

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis saat ini semakin berkembang sejalan dengan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, berbagai kegiatan dapat dilakukan oleh seseorang dalam rangka untuk mengembangkan bisnisnya. Setiap pebisnis pasti melihat prospek kemajuan di masa depan, dengan harapan bahwa bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan keinginan yang akan dicapai. Bisnis tertuju pada usaha komersial dan interaksi antar para pelakunya, yaitu berkaitan dengan ekonomi perusahaan atau ekonomi mikro. Karakteristik bisnis terutama terletak pada pencapaian keuntungan (laba).

Bisnis tanah ini cukup menjanjikan karena harga tanah terus meningkat sejalan dengan perkembangan kota. Sebagaimana yang dilakukan oleh CV. Bumi Putera Anwar Mandiri yang bergerak di bidang tanah kavling yang kantor pusatnya beralamat di Jl. Raya Peterongan - Sumobito, No. 105, Ds. Plosokerep (Utara), Kec. Sumobito, Kab. Jombang. Sedangkan kantor pemasarannya beralamat di Jl. Prof. Moh. Yamin, Gapura Pandanwangi masuk 50 meter.

Menurut RumahSyari123 (2017), tanah adalah kebutuhan dasar manusia, karena selain berguna untuk sarana pembangunan tempat tinggal, tanah juga bisa dimanfaatkan sebagai sumber mata pencaharian, sehingga keberadaan tanah dalam kehidupan manusia tidak tergantikan. Semakin meningkatnya jumlah populasi manusia di bumi mengakibatkan keberadaan

tanah menjadi suatu yang langka dan mahal. Banyak orang mulai berlomba-lomba untuk membeli tanah atau hak atas tanah di wilayah negaranya baik untuk meningkatkan taraf hidup, mencari keuntungan pribadi, atau untuk hal-hal lain.

Menurut RumahSyari123 (2017), tanah kavling adalah lokasi tanah yang memiliki ukuran dan mampu untuk di petak-petak atau dibagi-bagi secara rapi sesuai dengan ukuran dan standar tertentu. Penataan atau pembagian daripada lokasi tanah kavling ini biasanya dilakukan oleh para developer atau pengembang yang akan menjual kembali tanah-tanah kavling yang dimilikinya kepada masyarakat atau kepada para investor.

Tanah-tanah kavling tersebut biasanya akan dijual kembali oleh para developer atau pengembang dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini juga dikarenakan tatanan lahan daripada tanah kavling tersebut yang telah diatur sedemikian rupa oleh para pengembang ataupun para developer. Harga tinggi tersebut juga bergantung dengan fasilitas ataupun tingkat strategis daripada tanah-tanah kavling yang ditawarkan oleh developer.

Biasanya, semakin strategis tanah kavling yang ditawarkan oleh pengembang, maka harga yang ditawarkan juga akan semakin tinggi. Selain itu, luas ukuran daripada tanah kavling tersebut juga akan berpengaruh terhadap harga jual daripada tanah-tanah kavling tersebut.

Menurut Riadi (2013), secara umum pola pembayaran ada dua yaitu tunai (*cash*) dan kredit. Pada pola pembayaran tunai, pembeli hanya melakukan pembayaran satu kali, sedangkan pada pembayaran kredit, pembeli melakukan pembayaran lebih dari satu kali sesuai dengan jangka

waktu yang ditentukan dan kewajiban yang harus dibayarnya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Pada CV. Bumi Putera Anwar Mandiri ini juga menangani untuk pembayaran tunai dan pembayaran kredit.

Penjualan kredit, dalam buku Mulyadi (2001), penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Untuk menghindari tidak tertagihnya piutang, setiap penjualan kredit yang pertama kepada seorang pembeli selalu didahului dengan analisis terhadap dapat atau tidaknya pembeli tersebut diberi kredit.

Menurut Riadi (2013), penjualan merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli pada kegiatan usaha dalam menyerahkan produk yang berupa barang atau jasa. Sedangkan penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan secara non-tunai, dalam hal ini laba yang diharapkan adalah lebih besar daripada penjualan tunai.

Faktor-faktor penjualan yang harus diperhatikan dalam penjualan kredit menurut Riadi (2013), yang pertama adalah standar kredit. Adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan, dengan menurunkan standar kredit dapat menstimulasi permintaan, yang akhirnya akan mengarah pada penjualan dan laba yang lebih tinggi.

Yang kedua menurut Riadi (2013) adalah syarat pembayaran, syarat pembayaran kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Bila perusahaan menetapkan syarat penjualan kredit yang ketat berarti perusahaan lebih mengutamakan keamanan kredit dibandingkan misalnya memberikan batas

waktu pembayaran yang singkat dan memberikan beban bunga bila pengembaliannya terlambat.

Yang ketiga menurut Riadi (2013) adalah plafon kredit. Dalam memberikan kredit kepada pelanggan maupun calon pelanggan, perusahaan akan membuat sebuah batasan kredit yang berbeda-beda terhadap pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, hal ini dikarenakan tingkat kemampuan yang berbeda pula. Hal ini adalah salah satu alat control dalam pelaksanaan kebijakan kredit.

