

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tata kelola perusahaan atau *corporate governance* merupakan suatu sistem yang terdiri dari sekumpulan struktur, prosedur, dan mekanisme yang dirancang untuk pengelolaan perusahaan dengan berlandaskan prinsip akuntabilitas yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Velnampy, 2013 dalam Onasis 2016). Sistem tata kelola perusahaan mengarah kepada kumpulan peraturan dan dorongan yang digunakan pihak manajemen untuk mengarah kepada kumpulan peraturan dan dorongan yang digunakan pihak manajemen untuk mengarahkan dan mengawasi jalannya kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, tata kelola perusahaan yang baik dapat memperbesar kesempatan untuk meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan secara jangka panjang bagi pemegang saham (Onasis, 2016).

Corporate governance muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau sering kali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan return. *Corporate governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara

pemilik dan manajer. *Corporate governance* merupakan tata kelola perusahaan yang menentukan arah kinerja perusahaan (Sabrina, 2010). Forum for Commite *Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan pengertian *good corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan *intern* dan *ekstern* lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan, dengan tujuan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (Fadhlurrohman, 2017).

Konflik kepentingan ini akan menimbulkan biaya (*cost*) yang biasa disebut dengan *agency cost*. Sehingga didalam penelitian ini menggunakan teori *agency* sebagai landasan teori karena variable yang digunakan berkaitan dengan pengendalian internal perusahaan.

B. Sistem Informasi Akuntansi

1. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses dan mengumpulkan data serta transaksi untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukanya. Berikut Definisi Sistem Informasi Akuntanis menurut para ahli, Menurut Gelinas dan Dull (2012:667), bahwa sistem informasi akuntansi adalah sebuah subsistem khusus dari system informasi yang mampu mengoleksi, memproses, dan melaporkan informasi yang berhubungan dengan aspek keuangan dalam suatu peristiwa bisnis.

Sedangkan menurut Azhar Susanto (2018:72), bahwa sistem informasi

akuntansi adalah kumpulan dari subsistem-subsistem yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mengolah data keuangan menjadi informasi keuangan yang diperlukan oleh pengambil keputusan dalam proses pengambilan keputusan.”

Selanjutnya menurut Marshall B. Romney & Paul John Steinbart (2015:10), bahwa sistem informasi akuntansi adalah “Sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan dan mengolah data untuk menghasilkan informasi bagi pengambil keputusan.” Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan sebuah sistem yang memproses dan mengumpulkan data serta menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukanya.

2. Komponen Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Azhar Susanto (2008:16) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah terintegrasi dan harmonisasi antara komponen-komponen sistem informasi akuntansi yang diantaranya *hardware*, *software*, *brainware*, prosedur, basis data, jaringan komputer dan komunikasi data.

3. Indikator Sistem Informasi Akuntansi

Adapun indikator sistem informasi akuntansi, menurut DeLone dan McLean (2003), indikator-indikator dari sistem informasi akuntansi antara lain:

- a. Adaptasi (*Adaptability*).
- b. Ketersediaan (*Availability*).

- c. Keandalan Sistem (*Reliability*).
- d. Waktu Respon (*Response Time*).
- e. Kegunaan (*Usability*).

4. Kualitas Informasi Akuntansi

a. Pengertian Kualitas Informasi Akuntansi

Selain pengertian dari sistem informasi akuntansi adapun pengertian dari kualitas sistem informasi, berikut pengertian kualitas sistem informasi akuntansi menurut para ahli.

Menurut Romney & Steinbart (2016:12) Mengemukakan Kualitas Informasi Akuntansi sebagai berikut “Indikasi dari Kualitas Informasi Akuntansi adalah mengurangi ketidakpastian mendukung keputusan, dan mendorong lebih baik dalam hal perencanaan aktivitas kerja. Pembuatan keputusan oleh manajemen akan menjadi lebih baik apabila semua faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan tersebut dipertimbangkan. Apabila semua faktor sudah dipertimbangkan, maka manajemen mempunyai risiko yang lebih kecil untuk membuat kesalahan dalam pembuatan keputusan”.

Azhar Susanto (2013:16), Menyatakan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi adalah sebagai konsep yang harus diintegrasikan dengan semua unsur dan sub unsur yang terkait dalam membentuk suatu sistem informasi akuntansi untuk menghasilkan informasi akuntansi berkualitas. Unsur-unsur tersebut disebut juga sebagai komponen sistem informasi akuntansi yang terdiri dari *hardware, software, brainware*, prosedur, *database* dan jaringan komunikasi.

