

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Bab ini akan menguraikan beberapa pokok pengertian antara lain pengertian analisis, pengertian sistem informasi manajemen, pengertian piutang, serta pengertian pelanggan.

1. Pengertian Analisis

Menurut Darminto dan Julianty (2002 : 52) kata analisis diartikan sebagai : “Penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan”.

Menurut Syahrul dan Nizar (2000 : 48) yang dimaksud menganalisis adalah “Melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul”.

Berdasarkan uraian diatas analisis adalah kegiatan mengamati, memperhatikan, meneliti serta mengurai suatu pokok masalah untuk dilakukan evaluasi agar mudah diolah dan dipahami dengan tujuan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya yang dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi.

2. Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Sedangkan istilah sistem merupakan istilah dari bahasa Yunani “system” yang artinya adalah himpunan bagian atau unsur yang saling berhubungan secara teratur untuk mencapai tujuan bersama. Adapun beberapa definisi sistem dari para ahli yaitu menurut Jogiyanto (2005:1), sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu.

Menurut Barry E. Cushing dalam Jogiyanto (2005:14), Sistem Informasi Manajemen adalah kumpulan dari manusia dan sumber daya modal di dalam suatu organisasi yang bertanggung jawab mengumpulkan dan mengolah data untuk menghasilkan informasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen di dalam kegiatan perencanaan dan pengendalian.

Menurut Frederick H. Wu dalam Jogiyanto (2005:14), Sistem Informasi Manajemen adalah kumpulan-kumpulan dari sistem-sistem yang menyediakan informasi untuk mendukung manajemen.

Jadi dari beberapa definisi tersebut, dapat dirangkum bahwa Sistem Informasi Manajemen adalah kumpulan dari interaksi sistem-sistem informasi yang terstruktur dan konseptual dari fungsi-fungsi yang saling berhubungan yang bekerja sebagai suatu kesatuan organik untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan secara efektif dan efisien serta dapat

menghasilkan informasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen dalam suatu organisasi.

Adapun beberapa kegunaan sistem informasi manajemen antara lain adalah sebagai berikut:

a. SIM Untuk Pendukung Pengambilan Keputusan

Sistem Informasi Manajemen yang baik akan menghasilkan informasi yang akurat dan cepat, yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

b. SIM Untuk Pengendalian Operasional

Pengendalian operasional adalah proses pemantapan agar kegiatan operasional dilaksanakan secara efektif dan efisien. Pengendalian operasional menggunakan prosedur dan aturan keputusan yang sudah ditentukan terlebih dahulu.

c. SIM Untuk Pengendalian Manajemen

Informasi pengendalian manajemen diperlukan oleh manajer departemen untuk mengukur pekerjaan, memutuskan tindakan pengendalian, merumuskan aturan keputusan baru untuk diterapkan personalia operasional, dan mengalokasikan sumber daya. Proses pengendalian manajemen memerlukan jenis informasi berikut:

- 1) Pekerjaan yang telah direncanakan (standar, ekspektasi, anggaran, dll)
- 2) Penyimpangan dari pekerjaan yang telah direncanakan
- 3) Sebab penyimpangan

4) Analisis keputusan atau arah tindakan yang mungkin

d. **SIM Untuk Perencanaan Strategis**

Tujuan perencanaan strategis adalah untuk mengembangkan strategi dimana suatu organisasi akan mampu mencapai tujuannya. Dukungan sistem informasi untuk perencanaan strategis tidak bisa selengkap seperti bagi pengendalian manajemen dan pengendalian operasional. Namun demikian sistem informasi manajemen dapat memberi bantuan yang cukup pada proses perencanaan strategis.

3. Piutang

a. **Pengertian Piutang**

Dalam rangka memperbesar volume penjualannya, kebanyakan perusahaan menjual produk atau jasanya dengan sistem kredit. Penjualan kredit tidak menghasilkan penerimaan kas, namun menimbulkan piutang langganan, dan barulah kemudian pada hari jatuh temponya terjadi aliran kas masuk yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut. Dengan demikian piutang tersebut merupakan modal kerja yang selalu dalam keadaan berputar secara terus menerus dalam waktu perputaran modal kerja.

