

Analisis Strategi Manajemen Piutang dalam Mengurangi Potensi Risiko Piutang Tak Tertagih pada PT ABC

Dwita Diajeng Syawaliah¹, Oryza Tannar^{2*}

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Program Studi Akuntansi, Surabaya

¹dwitadiajeng48@gmail.com, ²oryza.tannar.ak@upnjatim.ac.id

Abstract

Credit sales are a common strategy employed by companies to boost sales volume and expand market reach. However, this strategy also carries the risk of uncollectible receivables, which can negatively affect the company's financial liquidity. This study aims to analyze the receivables management strategies implemented by PT ABC in mitigating the potential risk of uncollectible receivables. A qualitative descriptive approach was used, with data collected through observation, literature review, and direct interviews with relevant parties. The findings reveal that the company applies a series of strategies, including customer creditworthiness evaluation, the use of guarantees such as SKBDNs and checks, flexible installment payment options, and a phased collection procedure involving reminders, visits, and legal notices. These strategies have proven effective, as indicated by the declining trend in uncollectible receivables over the past three years, from 2022 to 2024. The study concludes that effective receivables management, supported by an integrated accounting system and consistent procedures, can minimize the risk of losses and maintain the company's financial stability.

Keywords: *Receivables, Receivables Management, Uncollectible Receivables or Bad Debts, Receivables Collection or Debt Collection*

1. Pendahuluan

Pada dasarnya, setiap perusahaan akan menjalankan berbagai aktivitas guna mencapai tujuan utamanya, yaitu memperoleh laba (Mardianto & Trisnawati, 2022). Sehingga manajemen akan terus berupaya mencari cara untuk meningkatkan performa dan efektivitas operasional perusahaan. Tinggi rendahnya laba yang diperoleh sangat berkaitan erat dengan seberapa baik aktivitas penjualan yang dijalankan (Annisa & Yuniarti, 2023). PT ABC merupakan salah satu anak perusahaan BUMN yang memproduksi pupuk di Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan pupuk dan distribusi, dan layanan jasa angkutan, termasuk dalam aktivitas penjualan secara kredit kepada pelanggannya. Dalam praktiknya, penjualan dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu secara kredit dan secara tunai. Penjualan tunai merupakan transaksi yang dilakukan dengan pembayaran langsung secara penuh pada saat pembelian, sehingga uang hasil penjualan dapat langsung dimanfaatkan untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan (Zalogo, 2021). Sementara itu,

penjualan kredit adalah transaksi ketika pelanggan membayar secara cicilan. Hal ini umumnya digunakan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, karena dapat menarik lebih banyak konsumen yang belum mampu membayar secara tunai (Tumalun & Pangerapan, 2019).

Dari transaksi kredit inilah kemudian timbul piutang yang menjadi hak perusahaan untuk menerima pembayaran di masa mendatang (Nurmawardi & Lubis, 2019). Pemberian piutang dalam aktivitas usaha dapat memberikan manfaat sekaligus risiko (Ayu, 2023). Di satu sisi, penjualan secara kredit dapat meningkatkan jumlah penjualan, sehingga berpotensi menambah pendapatan. Namun di sisi lain, hal ini juga mengandung risiko, terutama jika pelanggan tidak mampu atau tidak berniat memenuhi kewajibannya sehingga dapat terjadi piutang yang tidak dapat ditagih. Kondisi ini dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan, yang dikenal sebagai beban piutang tak tertagih (Sari & Priyawan, 2023).

Seperti pada praktiknya, perusahaan ini menghadapi berbagai kendala yang muncul

dari aktivitas penjualan kredit tersebut. Salah satu kendala yang cukup menonjol adalah masih adanya piutang pelanggan yang tidak tertagih tepat waktu, yang beberapa di antaranya berisiko menjadi piutang macet. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, diketahui bahwa permasalahan utama terletak pada proses penagihan piutang yang belum berjalan optimal, terutama karena terdapat pelanggan yang mengalami kesulitan finansial, keterlambatan pembayaran tanpa adanya sanksi tegas, serta kendala komunikasi antara bagian penagihan dan pelanggan. Meskipun perusahaan telah menggunakan software dalam sistem akuntansi piutangnya, penerapannya belum sepenuhnya mampu mengatasi risiko keterlambatan pembayaran dan piutang tak tertagih. Jika masalah ini terjadi secara berkelanjutan, maka bisa berdampak pada kesehatan arus kas dan posisi keuangan perusahaan.