Sedangkan Menurut Jogiyanto (2014:10) mengemukakan pengertian Kualitas Informasi Akuntansi “Kualitas informasi dapat digunakan untuk mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Kualitas informasi berupa dokumen operasional laporan yang terstruktur yang memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut: relevan, tepat waktu, akurasi, kelengkapan, ringkas. Kualitas informasi merupakan model pengukuran yang berfokus pada keluaran yang diproduksi oleh sistem, serta nilai dari keluaran bagi pengguna”.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Informasi merupakan integrasi dari semua unsur dan sub unsur yang merupakan karakteristik kualitas dari suatu sistem informasi sehingga menghasilkan informasi yang akurat dan efisien sehingga mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan.

Indikator Kualitas Informasi Akuntansi Terdapat beberapa indikator kualitas sistem informasi akuntansi, adapun indikatornya menurut Marcus Heidmann (2018:81), antara lain sebagai berikut :

1. *Integration.*
2. *Flexibility.*
3. *Accesibillity*
4. *Formalization.*

Sedangkan indikator kualitas sistem informasi akuntansi menurut DeLone dan McLean (2003:26) antara lain :

1. Adaptasi (*Adaptability*). *Adaptability* suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. *Adaptability*

yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna serta mudah diadaptasikan di dalam organisasi perusahaan dan mudah di adaptasi oleh pengguna.

2. Ketersediaan (*Availability*). Sistem tersebut tersedia untuk dioperasikan dan digunakan dengan mencantumkan pada pernyataan atau perjanjian tingkat pelayanan.
3. Keandalan Sistem (*Reliability*). Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan.
4. Waktu Respon (*Response Time*). Waktu respon sistem, mengasumsikan respon sistem yang cepat atau tepat waktu terhadap permintaan akan informasi.
5. Kegunaan (*Usability*). Usaha yang diperlukan untuk mempelajari, mengoperasikan, menyiapkan input, dan mengartikan output dari software.

b. Indikator Kualitas Informasi Akuntansi

Adapun indikator dari kualitas informasi akuntansi menurut Rudianto (2012:21-22), bahwa indikator kualitas informasi akuntansi antara lain :

1. Dapat dipahami.
2. Relevan.
3. Materialitas.
4. Keandalan.
5. Kelengkapan.
6. Pertimbangan.
7. Dapat dibandingkan.

8. Tepat Waktu.

Indikator dalam penelitian ini ialah Dapat Dipahami, Materialitas, Keandalan, Kelengkapan, Tepat Waktu dan Dapat Dibandingkan yang disesuaikan dengan tempat penelitian. Sedangkan menurut James O' Brien dan George M. Marakas (2010:351), indikator informasi akuntansi yang berkualitas adalah sebagai berikut:

1. *Accuracy.*
2. *Relevance.*
3. *Completeness.*
4. *Scope.*
5. *Performance.*
6. *Timelines.*
7. *Conciseness.*

Selanjutnya indikator dari kualitas informasi akuntansi menurut McLeod dan Schell (2007:46), antara lain sebagai berikut :

1. Akurat.
2. Tepat Waktu.
3. Relevan.
4. Lengkap.

C. Sistem Pengendalian Internal

1. Pengertian Pengendalian Internal

Pengendalian intern diharapkan dapat menciptakan aktivitas pengendalian

yang efektif dan efisien dalam menentukan persediaan yang optimal dimiliki oleh perusahaan, mencegah tindakan pelanggaran dan penyelewengan yang bisa merugikan perusahaan, serta memberikan pengamanan fisik terhadap persediaan dari pencurian dan kerusakan. Pengertian tentang pengendalian intern beraneka ragam, walaupun dari masing-masing definisi tersebut memiliki inti yang sama.

Definisi pengendalian intern menurut Mulyadi (2014:163) adalah sebagai berikut:

“Pengendalian intern merupakan struktur organisasi, metode dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong terjadinya kebijakan manajemen”.

Sedangkan menurut Hery (2014:11) menyatakan bahwa pengendalian intern adalah sebagai berikut.

“Pengendalian internal merupakan 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 hukum atau undang-undang serta kebijakan manajemen telah dipatuhi atau dijalankan sebagaimana mestinya oleh seluruh karyawan perusahaan.”

Sedangkan menurut Krismiaji (2010:218) definisi pengendalian intern adalah sebagai berikut:

“Pengendalian internal (Internal control) adalah rencana organisasi dan metode yang digunakan untuk menjaga atau melindungi aktiva, menghasilkan informasi

yang akurat dan dapat dipercaya, memperbaiki efisiensi dan untuk mendorong ditaatinya kebijakan manajemen’.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas dapat diartikan bahwa pengendalian internal merupakan struktur organisasi, metode dan ukuran yang digunakan untuk menjaga atau melindungi aktiva untuk menghasilkan informasi yang akurat, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi serta mendorong terjadinya kebijakan manajemen.