Menurut Akbar, (2004 : 199) mendefinisikan sebagai berikut :
“Piutang merupakan 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 Munandar, (2006 : 77) mendefinisikan sebagai berikut :
“Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak lain yang

nantinya akan dimintakan pembayarannya bilamana telah sampai jatuh tempo”.

Menurut Syamsudin, (2007 : 255) mendefinisikan sebagai berikut : “Piutang merupakan tagihan yang timbul karena adanya transaksi secara kredit oleh perusahaan kepada langganannya.”

Berdasarkan definisi-definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa piutang adalah hak penagihan kepada pihak lain atas uang, barang/jasa yang timbul karena adanya penjualan barang/jasa secara kredit dalam jangka waktu satu tahun atau dalam siklus normal perusahaan. Piutang merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam modal kerja suatu perusahaan.

Di lain pihak penjualan secara kredit seringkali mendatangkan kerugian, yaitu apabila si debitur tidak mau atau tidak mampu melaksanakan kewajibannya. Bila suatu barang atau jasa dijual secara kredit, biasanya sebagian dari piutang langganan tidak dapat ditagih. Hal ini sudah merupakan gejala umum dan resiko yang harus ditanggung oleh perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan penjualan kredit. Betapapun teliti di dalam mengevaluasi kondisi pelanggan dalam pemberian kredit dan sangat efisiennya prosedur penagihan piutang, namun kenyataannya masih terdapat sejumlah pelanggan yang tidak dapat memenuhi kewajibannya. Biaya operasi yang timbul dari tak tertagihnya piutang tersebut disebut kerugian dari piutang tak tertagih. Maka perlu adanya manajemen piutang.

b. Manajemen Piutang

Untuk memberikan kredit, biasanya cara yang paling mudah dan sering dilakukan oleh bank adalah dengan konsep 5C, dan hal ini juga bisa di jadikan konsep dasar perusahaan pada saat memutuskan apakah akan memberikan kredit atau tidak pada calon pelanggan.

Penganalisaan calon pelanggan menurut Riyanto (2001 :78) disebut dengan istilah "*The Five C's of Credit*", yaitu

- 1) *Character* (kepribadian)
Menunjukkan kemungkinan dari langganan untuk secara jujur berusaha memenuhi kewajibannya. Faktor ini sangat penting, karena setiap transaksi kredit mengandung kesanggupan untuk membayar.
- 2) *Capacity* (kemampuan)
Merupakan pendapat subyektif mengenai kemampuan dari langganan. Hal ini didukung dengan riwayatnya di masa lalu, dilengkapi dengan observasi fisik padapabrik atau took langganannya.
- 3) *Capital* (modal)
Diukur oleh posisi finansil perusahaan secara umum, di mana hal ini ditunjukkan oleh analisis rasio finansil, yang khususnya ditekankan pada nilai modal dari perusahaan.
- 4) *Colateral* (jaminan)
Dicerminkan oleh aktiva dari langganan yang dikaitkan atau dijadikan keamanan kredit yang diberikan kepada langganan tersebut.
- 5) *Conditions* (kondisi)
Menunjukkan pengaruh langsung dari kecenderungan ekonomi secara umum terhadap perusahaan yang bersangkutan atau perkembangan khusus dalam suatu bidang ekonomi tertentu yang mungkin mempunyai efek terhadap kemampuan langganan untuk memenuhi kewajibannya.