Untuk mengurangi risiko dalam penjualan kredit dan mempercepat penerimaan pembayaran dari pelanggan, manajemen perlu melakukan penilaian atas kelayakan kredit masing-masing pelanggan (Pakaya dkk., 2019). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari & Priyawan, (2023) menunjukkan hasil bahwa pengelolaan piutang di perusahaan tersebut dipengaruhi oleh kebijakan kredit. Adanya kebijakan kredit yang longgar dan lemahnya pemantauan piutang karena tidak dibuatnya daftar umur piutang menyebabkan pengelolaan piutang di perusahaan tersebut belum berjalan efektif. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini lebih berfokus pada strategi manajemen piutang yang diterapkan oleh perusahaan dalam mengurangi potensi risiko piutang tak tertagih. Perusahaan ini melakukan penilaian atas kelayakan kredit pelanggan dengan menerapkan strategi yang bersifat preventif dan operasional, seperti penerapan prinsip “3 Aman Penjualan” yaitu Aman finansial, Aman legalitas, Aman administrasi. Perusahaan juga telah melakukan pemantauan piutang

melalui data aging piutang yang terdapat dalam sistem software perusahaan dan monitoring angsuran untuk menekan risiko piutang tak tertagih.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk membahas secara mendalam tentang strategi manajemen piutang yang diterapkan oleh PT ABC dalam mengurangi potensi risiko piutang tak tertagih, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam mendukung kelancaran arus kas perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait, dan studi pustaka dengan mencari informasi, data dan publikasi ilmiah yang relevan. Penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman bagaimana strategi manajemen piutang yang tepat dapat membantu perusahaan mengurangi risiko piutang tak tertagih untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Manajemen Piutang

Manajemen piutang merupakan proses yang dilakukan perusahaan untuk mengelola serta memantau tagihan yang timbul dari transaksi penjualan kredit (Herianti dkk., 2024). Pengelolaan piutang yang baik sangat penting karena berpengaruh langsung pada kelancaran arus kas dan kesehatan keuangan perusahaan. Jika piutang tidak terkendali, risiko kerugian akan meningkat dan perusahaan dapat mengalami masalah likuiditas (Anggraeni dkk., 2023). Manajemen piutang yang terstruktur dapat mengurangi potensi piutang bermasalah melalui analisis kelayakan kredit, penggunaan jaminan, serta mekanisme penagihan yang konsisten dan progresif (Miradji dkk., 2024).

2.2 Kebijakan Pemberian Kredit (Kredit Policy)

Kebijakan kredit menetapkan pedoman dalam menilai apakah pelanggan layak menerima fasilitas kredit, berapa batas

kredit yang seharusnya diberikan, serta bagaimana syarat pembayaran ditetapkan (Fadila dkk., 2025).

Menurut Zalogo (2021), terdapat 5C kebijakan kredit yang biasanya diterapkan oleh suatu perusahaan dalam menilai kelayakan pemberian kredit kepada pelanggan. Pertama, *Character*, yang mencerminkan kemauan pelanggan dalam memenuhi kewajiban pembayaran yang telah disepakati. Kedua, *Capacity*, yang menggambarkan kemampuan pelanggan dalam menjalankan usahanya secara efektif. Ketiga, *Capital*, yaitu menilai kekuatan keuangan pelanggan dari aset yang dimiliki untuk mendukung operasional usaha. Keempat, *Collateral*, yaitu jaminan berupa aset yang dimiliki pelanggan yang bisa dijadikan pegangan oleh perusahaan apabila terjadi gagal bayar. Terakhir, *Condition*, yang mencerminkan pengaruh situasi ekonomi secara umum yang bisa berdampak langsung pada kemampuan pelanggan dalam melunasi kewajibannya. Kebijakan kredit yang baik dapat membantu perusahaan memperluas pasar melalui penjualan kredit, sekaligus meminimalkan kemungkinan terjadinya piutang tak tertagih.