2. Tujuan Pengendalian Internal

Menurut Hery (2014:160) tujuan dari pengendalian internal tidak lain adalah untuk memberikan jaminan yang memadai bahwa:

- a. Aset yang dimiliki oleh perusahaan telah diamankan sebagaimana mestinya dan hanya digunakan untuk kepentingan perusahaan semata, bukan untuk kepentingan individu. Dengan demikian, pengendalian internal diterapkan agar aset perusahaan dapat terlindungi dengan baik dari tindakan penyelewengan dan kepentingan perorangan.
- b. Informasi akuntansi perusahaan tersedia secara akurat dan dapat diandalkan. Ini dilakukan dengan cara memperkecil resiko baik atas salah saji laporan keuangan yang disengaja atau tidak disengaja (kelalaian).
- c. Karyawan telah menaati hukum dan peraturan yang berlaku.

Sementara tujuan pengendalian internal menurut Azhar Susanto (2013:88) adalah sebagai berikut:

“Tujuan pengendalian internal yaitu untuk memberikan jaminan yang

meyakinkan bahwa tujuan dari setiap aktivitas bisnis akan dicapai untuk mengurangi resiko yang akan dihadapi perusahaan karena kejahatan, bahaya atau kerugian yang disebabkan oleh penipuan, kecurangan, penyelewengan dan penggelapan; untuk memberikan jaminan yang meyakinkan dan dapat dipercaya bahwa semua tanggung jawab hukum telah dipenuhi.”

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa tujuan pengendalian internal merupakan suatu proses yang dilakukan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personil lain yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai terkait terkait pencapaian tujuan perusahaan.

3. Indikator Pengendalian Internal

Menurut Mulyadi (2014:164) menyatakan bahwa ada 4 indikator pengendalian internal, yaitu sebagai berikut:

- a. Struktur Organisasi.
- b. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan.
- c. Praktik yang sehat.
- d. Karyawan yang sesuai dengan tanggung jawabnya.

Adapun penjelasan mengenai uraian di atas adalah sebagai berikut:

- a. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas yang merupakan kerangka pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan.
- b. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap aset, utang, pendapatan, dan beban. Dalam organisasi,

setiap transaksi hanya terjadi atas dasar otorisasi dari pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui terjadinya transaksi tersebut.

- c. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi. Pembagian tanggung jawab fungsional dan sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang telah ditetapkan tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak diciptakan cara-cara untuk menjamin praktik yang sehat dalam pelaksanaannya.
- d. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

Bagaimana pun baiknya struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, serta berbagai cara yang diciptakan untuk mendorong praktik yang sehat, semuanya sangat bergantung kepada manusia yang melaksanakannya.

Sedangkan, menurut R.A. Supriyono (2018:160) terdapat 5 indikator pengendalian internal, yaitu sebagai berikut:

- a. Lingkungan Pengendalian.
- b. Penilaian Risiko.
- c. Aktivitas Pengendalian.
- d. Informasi dan Komunikasi.
- e. Aktivitas Pemantauan.

Adapun penjelasan mengenai uraian di atas adalah sebagai berikut:

- a. Lingkungan pengendalian menciptakan suasana pengendalian dalam suatu organisasi dan mempengaruhi kesadaran personal organisasi tentang pengendalian serta landasan untuk semua komponen pengendalian intern yang membentuk disiplin dan struktur.

- b. Suatu peristiwa yang mempengaruhi pencapaian tujuan entitas, dan risiko terhadap pencapaian seluruh tujuan dari entitas di anggap relatif terhadap toleransi risiko yang ditetapkan.
- c. Aktivitas pengendalian adalah tindakan-tindakan yang ditetapkan melalui kebijakan-kebijakan dan prosedur- prosedur yang membantu memastikan bahwa arahan manajemen untuk mengurangi risiko terhadap pencapaian tujuan.
- d. Informasi diperoleh ataupun dihasilkan melalui proses komunikasi antar pihak internal maupun eksternal yang dilakukan secara terus-menerus, berulang, dan berbagi. Kebanyakan organisasi membangun suatu sistem informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi yang andal, relevan, dan tepat waktu.
- e. Aktivitas pemantauan merupakan kegiatan evaluasi dengan beberapa bentuk apakah yang sifatnya berkelanjutan, terpisah ataupun kombinasi keduanya yang digunakan untuk memastikan apakah masing- masing dari lima komponen pengendalian internal mempengaruhi prinsip-prinsip dalam setiap komponen, ada dan berfungsi.