Sebagai suatu kesatuan, kelima C di atas memegang peranan yang sangat penting sepanjang hal tersebut dapat menjamin bahwa tidak ada faktor-faktor penting lain yang dilupakan dalam analisis yang telah dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen piutang sangat penting diterapkan dalam suatu perusahaan agar perusahaan dapat meminimalisasi resiko piutang tertagih. Selain itu, dengan adanya manajemen piutang diharapkan perusahaan dapat memberikan kredit kepada pelanggan yang tepat sesuai dengan kriteria konsep 5C.

c. **Perputaran Piutang**

Kelancaran penerimaan piutang dan pengukuran baik tidaknya investasi dalam piutang dapat diketahui dari tingkat perputarannya. Perputaran piutang adalah masa – masa penerimaan piutang dari suatu perusahaan selama periode tertentu. Piutang yang terdapat dalam perusahaan akan selalu dalam keadaan berputar. Perputaran piutang akan menunjukkan berapa kali piutang yang timbul sampai piutang tersebut dapat tertagih kembali ke dalam kas perusahaan. Definisi perputaran piutang dikemukakan oleh beberapa ahli berikut ini:

Menurut Munawir (2002:75) memberikan keterangan bahwa “Posisi piutang dan taksiran waktu pengumpulannya dapat dinilai dengan menghitung tingkat perputaran piutang tersebut (*turn over receivable*) yaitu dengan membagi total penjualan kredit (netto) dengan piutang rata – rata”.

Sedangkan menurut Riyanto (2001:90) menyatakan bahwa “Tingkat perputaran piutang (*receivable turn over*) dapat diketahui

dengan membagi jumlah penjualan kredit selama periode tertentu dengan jumlah rata – rata piutang (*average receivable*”).

Menurut Munawir, (2004 : 75) mendefinisikan “Perputaran piutang merupakan posisi piutang dan transaksi waktu pengumpulannya dapat dilihat dengan menghitung perputaran piutang tersebut (*turn over receivable*). Yaitu dengan membagi total penjualan kredit (*netto*) dengan piutang rata-rata.”

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata Rata Piutang}}$$

Untuk menghitung posisi piutang dapat dinilai dengan menghitung perputaran piutang (*turn over receivable*).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perputaran piutang dapat dicari dengan membagi antara penjualan kredit dengan rata rata piutang yang terjadi. Dari sini diharapkan perusahaan dapat mengetahui proyeksi uang masuk dalam periode perputaran piutang dagang.

d. **Resiko – Resiko Yang Timbul Dari Pemberian Piutang**

Setiap kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan pasti akan mempunyai dampak dan pengaruh yang ditimbulkan, baik itu yang

menguntungkan maupun merugikan perusahaan itu sendiri. Resiko yang timbul karena transaksi penjualan kredit disebut resiko kerugian piutang.

Menurut Munawir (2007 : 258) berpendapat bahwa “ Semakin besar *day's receivable* suatu perusahaan, semakin besar pula resiko kemungkinan tidak tertagihnya piutang. Dan kalau perusahaan tidak membuat cadangan terhadap kemungkinan kerugian yang timbul karena tidak tertagihnya piutang (*allowance for bad debt*) berarti perusahaan telah memperhitungkan labanya terlalu besar (*overstated*).

Resiko yang dapat ditimbulkan terhadap perusahaan yang melaksanakan kebijakan kredit menurut Muslich (2003 : 116) adalah sebagai berikut :

- 1) Resiko tidak dibayarnya seluruh tagihan (piutang).
- 2) Resiko tidak dibayarnya sebagian piutang.
- 3) Resiko keterlambatan pembayaran piutang.
- 4) Resiko tertanamnya modal dalam piutang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa resiko yang paling berat bagi perusahaan adalah resiko tidak dibayarnya seluruh atau sebagian piutang, sebab hal ini merupakan kerugian yang paling besar. Apabila terjadi resiko keterlambatan didalam pelunasan pembayaran piutang, hal ini akan menimbulkan tertundanya waktu untuk memenuhi kewajiban dari perusahaan yang harus segera dibayar. Sedangkan apabila terlalu banyak memberikan piutang, maka dengan sendirinya banyak modal yang tertanam dalam piutang. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa menekan seminimum mungkin terhadap resiko yang timbul dengan adanya piutang sehingga diharapkan tidak menimbulkan hal yang merugikan bagi perusahaan.