2.3 Risiko Piutang Tak Tertagih

Risiko piutang tak tertagih merupakan kondisi kerugian yang dialami perusahaan akibat ketidakmampuan pelanggan dalam melunasi kewajibannya. Hal ini bisa terjadi karena berbagai alasan, seperti pelanggan yang tidak diketahui keberadaannya, tidak memiliki niat untuk membayar, mengalami kesulitan keuangan, atau bahkan telah dinyatakan bangkrut (Nurdahlia & Harahap, 2023). Risiko piutang tak tertagih dapat menjadi kerugian pendapatan, yang harus dicatat dengan benar melalui ayat jurnal akuntansi. Pencatatan ini mencerminkan penurunan nilai aset piutang usaha sekaligus mengurangi laba perusahaan dan ekuitas pemegang saham yang bersangkutan (Anggraeni dkk., 2023).

Menurut Montororing dkk., (2020) metode pencatatan piutang tak tertagih dapat dilakukan melalui dua pendekatan,

yaitu metode langsung (*direct write-off method*) dan metode cadangan (*allowance method*). Kedua metode ini digunakan untuk mengakui kerugian akibat piutang yang tidak dapat ditagih, namun memiliki perbedaan dalam waktu dan cara pengakuannya. Dalam metode langsung (*direct write-off method*), perusahaan baru mencatat beban kerugian piutang ketika pelanggan benar-benar dinyatakan tidak mampu melunasi kewajibannya, bukan berdasarkan perkiraan sebelumnya. Sementara itu, pada metode pencadangan (*allowance method*), pengakuan kerugian dilakukan lebih awal dengan cara memperkirakan jumlah piutang yang kemungkinan tidak akan tertagih. Jadi, perusahaan sudah menyiapkan cadangan untuk mengantisipasi potensi kerugian meskipun pelanggan belum secara resmi dinyatakan gagal bayar (Mustofah & Cahyadi, 2022).

2.4 Prosedur Penagihan Piutang

Prosedur penagihan piutang merupakan upaya perusahaan untuk menagih pembayaran dari pelanggan atas transaksi kredit agar hak pembayarannya terpenuhi sesuai kesepakatan. Perusahaan biasanya memiliki pedoman atau kebijakan tertulis mengenai standar pengerjaan proses penagihan dan pelunasan piutang usaha (Winanto & Aryani, 2020).

Penagihan yang efektif membantu menjaga kelancaran arus kas dan mencegah risiko kredit macet yang dapat merugikan keuangan perusahaan (Noorusyiam dkk., 2024). Prosedur penagihan piutang dapat dilakukan melalui berbagai langkah, antara lain mengirimkan surat pemberitahuan kepada pelanggan, melakukan komunikasi lewat telepon, maupun melakukan kunjungan langsung sebagai bentuk tindak lanjut (Anggraeni dkk., 2023).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengelompokkan, menganalisis, dan menafsirkan data guna memberikan

gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang terjadi di perusahaan (Seftiani & Retnowati, 2021).

Penelitian dilakukan selama periode bulan Februari 2025 sampai Juni 2025 pada PT ABC yang merupakan anak perusahaan salah satu BUMN produsen pupuk di Indonesia. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data primer yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara kepada staf Bagian Penagihan, Asisten Manajer Keuangan, dan Asisten Manajer Pemasaran. Data sekunder berupa profil perusahaan, prosedur panduan mutu kerja Bagian Penagihan, dan rekap piutang macet PT ABC selama periode tahun 2022-2024.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada karyawan yang berfokus pada penilaian kelayakan kredit, kebijakan pemberian dan penagihan piutang, penanganan keterlambatan, serta mitigasi risiko piutang tak tertagih. Kemudian melakukan observasi dengan mengamati langsung terhadap objek yang diteliti, tentang bagaimana manajemen piutang di perusahaan, serta melalui studi pustaka, dengan mencari informasi dan data dalam buku dan publikasi ilmiah yang relevan dengan topik yang penelitian.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Manajemen Piutang

PT ABC adalah perusahaan distributor pupuk yang menyalurkan produk salah satu perusahaan BUMN di Indonesia. Perusahaan ini menerapkan dua sistem pembayaran, yaitu tunai dan kredit. Piutang yang tercatat di perusahaan ini umumnya berasal dari transaksi penjualan secara kredit yang dilakukan melalui Bagian penjualan. Piutang tersebut dikategorikan sebagai piutang usaha, yaitu tagihan yang timbul dari kesepakatan transaksi antara perusahaan dengan pihak pembeli dalam kegiatan operasional sehari-hari (Yusuf & Rosidi, 2024). Pengelolaan piutang sangat bergantung pada bagaimana perusahaan menetapkan aturan dalam memberikan

kredit kepada pelanggan, serta bagaimana proses penagihan dilakukan untuk memastikan pembayaran berjalan sesuai kesepakatan (Norsul & Djauhari, 2024).