D. Piutang

1. Pengertian Piutang

Piutang merupakan salah satu unsur dari aktiva lancar dalam neraca perusahaan yang timbul akibat adanya penjualan barang dan jasa ata pemberian kredit terhadap debitur yang pembayaran pada umumnya di berikan tempo 30 hari (tiga puluh hari) sampai dengan 90 hari (sembilan puluh hari), Piutang

merupakan tuntutan kepada pihak lain yang berupa uang, barang-barang atau jasa-jasa yang dijual secara kredit. Piutang bagi kegunaan akuntansi lebih sempit pengertiannya yaitu untuk menunjukkan tuntutan – tuntutan pada pihak luar perusahaan yang sangat di harapkan akan segera di selesaikan dengan penerimaan sejumlah uang tunai.

Pada umumnya piutang timbul akibat dari transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Berbagai refrensi piutang sering juga diartikan sebagai bentuk klaim yang ditujukan kepada pihak lain sebagai hasil dari transaksi untuk tujuan akuntansi sebagaimana definisi yang dikemukakan oleh Jusup (2005 : 52) merupakan hak untuk menagih sejumlah uang dari si penjual kepada si pembeli yang timbul karena adanya suatu transaksi. Piutang timbul karena adanya penjualan secara kredit kepada perusahaan lain.

Menurut Baridwan (2000:123) “istilah tagihan di sini dimaksud dengan klaim perusahaan atas uang, barang-barang atau jasa-jasa kepada pihak lain. Dalam akuntansi pengertian tagihan biasanya di gunakan untuk menunjukkan klaim akan di lunasi dengan uang.

Menurut Akbar (2014:199) menyatakan bahwa pengertian piutang meliputi semua hak atau klaim perusahaan pada organisasi lain untuk menerima sejumlah kas, barang atau jasa di masa yang akan datang sebagai akibat kejadian pada masa yang lalu.

Menurut Rudianto (2012:210) piutang adalah klaim perusahaan atas uang, barang atau jasa kepada pihak lain akibat transaksi di masa lalu.

Menurut Muslich (2013:109) menyatakan bahwa “Piutang terjadi karena

penjualan barang dan jasa tersebut dilakukan secara kredit yang umumnya dilakukan untuk memperbesar penjualan”.

Menurut Munandar (2006:77) “piutang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain yang nantinya akan dimintakan pembayarannya bagaimna telah sampai jatuh tempo”.

Oleh Soemarso (2002, 338) piutang mengandung arti: “piutang adalah hak klaim terhadap seseorang atau perusahaan lain, menuntut pembayaran dalam bentuk uang atau penyerahan aktiva atau jasa lain kepada pihak dengan siapa ia berpiutang”.

Dari beberapa definisi yang telah di ungkapkan diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan piutang adalah semua tuntutan atau tagihan kepada pihak lain dalam bentuk uang, barang atau jasa yang timbul akibat dari penjualan secara termin (*credit*), Sehingga uang baru akan di terima di masa yang akan datang.

2. Jenis-jenis Piutang

Pengklasifikasian piutang dilakukan untuk memudahkan pencatatan transaksi yang mempengaruhinya.

a. Piutang Usaha (*Account Receivable*). Menurut Skousen dan Stice (2012:361)

Piutang Usaha adalah Piutang yang dihubungkan dengan aktivitas operasi normal sebuah bisnis, yaitu penjualan kredit barang atau jasa untuk pelanggan. Piutang usaha adalah suatu jumlah pembelian kredit dari pelanggan, atau piutang timbul sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa yang di lakukan

secara kredit. Pada umumnya Piutang biasanya di perkirakan akan tertagih dalam waktu 30 sampai 60 Hari. Secara Umum, jenis piutang ini merupakan piutang terbesar yang di miliki perusahaan.

- b. Wesel Tagih (*notes receivable*). Menurut Skousen dan Stice (2012:361) Piutang wesel adalah piutang yang di terbitkan oleh janji tertulis untuk membayar sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu. Wesel Tagih adalah surat formal yang diterbitkan sebagai bentuk pengukuran utang. Wesel tagih biasanya memiliki waktu tagih antara 60-90 hari atau lebih lama serta mewajibkan pihak yang berhutang untuk membayar bunga. Wesel tagih dan piutang usaha yang disebabkan kerana transaksi penjualan biasa di sebut dengan piutang dagang (*trade account*).
- c. Piutang lain-lain (*other receivable*). Skousen dan Stice (2001:361) Piutang lain-lain adalah piutang apapun yang muncul dari transaksi yang tidak secara langsung berhubungan dengan aktivitas operasi normal sebuah bisnis. Piutang lain-lain adalah mencakup selain piutang dagang. Contoh : piutang bunga, piutang gaji, uang muka karyawan, dan restitusi pajak. Secara umum bukan berasal dari kegiatan operasional perusahaan, oleh karena itu, piutang jenis ini di klasifikasikan dan di laporkan pada bagian yang secara terpisah di neraca.