Yang keempat menurut Riadi (2013) adalah volume penjualan kredit. Dalam melakukan penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal kredit yang akan diberikan kepada pelanggannya. Makin tinggi batas yang ditetapkan untuk masing-masing pelanggan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang dan sebaliknya.

Yang kelima menurut Riadi (2013) adalah kebiasaan pembayaran pelanggan. Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lagi tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaan para pelanggan membayar dalam periode cash discount atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

Yang keenam menurut Riadi (2013) adalah kebijakan pengumpulan piutang. Perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang dalam dua cara yaitu secara aktif maupun pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan pengumpulan piutang secara aktif mengeluarkan uang yang lebih besar dalam membiayai aktivitas pengumpulan piutangnya

dibandingkan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaan piutang secara pasif.

Menurut Horngren dan Horison (2007), pengendalian internal (*internal control*) adalah rencana organisasional dan semua tindakan terkait yang dirancang untuk, mengamankan aktiva. Sebuah perusahaan harus mengamankan aktivanya; jika tidak, perusahaan tersebut akan menyia-nyiaakan sumber dayanya. Yang kedua, mendorong karyawan untuk mengikuti kebijakan perusahaan. Setiap orang dalam suatu organisasi harus bekerja untuk mencapai tujuan yang sama.

Yang ketiga meningkatkan efisiensi operasi. Anda tidak boleh memboroskan sumber daya yang Anda miliki. Anda bekerja keras untuk menghasilkan penjualan, dan Anda tidak ingin menyia-nyiaakan setiap manfaat yang ada. Yang keempat, memastikan catatan akuntansi yang akurat dan dapat diandalkan. Catatan yang baik merupakan hal yang sangat penting. Tanpa catatan yang dapat diandalkan, Anda tidak dapat menentukan bagian mana dari perusahaan yang menguntungkan dan bagian mana yang memerlukan perbaikan.

Dalam penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Jayanti dkk. (2015) dengan judul Analisis Sistem Pengendalian *Intern* Kredit Pada PT Bank Sulut Tbk Kantor Pusat Manado. Hasilnya adalah, komponen-komponen pengendalian internal yang meliputi lingkungan pengendalian, penilaian risiko, prosedur pengendalian, informasi dan komunikasi telah berjalan dengan baik.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Maharani dkk. (2016), dengan judul Analisis Penerapan Sistem Akuntansi Penjualan Kredit Dan Penerimaan Kas Dalam Mendukung Pengendalian Internal Perusahaan (Studi Kasus Pt. Smart Tbk Refinery Surabaya). Hasilnya adalah, sistem akuntansi penjualan kredit dan penerimaan kas yang diterapkan oleh PT. SMART Tbk Refinery Surabaya memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan-kelemahan tersebut akan menyebabkan lemahnya sistem pengendalian intern pada perusahaan.

Berikut ini adalah beberapa kelemahan yang terdapat pada PT. SMART Tbk Refinery Surabaya khususnya yang menyangkut sistem akuntansi penjualan kredit dan penerimaan kas, yaitu tidak adanya pemeriksaan mendadak (*surprised audit*) pada perusahaan sehingga dapat memicu karyawan melaksanakan tugasnya dengan tidak maksimal. Kemudian pada tanda terima yang diterima oleh customer pada saat menyerahkan cek atau BG kepada collector sebagai pembayaran, belum diotorisasi oleh bagian sale administration dan tidak dibubuhi cap “LUNAS” sehingga sistem pengendalian *intern* yang baik pada sisi sistem otorisasi dan prosedur pencatatan belum terpenuhi terpenuhi. Selanjutnya PT. SMART Tbk Refinery Surabaya tidak mengadakan penyisihan piutang yang tidak tertagih apabila pada saat jatuh tempo piutang tidak dapat dilunasi oleh customer karena kebangkrutan.

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengendalian internal yang baik di berbagai lini/bagian sangatlah penting di dalam sebuah perusahaan/organisasi, karena akan mempengaruhi tujuan yang

akan dicapai oleh perusahaan/organisasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang difokuskan pada pengendalian internal terhadap penjualan kredit. Dimana penelitian ini akan dilakukan pada CV. Bumi Putera Anwar Mandir Jombang, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *property* khususnya tanah kavling.

Dengan demikian, penelitian ini akan membahas bagaimana proses pengendalian internal penjualan kredit dan diperlukan suatu penilaian yang independen dalam perusahaan yang bersangkutan untuk menilai dan mengevaluasi aktivitas penjualan kredit agar pengendalian internal tersebut dapat memadai, dalam hal ini pengendalian internal penjualan kredit tanah kavling yang dilakukan CV. Bumi Putera Anwar Mandiri.

Berdasarkan uraian diatas dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk kembali meneliti **“ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN KREDIT TANAH KAVLING PADA CV. BUMI PUTERA ANWAR MANDIRI JOMBANG.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pengendalian internal penjualan kredit tanah kavling pada CV. Bumi Putera Anwar Mandiri Jombang.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengendalian internal penjualan kredit tanah kavling CV. Bumi Putera Anwar Mandiri Jombang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengendalian internal terhadap penjualan kredit, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan

#### **2. Manfaat Praktis**

- 1). Bagi pihak perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan pemikiran dan informasi kepada pihak perusahaan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan penjualan kredit.
- 2). Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengendalian internal terhadap penjualan kredit, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.