Wawancara yang dilakukan dengan Asisten Manajer Keuangan mengenai siapa yang menyeleksi pelanggan penerima fasilitas kredit, mengatakan bahwa “*Yang menentukan pelanggan layak atau tidaknya itu tugas bagian pemasaran. Tugas penagihan hanya mengurus administrasi terkait piutang.*” Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa pada PT ABC, Bagian Pemasaran memiliki peran yang erat kaitannya dengan Bagian Penagihan. Bagian Pemasaran berfokus pada kegiatan penjualan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan, sedangkan Bagian Penagihan bertugas mengelola administrasi piutang yang timbul dari penjualan kredit yang dilakukan oleh Bagian Pemasaran.

Wawancara dengan Asisten Manajer Pemasaran terkait syarat pemberian kredit menunjukkan bahwa proses seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi keuangan pelanggan, profil perusahaan, cara pelanggan menjalankan usahanya, serta karakter atau rekam jejak pelanggan. Beliau menyampaikan, “*Kita menyeleksi dari kekuatan keuangan mereka, lihat kondisi perusahaan, gimana cara menjalankan usahanya, sudah kenal watak pelanggannya, sama minimal sudah pernah kerja sama dengan kita 3x lah. Kalau kerja sama lancar, baru kita kasih kredit.*” Berdasarkan wawancara tersebut, kebijakan yang diterapkan PT ABC adalah bahwa kredit hanya dapat diberikan kepada pelanggan yang sudah pernah melakukan transaksi minimal tiga kali dan menunjukkan riwayat kerja sama yang baik. Dari kerjasama itulah perusahaan dapat menilai karakter pelanggan, sehingga dapat menentukan pelanggan yang layak mendapatkan pembayaran kredit.

Menurut Asisten Manajer Pemasaran, “*Pokoknya penjualan di sini itu harus memenuhi 3 AMAN: Aman finansial, Aman administrasi, Aman legal*”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan

menerapkan prinsip 3 Aman sebagai dasar dalam setiap transaksi penjualan. Aman finansial dengan melihat seberapa besar pendapatannya untuk mengetahui kekuatan keuangan pelanggan dalam memenuhi kewajiban pembayaran, Aman legalitas dengan menilai pelanggan bukan perusahaan yang bermasalah dengan hukum, dan Aman Administrasi artinya seluruh administrasi dalam kegiatan operasi dilakukan dengan baik dan benar.

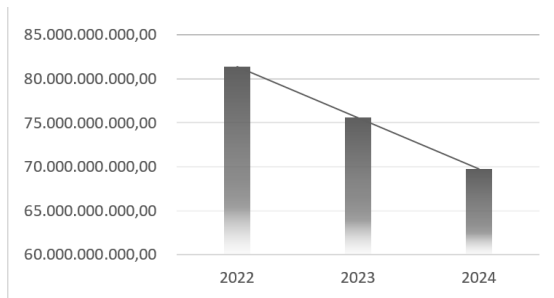
Hasil wawancara dengan Asisten Manajer Pemasaran terkait batas penjualan kredit menunjukkan bahwa perusahaan memang tidak memberikan limit tertentu kepada pelanggan. Beliau menjelaskan, *“Di sini kita memang tidak menetapkan batas penjualan kredit, supaya penjualan naik, biar bisa bersaing sama kompetitor. Pokoknya selama pelanggan punya riwayat transaksi bagus, tetap kami kasih kredit.”* Pernyataan ini menggambarkan bahwa perusahaan tidak menetapkan batas penjualan kredit kepada pelanggannya karena perusahaan berfokus untuk meningkatkan penjualan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, dan memperluas jaringan bisnis, sehingga batas pemberian kredit tidak diberikan. Namun keputusan untuk tidak menetapkan batas penjualan kredit dapat mengalami risiko yang perlu diperhatikan, seperti pelanggan membeli secara berlebihan melebihi kemampuan bayar mereka sehingga meningkatkan potensi piutang macet atau bahkan kerugian jika pelanggan mengalami kesulitan keuangan.