3. Faktor – faktor yang mempengaruhi piutang tak tertagih

Piutang sebagai salah satu unsur aktiva , lancar dalam neraca yang memiliki perputaran yang cepat dan kurang dari satu tahun. Oleh karena itu banyak hal yang dapat mempengaruhi besarnya piutang tersebut

Menurut Riyanto (2001: 85) faktor – faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dana yang di investasikan ke dalam piutang, yaitu :

- a. Volume Penjualan kredit. Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan, maka makin besar pula jumlah investasi dalam piutang. Dengan besar volume kredit setiap tahunnya, berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.
- b. Syarat penjualan kredit. Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat, berarti bahwa perusahaan tersebut lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas dan sebaiknya piutang yang bersifat lunak lebih mengutamakan profitabilitas.
- c. Ketentuan tentang pembatasan kredit. Dengan penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond biaya kredit yang akan di berikan kepada pelanggan. Makin tinggi plafond yang di berikan kepada pada pelanggan, makin besar pula dana yang di investasikan ke dalam piutang.
- d. Kebijakan dalam penagihan. Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam penagihan secara aktif maupn pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan aktif dalam menagih piutang akan mempunyai pengeluaran dana yang lebih besar membiayai aktivitas ini, di bandingkan dengan halyang menjalankan kebijakannya secara pasif.
- e. Kebiasaan membayar dari pelanggan. Ada sebagian pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan

mendapatkan *cash discount period*, dan ada sebagian yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam *cash discount period* atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Sebelum perusahaan menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh pelanggan, perusahaan perlu mengadakan evaluasi terhadap pelanggan. Ini dilakukan untuk mencegah resiko kredit yaitu resiko tidak terbayarnya kredit yang telah di berikan.

4. Kebijakan kredit

a. Manfaat Penjualan Kredit

Menurut Adisaputra (2003, 37) investasi pada piutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain kenaikan omset penjualan, kenaikan laba bersih, dan bertambahnya marketshare yang mana memberikan dampak positif bagi persaingan bisnis.

Adi saputra (2003, 62) mengemukakan manfaat penjualan kredit antara lain: upaya untuk meningkatkan omset penjualan, meningkatkan keuntungan, meningkatkan hubungan dagang antara perusahaan dengan pelanggannya, manfaat keuntungan berupa selisih bunga modal pinjaman yang harus dibayarkan kepada bank sebagai sumber dana pembelanjaan piutang.

Demikian juga menurut Indriyo (2005:43) "Mengemukakan keuntungan dari penjualan kredit yaitu : kenaikan hasil penjualan, kenaikan laba, persaingan".

Berdasarkan kesimpulan yang di ambil di atas, manfaat-manfaat penjualan kredit antara lain yaitu dapat meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat

meningkatkan hubungan dagang antara pelanggan dengan perusahaan yang dapat memberikan dampak positif bagi pesaing bisnis.

b. Persyaratan Kredit

Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit memerlukan pedoman untuk menentukan kepada siapa akan memberikan kredit dan berapa jumlah kredit tersebut (Plafon). Apabila plafon sudah tercapai maka customer tidak bisa mengajukan permintaan lagi untuk pengiriman barang, untuk mengurangi jumlah plafon tersebut harus melakukannya pembayaran terlebih dahulu, Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standar kredit yang diberikan, tetapi juga penetapan standar kredit tersebut dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Standar kredit. Menurut Syamsuddin (2002, 256) standar kredit dari suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit. Hal-hal seperti nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit, atau pembayaran utang-utang dagangnya, baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan-perusahaan lain, referensi- referensi kredit, rata- rata jangka waktu pembayaran utang dagang dan beberapa rasio keuangan tertentu dari perusahaan pelanggan akan dapat memberikan suatu dasar penilaian bagi perusahaan sebelum memberikan atau melakukan penjualan kredit.

2) Syarat Kredit (*Credit Term*). Syarat kredit adalah ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan terhadap konsumen untuk membayar kewajibannya (hutang). Syarat kredit dapat bersifat lunak dan ketat. Di katakan ketat yaitu perusahaan mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan laba. Di katakan lunak apabila perusahaan melakukan strategi dalam meningkatkan volume penjualan.

Persyaratan kredit ada 3 hal yaitu :

1) Potongan Tunai

Pelanggan akan tertarik untuk membayar pinjaman lebih awal. Hal ini membuat penagihan periode rata-rata (*average collection period*) akan lebih pendek dan penjualan kotor pun meningkat.

Besarnya potongan tunai yang diberikan dapat ditentukan oleh titik di mana biaya yang dikeluarkan sama dengan manfaat yang akan diterima oleh perusahaan. Bilamana perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang dilakukan maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan seperti berikut ini : Volume penjualan akan meningkat karena adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam waktu 10 hari, maka harga dari produk yang dibeli oleh perusahaan pembeli akan lebih murah. Bilamana permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastis, maka penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan dan volume penjualan.