Perusahaan diharapkan dapat menetapkan berapa nilai kerugian piutang yang harus dicadangkan agar pada suatu saat jika piutang itu tidak tertagih maka alokasi kerugian akan diambilkan dari cadangan kerugian piutang tersebut dan bukan ditempatkan pada beban kerugian perusahaan yang mana nantinya akan sangat mengurangi nilai laba yang didapat.

e. **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Piutang Tak Tertagih**

Piutang merupakan aktiva yang penting dalam perusahaan dan dapat menjadi bagian yang besar dalam likuiditas perusahaan. Besar kecilnya piutang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor – faktor tersebut.

Menurut Riyanto (2001:85) sebagai berikut:

- 1) Volume Penjualan Kredit.
Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya bahwa perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besarnya jumlah piutang berarti makin besarnya resiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar keuntungan.
- 2) Syarat Pembayaran Penjualan Kredit.
Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan *profitabilitas*. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayaran yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.
- 3) Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit.
Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing –

masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Sebaliknya jika batas maksimal plafond lebih rendah, maka jumlah piutang pun akan lebih kecil.

4) Kebijakan Dalam Mengumpulkan Piutang

Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif, maka perusahaan harus mengeluarkan uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang, tetapi dengan menggunakan cara ini, maka piutang yang ada akan lebih cepat tertagih, sehingga akan lebih memperkecil jumlah piutang perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan menggunakan kebijaksanaan secara pasif, maka pengumpulan piutang akan lebih lama, sehingga jumlah piutang perusahaan akan lebih besar.

5) Kebiasaan Membayar Dari Para Pelanggan

Kebiasaan para pelanggan untuk membayar dalam periode *cash discount* akan mengakibatkan jumlah piutang lebih kecil, sedangkan langganan membayar periode setelah *cash discount* akan mengakibatkan jumlah piutang lebih besar karena jumlah dana yang tertanam dalam piutang lebih lama untuk menjadi kas.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semakin besar penjualan kredit maka akan semakin besar piutang yang ditimbulkan. Selain itu *term of payment* yang diberikan oleh perusahaan juga dapat mempengaruhi besar kecilnya nilai piutang selain faktor kebiasaan pelanggan dalam membayar tagihannya. Dalam perusahaan kita dihadapkan pada pelanggan yang sangat kompleks, ada yang selalu tepat waktu dalam membayar tagihannya, namun ada juga yang sering telat dalam membayarnya. Disini, perusahaan kembali dituntut supaya dapat sebaik mungkin mengevaluasi pelanggan mana yang akan menguntungkan bagi perusahaan.

f. **Kebijaksanaan Penagihan**

Kebijaksanaan penagihan (*Collection Policy*) dari suatu perusahaan menurut Sawir (2000 :201) adalah prosedur yang ditempuh

untuk memperoleh pembayaran dari rekening-rekening yang telah jatuh tempo. Keberhasilan pengumpulan piutang sangat bergantung pada kebijaksanaan mengenai penagihan yang dilakukan oleh penagih. Dalam persetujuan piutang ditentukan batas pelunasan, tetapi hal ini terkadang tidak ditepati oleh penerima kredit dalam batas waktu pembayaran dengan alasan-alasan tertentu. Apabila hal ini terjadi maka cara penagihan yang dapat dilakukan melalui:

- 1) Surat
- 2) Telepon
- 3) Kunjungan personil
- 4) Tindakan yuridis

Berdasarkan pendapat di atas, apabila batas pelunasan telah dilalui, tetapi piutang belum dilunasi, maka perusahaan dapat mengirim surat untuk mengingatkan atau menegur. Apabila surat penagihan pertama belum dipenuhi, maka dapat dikirim surat berikutnya. Kemajuan di bidang telekomunikasi telah banyak menolong dalam dunia bisnis, telepon dapat digunakan pula sebagai sarana penagihan. Melalui telepon akan terjadi dialog langsung antar kreditur dan debitur, sehingga akan diketahui permasalahan secara tepat. Apabila jarak debitur dan kreditur tidak terlalu jauh atau tidak memerlukan biaya yang tinggi dapat dilakukan kunjungan personil. Melalui kunjungan personil diharapkan akan lebih membantu pertemuan antara kreditur dan debitur secara langsung. Apabila penerima kredit tetap tidak mau melunasi hutangnya walaupun penagih telah melakukan langkah-langkah di atas maka penagih dapat melakukan penagihan melalui tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

g. **Sistem Akuntansi Piutang**

Menurut Mulyadi (2008:257) “sistem akuntansi piutang bertujuan untuk mencatat mutasi piutang perusahaan kepada setiap debiturnya, yang terjadi karena transaksi penjualan kredit, retur penjualan, penerimaan kas dari piutang dan penghapusan piutang”.

Menurut Mulyadi (2008:258) menegaskan bahwa sebagai dasar pencatatan kedalam kartu piutang dibutuhkan dokumen dokumen pokok yaitu :Faktur Penjualan yaitu dokumen yang digunakan sebagai dasar pencatatan timbulnya piutang dari transaksi penjualan kredit. Bukti Kas Masuk yaitu dokumen yang digunakan sebagai dasar pencatatan berkurangnya piutang dari transaksi pelunasan piutang oleh debitur. Memo Kredit yaitu dokumen yang digunakan sebagai dasar pencatatan retur penjualan. Bukti Memorial yaitu dokumen sumber untuk dasar pencatatan transaksi kedalam jurnal umum.

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa sistem akuntansi piutang adalah pencatatan mutasi piutang perusahaan kepada setiap pelanggannya. Untuk mengetahui status piutang tersebut apakah sudah jatuh tempo atau belum dapat dilihat dari kartu piutang tiap pelanggan yang menyajikan data berupa besaran nilai piutang dan umur piutang.

1) **Prosedur Pencatatan Piutang**

Menurut Mulyadi (2008:261 – 269) menegaskan tentang metode pencatatan piutang terdiri dari:

a) **Metode Konvensional**

Dilakukan atas dasar data yang dicatat dalam jurnal. Berbagai transaksi yang mempengaruhi piutang adalah transaksi penjualan kredit, transaksi retur penjualan, transaksi penerimaan kas dari piutang dan transaksi penghapusan piutang.

b) **Metode *posting* langsung kedalam buku piutang**

Metode ini dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu :

(1) **Metode *posting* harian**

Posting dokumen sumber dilakukan langsung kedalam kartu piutang dengan tulisan tangan; jurnal hanya menunjukkan

total harian saja (tidak rinci) atau dilakukan langsung kedalam kartu piutang dan pernyataan piutang.

(2) Metode *posting* periodic

Posting dokumen sumber kedalam kartu piutang dapat dilakukan dengan metode *posting* ditunda atau metode penagihan bersiklus.

c) Metode pencatatan tanpa buku pembantu

Dalam periode pencatatan piutang ini, tidak digunakan buku pembantu piutang. Faktur penjualan beserta dokumen pendukungnya yang diterima dari bagian penagihan, oleh bagian piutang di arsipkan menurut nama pelanggan dalam arsip faktur yang belum dibayar.