Asisten Manajer Keuangan menjelaskan bahwa perusahaan tidak menerapkan denda keterlambatan dalam transaksi kredit. *“Kita nggak ngasih denda. Ada denda atau sanksinya, tapi hanya secara lisan saja sebagai ya bentuk ancaman-lah, agar mereka segera membayar. Tapi dalam PO tidak ada klausul denda, karena persaingan bisnis di sini ketat, jadi supaya pelanggan lebih tertarik ke kita,”* jelasnya. Sesuai kebijakan tersebut, perusahaan memang tidak menetapkan batas maksimal penjualan kredit dan juga tidak memberikan

sanksi denda ketika pelanggan terlambat membayar. Strategi ini dapat menjadi nilai tambah dalam persaingan, karena membuat perusahaan terlihat lebih fleksibel dan bersahabat bagi pelanggan. Namun, kebijakan tanpa denda ini tetap membawa risiko, seperti pelanggan yang cenderung tidak merasa terikat pada tenggat waktu sehingga terjadi keterlambatan pembayaran. Risiko ini dapat menambah jumlah piutang yang melewati jatuh tempo dan pada akhirnya berdampak pada kualitas aset lancar serta kestabilan arus kas perusahaan.

Dalam wawancara dengan Asisten Manajer Keuangan mengenai bagaimana perusahaan menangani pelanggan yang terlambat membayar, dijelaskan bahwa proses penagihan dilakukan secara bertahap. *“Kalau masih rentang jatuh tempo 1–2 bulan, bagian pemasaran yang akan mengingatkan. Tapi kalau sudah lebih dari 3 bulan, bagian penagihan akan mengingatkan pemasaran untuk koordinasi internal terlebih dahulu. Setelah itu baru dilakukan koordinasi lanjutan dengan pelanggan, bisa lewat telepon atau datang langsung, terutama kalau nilai piutangnya besar,”* jelasnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, mekanisme penagihan pada PT ABC dibagi menurut lamanya keterlambatan. Untuk piutang yang berada pada periode 30-60 hari, pengingat dilakukan oleh Bagian Pemasaran sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Namun apabila keterlambatan sudah melewati 90 hari, Bagian Penagihan akan bekerja sama dengan Bagian Pemasaran untuk mencari solusi melalui koordinasi internal, kemudian dilanjutkan dengan pendekatan eksternal kepada pelanggan. Upaya penagihan yang dilakukan seperti komunikasi melalui telepon, kunjungan langsung ke pelanggan, pengiriman laporan aging piutang, pengiriman surat tagihan sebagai reminder, hingga yang terakhir somasi akan dilakukan apabila nilai piutang yang sudah lewat jatuh tempo pada PT ABC cukup tinggi.

Berikut merupakan tren piutang tak tertagih pada PT ABC.



Gambar 1. Grafik Piutang Macet Tahun 2022-2024
(Sumber: Laporan piutang macet PT ABC, diolah penulis)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, grafik piutang tak tertagih yang menunjukkan data dari tahun 2022 hingga 2024, terdapat tren penurunan yang signifikan. Pada tahun 2022 jumlah piutang tak tertagih perusahaan senilai Rp81.419.808.578, pada tahun 2023 jumlah piutang tak tertagih perusahaan menurun sebanyak Rp5.832.036.165 sehingga piutang tak tertagih tahun 2023 menjadi Rp75.587.772.412. Sedangkan pada tahun 2024 jumlah piutang tak tertagih perusahaan menurun sebanyak Rp5.824.497.263, sehingga piutang tak tertagih tahun 2024 menjadi Rp69.763.275.149. Tren penurunan ini mengindikasikan bahwa manajemen piutang PT ABC berjalan dengan baik. Strategi yang diterapkan tampaknya mampu mengendalikan dan menurunkan volume piutang yang tidak tertagih dari tahun ke tahun. Semakin menurun piutang tak tertagih, maka semakin rendah risiko keuangan yang ditanggung perusahaan, serta mencerminkan manajemen risiko yang baik dan kemungkinan meningkatnya profitabilitas. Sedangkan semakin tinggi piutang tak tertagih, maka semakin besar potensi kerugian perusahaan, karena dana yang seharusnya menjadi kas masuk tidak dapat direalisasi, yang berarti menandakan kelemahan dalam sistem pengendalian kredit. Pembahasan ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu staf bagian penagihan yang terlibat langsung dalam penyusunan data piutang

macet perusahaan. Staff tersebut menjelaskan, “Kalau jumlah piutang macetnya tinggi, berarti kan risiko perusahaan rugi juga makin tinggi, karena tidak ada kas yang masuk.”