Rata-rata pengumpulan piutang juga akan menurun karena pelanggan yang tadinya tidak mendapatkan potongan tunai, sekarang dapat mengambil potongan tunai tersebut. Hal ini tentu saja berarti suatu pembayaran yang lebih awal dan

dengan demikian dari jangka waktu rata - rata pengumpulan piutang pun akan berkurang.

Demikian pula halnya dengan kerugian piutang, karena banyaknya pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka probabilitas dari kerugian piutang atau bad debt expenses akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek negatif dari adanya potongan tunai adalah menurunnya potongan per unit dari produk yang dijual bilamana semakin banyak pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut berarti menurunnya produk yang dijual..

2) Periode kredit

Perubahan dalam priode kredit (misalnya dari net 30 hari menjadi 60 hari) juga akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh- pengaruh berikut ini diperkirakan akan terjadi bilamana perusahaan memperpanjang priode kredit yang diberikan.

Perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang juga akan meningkat. Dengan demikian peningkata volume penjualan akan mempunyai pengaruh yang positif atas keuntungan perusahaan, sedangkan rata-rata pengumpulan piutang dan kerugian piutang akan berpengaruh negatif bagi keuntungan perusahaan. Kebalikan dari hal ini, perpendekan dari periode kredit, akan mempunyai pengaruh- pengaruh yang sebaliknya.

3) Evaluasi Terhadap Pelanggan

Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui permintaan atau penambahan kredit oleh pelanggan, perusahaan perlu mengadakan evaluasi terhadap pelanggan. Ini dilakukan untuk mencegah resiko kredit yaitu resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan.

Riyanto (2003, 87-88) mengatakan bahwa “dalam menilai resiko kredit, seorang manajer kredit dapat melaksanakan penilaian 5C dari calon pelanggan, yaitu :

i. Character

Character menggambarkan keinginan atau kemauan para pelanggan untuk secara jujur memenuhi kewajiban- kewajibannya. Faktor- faktor ini sangat penting karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.

ii. Capacity

Capacity merupakan pendapat subjektif mengenai kemampuan dari pelanggan, dengan menunjukkan bahwa perusahaannya beroperasi sukses.

iii. Capital

Capital berhubungan dengan penilaian sumber-sumber finansial dari perusahaan pelanggan, terutama ditunjukkan oleh neraca.

iv. Collateral

Collateral berhubungan dengan pencerminan aktiva pelanggan sebagai jaminan atas kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.

v. *Condition*

Condition menunjukkan *impact* (pengaruh langsung) dari tren ekonomi pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

c. Pengaruh Penjualan Kredit

Penjualan tunai berdasarkan dengan arus kas masuk akan terjadi bersamaan dengan terjadinya transaksi penjualan. Adisaputro (2003,69) mengemukakan bahwa yang menyebabkan arus kas masuk dari penjualan kredit akan sangat tergantung pada: jangka waktu kredit, kerajinan dari petugas penagih piutang, mutu atau bonafiditas debitur, situasi pada umumnya.

d. Perputaran Umur Piutang (*Account receivable turn over*)

Dimaksudkan untuk mengukur likuiditas dan efisiensi piutang. Tingkat perputaran piutang tergantung dari syarat pembayaran yang diberikan oleh perusahaan. Makin lama syarat pembayaran semakin lama dana atau modal terikat dalam piutang, yang berarti semakin rendah tingkat perputaran piutang. Tingkat perputaran piutang atau *receivable turn over* dapat diketahui dengan cara membagi penjualan kredit dengan jumlah rata-rata piutang (Andreas, 2006). Faktor yang mempengaruhi perputaran umur piutang adalah:

- 1) Volume Penjualan kredit. Semakin besar proporsi penjualan kredit secara keseluruhan, penjualan akan memperbesar jumlah investasi dalam piutang.

Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.

