

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pada era ini banyaknya perusahaan semakin pesat dalam memperluas usahanya untuk meraih pangsa pasar, hal tersebut didorong oleh terjadinya persaingan tetap antar perusahaan. Perusahaan yakni suatu instansi yang terorganisir, berdiri dan berjalan yang tidak dapat terlepas dari hukum ekonomi maupun prinsip dasar perusahaan pada umumnya.

Didalam setiap perusahaan memiliki tujuan masing – masing, salah satu tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan dan memaksimalkan laba dalam perusahaan. Suatu perusahaan untuk memperoleh laba yang sebesar – besarnya guna mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan jika dikatakan laba maksimal, harus memperhatikan dan memperbaiki fungsi – fungsi penting yang dapat mempengaruhi tujuan perusahaan ditengah persaingan yang ada dengan cara melalui kegiatan penjualan. Perusahaan dapat memperoleh laba melalui kegiatan penjualan yang dilalukan kepada konsumen, terlebih apabila kegiatan penjualan tersebut dapat diterima di pasaran dan dapat menarik pangsa pasar yang ada.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk mencatat konsolidasi sepanjang semester 1 2020 sebesar Rp.66,9 triliun dengan laba bersih sebesar Rp.10,99 triliun, ditengah perlambatan ekonomi akibat pandemi COVID-19 berdampak terhadap perekonomian dan industri telekomunikasi, namun Telkom bisa mencatat kinerja yang cukup baik, “kata direktur utama

Telkom Rikiek Adriansyah, dalam keterangan di Jakarta, Minggu 9 Agustus 2020.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa pandemi juga membawa perubahan terhadap kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang meningkat secara signifikan. Telkom secara aktif terus mendukung upaya pemerintah dalam penanganan COVID – 19 dan melalui dukungan konektivitas, platform, aplikasi digital, dan bantuan sosial.

Tingginya tingkat penjualan akan berpengaruh pada efektivitas sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, oleh karena itu perlu adanya pemahaman mengenai sistem penjualan yang dilakukan perusahaan guna memperoleh pendapatan yang nantinya dapat digunakan dalam keberlangsungan usaha perusahaan. Penjualan secara kredit lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan penjualan *cash* (tunai), dikarenakan penjualan secara kredit, memberikan pembayaran dengan cara berangsur – angsur atau dapat bisa dikatakan pelanggan dapat melakukan pembayaran dengan jangka waktu pembayaran yang telah ditentukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan ditetapkan.

Perusahaan jasa telekomunikasi banyak yang menerapkan prinsip penjualan secara kredit. Dalam melakukan kegiatan penjualan kredit harus diperhatikan hal – hal penting antara lain analisis pemberian kredit dengan melihat kemampuan konsumen dalam melakukan pelunasan, menerapkan adanya otorisasi pihak yang berwenang sebelum memberikan kredit, proses pengiriman barang, pencatatan transaksi penjualan sampai ke proses penagihan piutang dan penerimaan kas. Dalam penjualan kredit tersebut akan menimbulkan piutang usaha di dalam perusahaan dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya terjadi aliran kas masuk (*cash in flow*) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Piutang usaha merupakan salah satu aktiva yang besar dari aktiva lancar yang terdapat pada perusahaan. Didalam piutang usaha terdapat kendala yaitu piutang tak tertagih dan keterlambatan pembayaran oleh konsumen. Piutang tak tertagih merupakan risiko dari penjualan kredit yang dapat menghambat kelangsungan hidup perusahaan. Selain tak tertagihnya piutang kepada konsumen, terdapat pula kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan yang menangani piutang usaha.

Ada beberapa perusahaan yang memiliki sistem akuntansi penjualan, piutang, dan penerimaan kas yang terstruktur dan sistem pengendalian *intern* yang memadai. Namun pengendalian *intern* yang diterapkan pada perusahaan dapat berjalan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Sehingga sering terjadi berbagai pelanggaran yang menyebabkan pengendalian *intern* menjadi tidak efektif. Pengendalian *intern* itu sendiri bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mengoptimalkan pelaksanaan kinerja perusahaan dengan beberapa rencana yang telah ditetapkan dan untuk mengetahui berbagai kesulitan dalam pelaksanaan rencana.

Penelitian ini dilakukan pada PT telekomunikasi Indonesia, Tbk dengan difokuskan pada Plaza Telkom Group Situbondo yang bergerak dalam bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan baik menggunakan kabel maupun nirkabel. Pengendalian yang diterapkan dalam sistem pengendalian *intern* atas penjualan dan piutang ini, adalah suatu alat yang paling dalam menjaga kekayaan perusahaan dari segala bentuk penyimpangan yang mungkin terjadi dalam penjualan, baik tunai maupun kredit dan terhadap piutang serta penagihan piutangnya. Kondisi tersebut menunjukkan perlu dilakukannya suatu evaluasi terhadap sistem pengendalian *intern* atas penjualan dan penagihan piutang yang sudah diterapkan di Plaza Telkom Group Situbondo. Evaluasi ini diterapkan untuk memberikan rekomendasi bagi perbaikan dan menindak lanjuti atas temuan – temuan yang telah diperoleh, sehingga pihak manajemen dapat melakukan

perbaikan – perbaikan dalam kegiatan atas fungsi – fungsi yang terkait. Pada kondisi normal sistem pengendalian *intern* atas penjualan dan piutang dapat dilakukan dengan melakukan secara *visit/kunjungan* secara tatap muka dengan penanggung hutang. Namun pada saat pandemi ini harus membatasi dan mengurangi frekuensi kegiatan penagihan secara langsung/fisik kecuali dibutuhkan dengan tetap menjaga protokol kesehatan yang bertujuan agar terhindar dan terpapar virus covid 19. Covid 19 dapat menjadi salah satu hambatan dan kendala dalam kegiatan pengurusan piutang bahkan pencapaian target penjualan yang telah ditentukan. Penagihan piutang dan pencapaian target penjualan pada wabah pandemi ini diperlukan langkah – langkah secara efektif dan efisien agar mendapatkan hasil secara maksimal. Berdasarkan latar belakang diatas maka judul yang diambil oleh penulis adalah **“Evaluasi Pengendalian Intern Atas Penjualan Dan Piutang Usaha – studi pada Plaza Telkom Group Situbondo.”**

1.2 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah sistem pengendalian intern atas penjualan dan piutang sudah efektif dan efisien pada Plasa Telkom Situbondo.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui efisisnsi efektifitas pelaksanaan sistim pengendalian intern bagian penjualan dan penagihan piutang pada Plasa Telkom Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam sistem informasi akuntansi dan dapat mengembangkannya dalam hal pengendalian piutang yang dikaitkan dengan penelitian ini.

Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan dalam mengefektifkan sistem informasi akuntansi penjualan dan sebagai bahan evaluasi terhadap sistem informasi penjualan dan pengendalian piutang.