d) Metode pencatatan dengan menggunakan komputer

Dokumen sumber yang mengubah piutang dikumpulkan dan sekaligus di *posting* setiap hari untuk memutakhirkan catatan piutang. Dalam sistem komputer dibentuk 2 macam arsip yaitu arsip transaksi dan arsip induk.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan kredit dimulai dari diterimanya order dari pelanggan kemudian diteruskan untuk meminta persetujuan kredit, apakah disetujui atau tidak. Jika disetujui maka kegiatan berlanjut ke proses produksi, pengiriman barang, penagihan, pencatatan bertambahnya piutang dan berakhir di distribusi penjualan. Namun jika persetujuan kredit nya ditolak, maka harus dilakukan evaluasi kenapa kredit tersebut ditolak. Sedangkan untuk kegiatan retur penjualan diawali dengan penerimaan barang retur dari pelanggan, kemudian dibuatkan memo kredit dan bagian gudang melakukan penerimaan barang retur. Setelah itu berlanjut dengan pencatatan retur penjualan, pencatatan berkurangnya piutang dan distribusi penjualan.

2) Metode Pencatatan Piutang tak Tertagih

Ada dua metode yang digunakan untuk menilai atau mencatat atau menghapuskan piutang tersebut, antara lain :

a) Metode Penyisihan Piutang tak Tertagih

Menurut Soemarso (2005:330) terdapat dua cara untuk menaksir jumlah piutang yang tak tertagih yaitu berdasarkan saldo piutang dan berdasarkan saldo penjualan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

(1) Penyisihan atas dasar saldo piutang

Yang didasarkan pada saldo piutang dapat dilakukan dengan jalan menetapkan suatu persentase terhadap saldo piutang yang dipakai merupakan rata rata antara saldo piutang awal dan akhir periode. Selain itu, penyisihan piutang tak tertagih juga dapat dihitung atas dasar persentase tertentu terhadap golongan umur piutang pada akhir periode.

(2) Penyisihan atas saldo penjualan

Perhitungan penyisihan piutang tak tertagih ini dengan cara menetapkan suatu persentase tertentu terhadap penjualan. Untuk pemakaian angka adalah angka penjualan kredit, selain itu juga dapat didasarkan atas total penjualan, apabila untuk memperoleh angka penjualan kredit memerlukan terlalu banyak waktu dan biaya.

Sedangkan jurnal yang digunakan untuk mencatat penyisihan atau cadangan adalah :

Beban piutang ragu ragu	xxx	
Cadangan kerugian piutang		xxx

Jurnal pada saat penghapusan :

Cadangan kerugian piutang	xxx	
Piutang		xxx

b) Metode Penghapusan Langsung

Menurut Soemarso (2005:345) metode pencatatan langsung adalah metode yang mencatat kerugian karena tidak tertagihnya piutang pada saat piutang yang bersangkutan diputuskan untuk dihapuskan. Jurnal yang digunakan dalam metode penghapusan langsung adalah :

Kerugian Piutang	xxx	
Piutang dagang		xxx

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa metode pencatatan piutang tak tertagih dapat dilakukan dengan metode penyisihan piutang tak tertagih dan metode penghapusan

langsung. Metode penyisihan piutang dapat dilakukan atas dasar saldo piutang dan saldo penjualan. Piutang tak tertagih ini dapat disebabkan karena pelanggan kabur, bangkrut atau bahkan meninggal dunia. Selain itu kebijakan kredit perusahaan yang longgar dapat memicu terjadinya piutang tak tertagih ini.

4. Pengertian Pelanggan

Pentingnya peranan pelanggan bagi kelangsungan hidup perusahaan seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis dengan cara mengungkapkannya dalam bentuk pujian dan kebanggaan kepada pelanggan. Kata pelanggan adalah istilah yang sangat akrab dengan dunia bisnis di Indonesia dimulai dari pedagang kecil hingga pedagang besar, dari industri rumah tangga hingga industri berskala internasional, dari perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang hingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat mengerti apa arti kata pelanggan itu. Seperti pendapat dari beberapa ahli.

Menurut Hurriyati (2005 : 106) "Dimana pelanggan adalah pihak yang memakai nilai, mereka membentuk harapan akan nilai".

Menurut *Webster's* dalam Hamdani (2006 : 143) pelanggan adalah: "Seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan".