- 2) Syarat pembayaran penjualan Kredit. Persyaratan pembayaran kredit mencerminkan termin pembayaran yang disyaratkan kepada pelanggan yang membeli secara kredit. Persyaratan kredit yang diterapkan perusahaan dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan persyaratan kredit yang ketat berarti perusahaan mengutamakan keselamatan kreditnya daripada pertimbangan profitabilitasnya.
- 3) Piutang Tak Tertagih. Piutang tak tertagih (*bad debt*) adalah Beban operasi yang muncul karena tidak tertagihnya piutang. Piutang yang di timbulkan dari penjualan kredit ini akan menimbulkan keuntungan sekaligus kerugian. Penerimaan dan keuntungan perusahaan akan meningkat karena penjualan meningkat. Tetapi kerugian yang dialami perusahaan dapat pula meningkat apabila banyaknya jumlah piutang yang tak tertagih. Kerugian ini biasa kita sebut beban piutang tak tertagih (Warrent, Reeve, dan Fees, 2005). Menurut Soemarso (2004), pembayaran adalah pembelian yang akan diikuti pembayaran, kapan suatu pembelian harus dibayar tergantung pada syarat jual beli yang ditetapkan. Disamping pembelian barang dan jasa, pembayaran dapat dilakukan untuk keperluan lain, misalnya mengembalikan pinjaman atau membagikan laba kepada pemilik.
- 4) Ketepatan Waktu (*Timeliness*) Merupakan sesuatu dimana kegiatan yang telah direncanakan dapat diselesaikan untuk pencapaian suatu hasil tertentu

pada permulaan waktu yang ditetapkan dan dapat memaksimalkan penggunaan waktu yang tersedia untuk kegiatan-kegiatan lain. Ketepatan waktu dalam pembayaran piutang berarti pembayaran piutang yang dilakukan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Pada umumnya pembayaran piutang terjadi setelah diterbitkannya surat tagihan.

E. Efektivitas Pengendalian Piutang

1. Jenis-jenis Efektivitas Pengendalian Piutang

Efektivitas pengendalian piutang sebuah perusahaan dapat diukur dengan menggunakan analisis rasio dari pengelolaan piutang perusahaan, periode penagihan, hingga tunggakan.

a. Receivable Turnover (RTO)

Menurut Soemarso S.R (2010:393) perputaran piutang (*receivable turnover*) menunjukkan berapa kali perusahaan menagih piutangnya dalam satu periode.

b. Average Collection Period (ACP)

Menurut Sudana (2011:20-24) dengan rasio ini untuk menentukan jumlah rata-rata hari yang dibutuhkan hingga dapat menagih piutang dan mengubahnya menjadi kas.

c. Rasio Tunggakan

Rasio ini menurut Keown (2008:77) berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar jumlah piutang yang sudah jatuh tempo namun belum dapat ditagihkan sejumlah penjualan kredit yang dilakukan.

d. Rasio Penagihan

Menurut Keown (2008:77) rasio ini berguna untuk mengetahui kegiatan pengumpulan piutang yang dilaksanakan oleh perusahaan hingga seberapa banyak piutang yang dapat ditagih dengan mengetahui jumlah total dari semua piutang yang dimiliki oleh perusahaan.

2. Faktor-faktor Efektivitas Pengendalian Piutang

Pada efektivitas pengendalian piutang dapat dipengaruhi oleh faktor tertentu yang baik faktor intern maupun ekstern. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas Pengendalian piutang antara lain sebagai berikut:

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 UMKM tentunya mengharapkan kerjasama dari setiap unit kerja yang terkait dengan terjadinya transaksi piutang usaha sehingga resiko yang mungkin terjadi atas piutang usaha dapat diminimalisir.

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.

c. Informasi dan Komunikasi Piutang Usaha

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

- 1) Sah
- 2) Telah diotorisasi
- 3) Telah dicatat
- 4) Telah dinilai secara wajar
- 5) Telah digolongkan secara wajar
- 6) Telah dicatat dalam periode yang seharusnya
- 7) Telah dimasukkan ke dalam buku pembantu dan telah diringkas dengan benar.

d. Aktivitas Pengendalian Piutang Usaha

1) Pengendalian pemrosesan informasi

Disekitar aktivitas pengendalian terdapat pengendalian pemrosesan informasi dimana informasi-informasi tersebut diolah dan dijadikan sebagai alat pengambil keputusan oleh manajer dan dikomunikasikan kepada personil baik secara formal maupun informal.

2) Pemisahan tugas yang memadai

Struktur organisasi menunjukkan adanya pemisahan fungsi khususnya bagian-bagian yang terkait dengan pengendalian intern piutang usaha serta sistem pemberian pinjaman.

3) Pengendalian Fisik atas Kekayaan dan Catatan

Untuk memenuhi pengendalian fisik atas piutang dan catatan, setiap bagian mengadakan lemari arsip untuk menyimpan catatan peting. Ini dilakukan

dengan memeriksa dokumen- dokumen dan mewajibkan melaporkan tingkat kolektibilitas piutang usaha dalam laporan intern.

4) Review Kinerja

Evaluasi dilakukan setiap enam bulan sekali. Ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya. Karyawan yang berprestasi akan diberikan penghargaan berupa materi.

5) Pemantauan piutang usaha

Pemantauan adalah proses penentuan kualitas kinerja pengendalian internal sepanjang waktu. Pemantauan ini mencakup penentuan desain dan operasi pengendalian tepat waktu dan pengambilan tindakan koreksi. Proses ini dilakukan melalui kegiatan yang berlangsung secara terus menerus, evaluasi secara terpisah, atau dengan berbagai kombinasi keduanya.