Sistem penjualan kredit berpotensi menghasilkan jumlah piutang yang cukup besar, karenanya diperlukan pengelolaan yang efektif agar tidak mengganggu kondisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen piutang menjadi bagian penting dalam proses pengendalian keuangan, yang bertujuan untuk memastikan pembayaran dari pelanggan dilakukan tepat waktu. Dengan pengelolaan piutang yang baik, perusahaan dapat menjaga kelancaran arus kas dan meminimalkan risiko kerugian akibat keterlambatan atau gagal bayar.

4.2 Faktor Pemicu Terjadinya Piutang Tak Tertagih

Piutang yang telah jatuh tempo dan tidak terbayarkan akan menimbulkan adanya piutang macet yang dapat mengakibatkan tak tertagih. Melalui hasil observasi yang dilakukan selama penelitian, diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat memicu terjadinya piutang tak tertagih. Salah satunya adalah sulitnya komunikasi dengan pelanggan atau tidak adanya kontak yang dapat dihubungi sehingga tidak ada tanggapan dari pihak klien terhadap usaha penagihan perusahaan. Faktor lain adalah kegagalan pelanggan dalam mengelola finansialnya, yang menyebabkan ketidakmampuan membayar hutang karena pengeluaran lebih besar dari pemasukan, sehingga kewajiban tidak dapat dipenuhi. Ada pula kondisi di mana pelanggan tidak sanggup membayar kepada perusahaan dan meminta tambahan waktu untuk melunasi. Selain itu, pailit juga menjadi penyebab, yaitu ketika pelanggan mengalami defisit dan kesulitan menghasilkan laba, sehingga perusahaan kekurangan dana untuk menjalankan usahanya dan tujuan ekonomi tidak dapat tercapai.

Faktor berikutnya adalah kesalahan pencatatan, tidak adanya konfirmasi penerimaan barang atau jasa, serta

dokumen kontrak yang tidak lengkap yang berakibat tagihan tidak diakui oleh pelanggan. Terakhir, tidak adanya denda dapat membuat pelanggan abai terhadap tenggat waktu pembayaran.

4.3 Strategi Mengurangi Potensi Risiko Piutang Tak Tertagih

Berdasarkan hasil wawancara yang telah disebutkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa perusahaan telah melakukan beberapa langkah preventif maupun kuratif untuk menjaga agar piutang dapat tertagih tepat waktu dan meminimalkan kerugian. Langkah yang pertama adalah menjalankan 3 Aman penjualan (Aman Finansial, Aman Legalitas, dan Aman Administrasi) sebagai bentuk strategi mitigasi risiko yang menunjukkan adanya sistem pengendalian yang ketat. Aman Finansial menjamin bahwa penjualan dilakukan kepada pelanggan yang sehat secara keuangan. Aman Legalitas menekankan pentingnya legalitas yang jelas agar memberi kekuatan hukum jika terjadi sengketa. Aman Administrasi berarti kelengkapan dokumen mendukung validitas dan pengarsipan transaksi, yang sangat penting dalam proses penagihan dan pelaporan.

Langkah selanjutnya, perusahaan juga menilai pelanggan dari karakter, kondisi usaha, dan keuangan perusahaan. Strategi ini merupakan langkah preventif untuk menilai kelayakan kredit. Evaluasi pelanggan dari sisi karakter, bagaimana pelanggan menjalankan usahanya, serta melihat dari keuangannya, mencerminkan penerapan 3 dari *5C of Credit* yaitu *Character, Capacity, Capital*. Penilaian tersebut menjadi strategi utama dalam menentukan siapa yang layak diberikan kredit, sehingga dapat mencegah timbulnya piutang bermasalah. Langkah berikutnya adalah menggunakan jaminan sebagai strategi proteksi hukum dan keuangan. Jaminan ini berupa Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri (SKBDN) serta cek atau giro yang pencairannya mengikuti jatuh tempo pembayaran. Jika cek tidak valid, perusahaan memiliki dasar hukum

untuk menuntut pelanggan, sehingga risiko kerugian akibat piutang tak tertagih dapat diminimalkan.

Asisten Manajemen Keuangan menjelaskan, *“Bisa, dengan cara pelanggan membuat surat pernyataan kesanggupan membayar sesuai tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak. Jika masih tidak bisa menepati sesuai tanggal, maka akan dilakukan somasi melalui jalur hukum.”* Berdasarkan penjelasan tersebut, perusahaan memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menunda pembayaran, namun harus disertai surat pernyataan kesanggupan bayar yang mencantumkan tanggal pelunasan baru yang disepakati bersama. Kebijakan ini diterapkan sebagai bentuk pengendalian risiko kredit, agar pelanggan tetap memenuhi kewajiban meskipun mengalami keterlambatan. Akan tetapi, jika pelanggan kembali melanggar kesepakatan tersebut, perusahaan berhak mengambil langkah hukum dengan mengeluarkan somasi.

Perusahaan juga memberikan keringanan berupa angsuran piutang, Asisten Manajemen Keuangan menyampaikan, *“Boleh, nanti dimonitor lewat laporan schedule piutang, dan dikomunikasikan atau di-reminder setiap mendekati tanggal perjanjian angsuran agar tidak lupa.”* Berdasarkan penjelasan tersebut, perusahaan memberikan fasilitas pembayaran secara angsuran yang disesuaikan dengan kemampuan finansial pelanggan. Meskipun demikian, perusahaan tetap menetapkan batas waktu tertentu untuk pelunasan sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan tanpa mengurangi hak tagih yang dimiliki perusahaan. Proses pengawasan dilakukan melalui laporan schedule piutang yang tersedia di dalam sistem, disertai pengingat pembayaran menjelang jatuh tempo angsuran. Dengan mekanisme ini, perusahaan tetap dapat mengontrol arus kas masuk dan meminimalkan risiko keterlambatan pembayaran.

Langkah terakhir adalah melaksanakan proses penagihan yang bertahap dan terstruktur. Bagian penagihan melakukan pemantauan piutang melalui data aging piutang yang ada di sistem perusahaan. Proses penagihan dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari komunikasi melalui telepon, kunjungan langsung ke pelanggan, pengiriman laporan aging piutang, pengiriman surat tagihan sebagai pengingat, hingga tindakan hukum berupa somasi jika diperlukan. Strategi bertahap ini dinilai efektif karena memulai dengan pendekatan persuasif hingga akhirnya bisa berlanjut ke jalur hukum, sehingga potensi piutang tak tertagih dapat ditekan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen piutang yang diterapkan PT ABC terbukti cukup efektif dalam menekan risiko piutang tak tertagih, terlihat dari penurunan nilai piutang tak tertagih sepanjang 2022–2024. Pengelolaan piutang yang disiplin, berbasis data, dan didukung prosedur penagihan yang terstruktur mampu menjaga arus kas dan mengurangi kerugian akibat gagal bayar. Meskipun masih ada piutang yang belum tertagih, langkah-langkah yang dijalankan sudah menunjukkan pengendalian risiko yang baik sesuai prinsip manajemen strategik. Perusahaan disarankan terus mengoptimalkan strategi dengan memanfaatkan teknologi, seperti otomatisasi reminder dan analisis aging piutang berbasis sistem. Pengelolaan piutang yang transparan tidak hanya memperkuat kondisi keuangan, tetapi juga menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penelitian ini memberi kontribusi pada bidang manajemen keuangan terkait pengendalian risiko piutang tak tertagih dan dapat menjadi rujukan bagi perusahaan lain. Penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau membandingkan antara berbagai sektor industri.

Daftar Pustaka

Anggraeni, M. R., Sudiman, J., & Herman,

L. A. (2023). Analisis Manajemen Piutang Untuk Meminimalkan Risiko Piutang Tak Tertagih Pada Organisasi INKINDO Sumatera Barat. *Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 1–16. <https://doi.org/10.30630/jam.v18i2.232>

Annisa, J. F., & Yuniarti, P. (2023). Analisis Sistem Pengendalian Intern Piutang Usaha Untuk Meminimalkan Piutang Tak Tertagih Pada PT Mutiara Multi Finance Galur. *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 163–172. <https://doi.org/10.31294/moneter.v10i2.17146>

Ayu, R. (2023). Analisis Sistem Pengendalian Piutang Terhadap Piutang Tak Tertagih pada PT. Abadi Sakti Mitra Mandiri. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 911–924. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1516>

Fadila, A. T., Putri, E. E., Khoiroh, Z., Putri, F. A., & Pandin, M. Y. R. (2025). Peran Pengelolaan Piutang, Diskon Pembayaran Dini, dan Suku Bunga dalam Menentukan Kebijakan Kredit Perusahaan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(3), 551–562. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2439>

Herianti, M. Ikbal Wijaya, Irma Martawati, & Muhammad Fahri Amir. (2024). Manajemen Piutang Dalam Keuangan Islam: Prinsip, Implementasi, Dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(1). <https://doi.org/10.53697/emak.v6i1.2119>

Mardianto, M., & Trisnawati, M. (2022). Tata Kelola Perusahaan dan Manajemen Laba Riil pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 219.

- <https://doi.org/10.21632/saki.5.2.219-240>
- Miradji, M. A., Aliyah, I. H., Kurniawan, A. Y., & Meliana, F. (2024). Evaluasi Pengendalian Internal Atas Sistem Akuntansi Penjualan Kredit, Penagihan Piutang Dalam Meminimalkan Kredit Macet Pada CV. JS Sentosa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 56–61. <https://doi.org/10.62017/jimea>
- Montororing, P. M., Sabijono, H., & Wokas, H. R. N. (2020). Analisis Penerapan Pengendalian Internal Piutang Usaha Pada Piutang Tak Tertagih Di PT Hasjrat Multifinance Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Mustofah, N. T., & Cahyadi, N. (2022). Analisis Piutang Tak Tertagih Berdasarkan Umur Piutang Pada PT Kawasan Industri Gresik. *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(01), 62–74. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2281>
- Noorusyiam, S. W., Tyas, D. T. A., & Hidayatullah, M. F. (2024). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Prosedur Penagihan Piutang Customer PT. Violet Indonesia. *JEMBA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 85–94.
- Norsul, A. F., & Djauhari, M. (2024). Evaluasi Pengendalian Piutang Usaha Dalam Rangka Meminimalisir Kredit Bermasalah Pada PT. Bussan Auto Finance. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Entitas*, 4(1).
- Nurdahlia, N., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Efektifitas Pengendalian Internal Piutang Dalam Menghindari Risiko Kerugian Piutang Tak Tertagih PT. ABC. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(3), 159–176. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20413>
- Nurmawardi, F., & Lubis, I. (2019). Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 2(1), 103 - 112). <https://doi.org/10.33753/madani.v2i1.48>
- Pakaya, L., Wuryandini, A. R., & Koniyo, O. (2019). Pengaruh Prosedur Pemberian Kredit Terhadap Pengendalian Piutang Pada PT. Nusa Surya Cipta Dana (NSC Finance) Cabang Gorontalo. *JAWARA: Jurnal Wawasan dan Riset Akuntansi*, 6(2), 89–109.
- Sari, D. R., & Priyawan, S. (2023). Analisis Efektivitas Manajemen Piutang Terhadap Pengendalian Piutang Tak Tertagih Pada PT. Sarayu Garuda Elektrindo. *Journal of Student Research*, 1(2), 190–202. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.988>
- Seftiani, R., & Retnowati, Y. F. (2021). Analisis Pengendalian Internal Piutang Usaha Dalam Meminimalisir Piutang Tak Tertagih Pada Stasiun TV XYZ. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 116–129. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i1.54>
- Tumalun, T. L. H., & Pangerapan, S. (2019). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Di Pt Nusantara Sakti Cabang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Winanto, A., & Aryani, F. (2020). Operational Audit of Accounts Receivable (Study at PT. Sanserita Jaya). *Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan*, 1(2), 126–134. <https://doi.org/10.31334/neraca.v1i2.861>
- Yusuf, D., & Rosidi, M. (2024). Analisis Pengaruh Piutang Usaha dan Utang Usaha Terhadap Arus Kas Operasi Pada PT. Capitalinc Finance. *Jurnal*

Publikasi Ekonomi dan Akuntansi,
4(1), 85–98.
<https://doi.org/10.51903/jupea.v4i1.2046>

Zalogo, E. F. (2021). Analisis Piutang Tak Tertagih Terhadap Tingkat Perputaran Piutang Pada CV. Berlian Abadi Gunungsitoli. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 73–82.