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, pelanggan didefinisikan orang yang menggunakan jasa pelayanan arti pelanggan dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Pelanggan adalah orang yang berinteraksi

dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk.

Pelanggan tidak bergantung kepada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya. Pelanggan tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru pelangganlah yang memberikan kesempatan kepada kita untuk dapat melayani dia. Tidak seorang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan kita untuk dapat memperlakukan pelanggan yang menguntungkan bagi pelanggan dan juga buat perusahaan kita.

B. Penelitian Terdahulu

Nurjannah (2012) meneliti mengenai judul “Analisis tingkat perputaran piutang pada PT Adira Finance Makassar”. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana tingkat perputaran piutang dagang pada PT Adira Finance Makassar?” dengan tujuan penulisan untuk menganalisis tingkat perputaran piutang dagang.

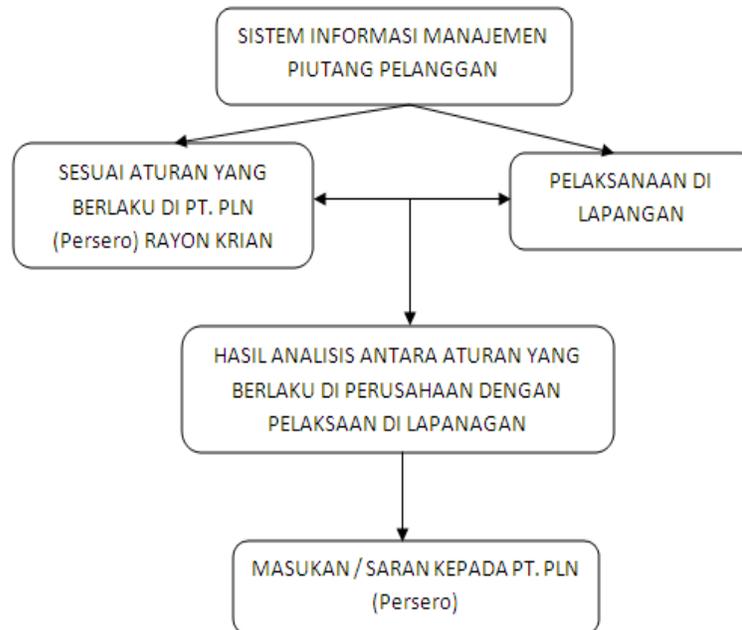
Gunarto (2007) meneliti tentang “Pengaruh tingkat perputaran piutang dan tingkat perputaran persediaan terhadap rentabilitas ekonomi pada KPRI di kabupaten Kudus tahun 2004 – 2006”. Permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah ada pengaruh antara tingkat perputaran piutang dan tingkat perputaran persediaan terhadap rentabilitas ekonomi pada KPRI di kabupaten Kudus tahun 2004 – 2006 ?
2. Seberapa besar tingkat pengaruh perputaran piutang dan tingkat perputaran persediaan terhadap rentabilitas ekonomi pada KPRI di kabupaten Kudus tahun 2004 – 2006 ?

Tujuan penulisan skripsi tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara tingkat perputaran piutang dan tingkat perputaran persediaan terhadap rentabilitas ekonomi pada KPRI di kabupaten Kudus tahun 2004 – 2006 ?
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh perputaran piutang dan tingkat perputaran persediaan terhadap rentabilitas ekonomi pada KPRI di kabupaten Kudus tahun 2004 – 2006 ?

C. Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual di atas, dapat dijelaskan bahwa Sistem Informasi Manajemen merupakan cara manajemen untuk mengendalikan piutangnya. Maka dalam skripsi ini, penulis akan menganalisis antara sistem yang berlaku di PT. PLN (Persero) dengan keadaan yang terjadi di lapangan. Dari hasil analisis nantinya, akan dilaporkan kepada manajemen sebagai bahan evaluasi PT. PLN (Persero) Rayon Krian dalam mengendalikan piutangnya.