3. Indikator Efektivitas Pengendalian Piutang

Menurut (Mulyadi, 2015) ada 3 indikator dari efektifitas pengendalian piutang yaitu,

- a. Menyediakan Data yang Dapat Dipercaya.
- b. Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Piutang.
- c. Melindungi Harta dan Catatan Keuangan.
- d. Meningkatkan Dipatuhinya Kebijakan Manajemen.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan Sistem Informasi Akuntansi, Sistem

Pengendalian Internal, dan Efektivitas Pengendalian Piutang yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, dimana penelitian yang dulu bisa dijadikan sumber referensi yang mendukung penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu :

Penelitian yang dilakukan oleh (Anindita dan Batista , 2022) dengan judul “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang pada PT. Sentral Medika Indonesia Semarang”. Dan Penelitian yang dilakukan oleh (Hari, Henny, dan Farida : 2021) dengan judul “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang pada PT. Barokah Adi Sejahtera Medan”. Hasil dari kedua penelitian tersebut ialah Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pengendalian Internal memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas pengendalian piutang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Herni) dengan judul “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Ketepatan Pembayaran Piutang Terhadap Pengendalian Internal Penjualan (Studi Pada Divisi Usaha Bharakerta Inkoppol). Dari hasil penelitian tersebut memiliki kesimpulan bahwa Sistem Informasi Akuntansi dan Ketepatan Pembayaran Piutang berpengaruh terhadap Pengendalian Internal Penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indah, Agus, Nik Amah : 2020) dengan judul “Pengaruh SIA Penjualan dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang Pada PT. Kimia Farma Trading & Distribution, Cabang Madiun”. Dari hasil penelitian tersebut memiliki kesimpulan bahwa Sistem

Informasi Akuntansi penjualan serta pengendalian internal berpengaruh secara simultan terhadap efektivitas pengendalian piutang pada PT. Kimia Farma Trading & Distribution cabang Madiun.

G. Pengembangan Hipotesis

1. Sistem Informasi Akuntansi terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang

Untuk memperlancar semua aktivitas perusahaan agar mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu sistem informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi dapat menghasilkan informasi keuangan dan informasi lainnya yang diperoleh dari pengumpulan dan pengelolaan data transaksi secara akurat. Selain itu sistem informasi akuntansi juga berisi berbagai metode dan prosedur yang mendukung terciptanya kegiatan struktur pengendalian piutang.

Dengan demikian, maka sistem informasi akuntansi memiliki peran penting terhadap pengendalian internal piutang, apabila sistem informasi akuntansi piutang yang diterapkan perusahaan sudah memadai maka pengendalian internal piutang dapat berjalan secara efektif begitupun sebaliknya. Berdasarkan penelitian terdahulu, hipotesis yang di bangun ialah :

H1: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang.

2. Sistem Pengendalian Internal terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang

Agar dapat tercapai tujuan perusahaan yang optimal maka harus ditunjang dengan adanya pengendalian internal agar prosedur penerimaan penjualan dan

penagihan piutang diharapkan menjadi lebih baik. Pengendalian internal adalah proses, karena hal tersebut menembus kegiatan operasional organisasi dan merupakan bagian internal dari kegiatan manajemen dasar. Pengendalian internal hanya dapat menyediakan keyakinan memadai, bukan keyakinan mutlak. Hal ini menegaskan bahwa sebaik apapun pengendalian internal dirancang dan dioperasikan, hanya dapat menyediakan keyakinan yang memadai, tidak dapat sepenuhnya efektif dalam mencapai tujuan pengendalian internal meskipun telah dirancang dan disusun sedemikian rupa dengan sebaik-baiknya. Bahkan bagaimanapun baiknya pengendalian internal yang ideal dirancang, namun keberhasilan tergantung pada kompetisi dan kendala dari pada pelaksanaannya yang tidak terlepas dari berbagai keterbatasan. Namun dengan pengendalian internal yang efektif, diharapkan segala kecurangan, kesalahan dan penyelewengan yang dapat merugikan perusahaan dapat ditekan seminimal mungkin. Pengendalian internal merupakan suatu langkah preventif, metode, ataupun rencana organisasi dalam mengamankan harta kekayaan khususnya dalam penurunan piutang tak tertagih. Maka semakin baik pengendalian internal maka akan semakin efektif pula pengendalian piutang suatu perusahaan. (Soni Sonjaya, 2021). Berdasarkan penelitian terdahulu, hipotesis yang di bangun ialah :

H2 : Sistem Pengendalian Internal berpengaruh positif terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang.