhatikan plafon kredit yang ada sebelumnya, yang *dimonitoring* dengan proses PPOP, sehingga tidak terjadi penumpukan piutang oleh pelanggan dan likuiditas piutang lebih terjamin.

PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dalam mengantisipasi terhadap piutang yang tak tertagih melakukan pencadangan terhadap nilai piutangnya. Pencadangan terhadap nilai piutang diperlukan untuk mengurangi risiko apabila piutang sewaktu-waktu tidak dapat tertagih sesuai dengan nilainya akibat dari berbagai sebab. Dalam

pelaksanaannya, PT. Wonokoyo Jaya Kusuma melakukan pencadangan dengan menetapkan *single rate* setiap tahunnya. *Rate* yang ditetapkan adalah 1% dari nilai keseluruhan piutang usaha. Namun, sejak tahun 2019, sesuai dengan rekomendasi dari Auditor Independen, perusahaan meningkatkan *ratanya* menjadi sekitar 2% dari nilai piutang dengan asumsi adanya peningkatan risiko piutang yang tak tertagih, sehingga memperkuat nilai pencadangan tersebut. Penetapan pencadangan tersebut sudah sesuai dengan PSAK 71. Apabila sebelumnya pada PSAK 55 mensyaratkan pengakuan atas dampak perubahan kerugian kredit ekspektasian pada saat peristiwa kerugian kredit terjadi (*incurred loss*), pada PSAK 71 mensyaratkan untuk pengakuan segera atas dampak perubahan kerugian kredit ekspektasian setelah pengakuan awal

aset keuangan. Pencadangan atas risiko piutang tak tertagih dilakukan pada semua kategori kredit, baik kredit lancar, kredit ragu-ragu, maupun kredit macet, dari yang sebelumnya hanya mencadangkan kredit macet.

Untuk dapat lebih menjamin bahwa piutang pelanggan dapat dilunasi, *appraisal* pada *collateral* atau jaminan yang diberikan kepada perusahaan harus dilaksanakan lebih teliti. Jangan sampai jaminan yang diberikan sangat kurang ataupun tidak senilai dengan nilai piutang pelanggan. Harapannya, apabila pelanggan sewaktu-waktu tidak menyanggupi pelunasan dengan baik, maka jaminan dapat menjadi *backup* yang baik untuk perusahaan agar dapat menjaga pendapatannya dengan baik. Pada pelaksanaannya, PT. Wonokoyo Jaya Kusuma sudah memperketat persyaratan kreditnya

dengan baik dalam hal jaminan, dilihat dari contoh Dokumen Prospek Pelanggan yang memperlihatkan secara detail jaminan yang diberikan oleh pelanggan senilai dengan piutang yang ditanggungnya.

Salah satu cara untuk mengetahui pengelolaan piutang yang efektif dapat dilakukan dengan menghitung tingkat perputaran piutang dari hasil piutang perusahaan. Tingkat perputaran piutang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktivitas dari piutang yang dimiliki perusahaan. Rasio perputaran piutang ini menggambarkan seberapa besar dana dalam piutang perusahaan berputar menjadi kas (Sugiyarso dan Winarni 2005:34). Peneliti melihat terjadinya penurunan tingkat perputaran piutang setiap tahunnya, mulai dari 6.03 kali di tahun 2017 hingga menjadi 5.03 kali di tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa

tingkat perputaran piutang perusahaan menurun, sehingga dibutuhkan perhatian khusus dari manajemen agar dapat mengelola tingkat perputaran piutang terhadap penerimaan penjualan di tahun yang akan datang.

Analisa lebih lanjut kemudian dilakukan dengan melihat dari *aging schedule* yang telah disajikan. Terlihat bahwa meskipun persentase piutang terhadap penjualan meningkat, namun di umur piutang di atas 90 hari mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2017 hingga ke tahun 2020. Semakin lama umur piutang, maka semakin tinggi risiko tidak tertagihnya. Dikarenakan perusahaan mampu mengelola piutang di atas 90 hari dengan baik, maka bisa dikatakan bahwa proses yang sedang berjalan yang dilakukan oleh manajemen sudah berlangsung dengan efektif.

Peneliti menilai bahwa perusahaan telah mampu mengelola kondisi piutang yang dimiliki. Dalam setiap prosesnya sudah memperhatikan pedoman yang disusun oleh perusahaan dan sudah memenuhi ketentuan-ketentuan sesuai dengan teori mengenai piutang dan sistem penjualan kredit. Tentunya perusahaan masih dalam masa *recovery* dan tren yang ditunjukkan rata-rata mengarah kepada tren positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terhadap pengelolaan piutang yang diterapkan oleh PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, disimpulkan bahwa:

1. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma telah menyusun dan melaksanakan sistem penjualan kreditnya mulai dari penerimaan

pelanggan baru, penerimaan order penjualan, penagihan atas piutang penjualan, hingga penerimaan pembayaran piutang penjualan dengan baik. Struktur organisasi yang dimiliki perusahaan telah berjalan dengan baik sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing.

2. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma dalam pelaksanaan menerapkan prosedur pengelolaan piutang sudah cukup optimal untuk mengurangi risiko terjadi tak tertagihnya piutang.
3. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma telah menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pelaksanaan kegiatannya, yang terkandung dalam proses PPOP dan penetapan jaminan utang pelanggan. Perusahaan juga telah melakukan pencadangan terhadap

piutang tak tertagihnya sesuai dengan PSAK 71.

4. Pembayaran atas piutang yang diterima oleh perusahaan cenderung telat diterima, tidak sesuai dengan ketentuan awal yang disetujui, sehingga berpotensi untuk mengganggu *cashflow* dari perusahaan.
5. Permasalahan yang terjadi di tahun 2016-2017 sudah bisa dikendalikan oleh manajemen, namun tingkat piutang terhadap penjualan masih perlu diperhatikan lebih lanjut.
6. Kondisi piutang dan pencadangannya dilakukan oleh perusahaan dengan baik, sehingga belum menunjukkan urgensi penghapusan piutang yang tidak tertagih.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tidak dilakukan observasi secara langsung

untuk mengamati kegiatan pencatatan dan proses penjualan kredit secara penuh, dikarenakan kondisi pandemi sehingga perusahaan tidak berkenan untuk dilakukan peninjauan secara langsung. Perusahaan juga tidak mengizinkan peneliti untuk pengamatan pengolahan data keuangan secara langsung.

Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan penelitian di atas, maka saran yang dapat diberikan kepada PT. Wonokoyo Jaya Kusuma adalah manajemen perlu berhati-hati dalam menangani piutang di tahun yang akan datang, mengingat terjadinya peningkatan jumlah piutang terhadap nilai penjualan setiap tahunnya dan penurunan tingkat perputaran piutang, sehingga dapat menjaga kelancaran *cashflow* perusahaan dengan baik.

Teruntuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian di bidang yang sama, saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian tentang piutang di jenis perusahaan serupa lainnya.
2. Apabila peneliti selanjutnya mengambil studi kasus pada perusahaan ini, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari kesimpulan yang telah dihasilkan dari penelitian ini.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam jurusan akuntansi, khususnya yang membahas piutang di jenis perusahaan serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Z. (2010). *Intermediate Accounting*. Edisi 6. Yogyakarta : BPFE.
- Basalamah, Aisyah. (2017). '*Analisis Manajemen Piutang (Studi Kasus Pada PT Baltec Exhaust dan Inlet System Indonesia)*'. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.
- Bungin, M. Burhan. (2008). *Penelitian kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. (2002). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publications.
- Farid, M. & Lestari, M. (2015). *Potret Jagung Indonesia - Menuju Swasembada Tahun 2017*.

- Diakses dari website Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan <http://bppp.kemendag.go.id/publikasi/leaflet/view/NDM%3D>
- Ghodselahe, Ahmad; Amirmadhi, Ashkan (2011). *Application of Artificial Intelligence Techniques for Credit Risk Evaluation. International Journal of Modeling and Optimization*, Vol. 1, No. 3, August 2011.
- Hery. (2015). *Pengantar Akuntansi Comprehensive Edition*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Kieso, Weygandt, dan Warfield. (2011). *Akuntansi Intermediate*, Edisi Kedua Belas, Erlangga, Jakarta.
- Manajemen Piutang Usaha: Pengertian, Tujuan dan Analisis*. (2021). Diakses dari website <https://www.rusdionoconsulting.com/manajemen-piutang-usaha/>
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Riwayati, Sri. (2014). '*Analisis Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak Tertagih Pada PT XYZ*.'
- Sadiqin. (2021) '*Implementation of Accounts Receivable Control Against the Risk of Doubtful Accounts at PT Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch*'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.109-114. Retrieved from

<https://embiss.com/index.php/embiss>

Sugiyarso, G. & Winarni, F. (2005). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Syaputera, Khairani. (2013). '*Analisis Piutang Tak Tertagih Pada PT Bima Finance Palembang*.' QS Economics, STIE MDP. Retrieved from <http://eprints.mdp.ac.id/923/1/Jurnal%2009210075%20Erdi%20Kurniawan%20Syahputera.pdf>

Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.

Widyantari, P; Sugiarta, I K; Hudiananingsih, P D. (2019). *Analysis of the Effectiveness of Accounts Receivable Management on the Risk of Uncollectible Accounts at Four Seasons Resort Bali at Jimbaran Bay*. **Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 149-154, oct. ISSN 2655-2590. Available at: <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JASAFINT/article/view/1546>>. Date accessed: 07 Apr. 2021. doi: <http://dx.doi.org/10.31940/jasafint.v2i2.1546>