

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Teknologi internet merupakan fenomena yang belakangan ini berkembang dengan sangat pesat. Berkembangnya sebuah teknologi internet membuat terbentuknya dunia baru yaitu dunia maya yang dimana setiap manusia memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan manusia lainnya tanpa adanya suatu batasan yang menghalanginya. Sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari kehadiran internet yang membuat perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi tumbuh dan berkembang cepat pada sektor tersebut.

Pada era yang semakin canggih ini, membuat dunia sektor bisnis harus mampu menyediakan suatu pelayanan atas barang atau jasa dengan cepat terhadap suatu permintaan pelanggan atau konsumen. Untuk meningkatkan pelayanan tersebut, kini muncul transaksi bisnis yang menggunakan media internet sebagai alat untuk menghubungkan produsen dan konsumen dalam proses transaksi. Transaksi bisnis melalui media internet dikenal dengan istilah *e-business* dan *e-commerce* yang membuat setiap manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya.

Sebuah *start up* merupakan suatu usaha bisnis yang baru didirikan dan sedang dikembangkan oleh individu atau perorangan yang bergerak dan beroperasi dalam bidang teknologi dalam rangka menjual produk atau jasa berupa aplikasi dalam bentuk digital. Artinya, sebuah *start up* adalah suatu bisnis baru yang didirikan karena adanya perkembangan dari sebuah teknologi internet yang membuat suatu perkembangan dalam sektor bisnis.

Membuat perusahaan *start up* seperti B2B (*Business to Business*) kini menjadi impian banyak kaum milenial. *Start up* dianggap menjadi salah satu jalan untuk menuju kesuksesan untuk mencari pendapatan. Namun, siapa sangka untuk mengembangkan *start up* tak berbiaya murah. Guna mengembangkan *start up*, peran investor sangat penting. Dana investor berfungsi untuk mendanai pengembangan yang sedang dijalankan oleh perusahaan *start up*.

Dalam dunia *start up* terkadang harus melakukan *crazy experiments*, yaitu yang disebut dengan istilah “bakar duit”. Namun, tidak semua orang mengerti istilah bakar duit karena masih belum banyak orang tahu kenapa *start up* yang berani bakar-bakar duit untuk promosi bisnis atas produknya. Istilah bakar duit yang dimaksud adalah biaya promosi yang dikeluarkan *start up* untuk memasarkan bisnis atas produknya. Biaya promosi yang dikeluarkan tidak semuanya efektif atau separuh biaya promosi yang dikeluarkan tidaklah efektif dan separuhnya lagi efektif. Biaya promosi yang tidak efektiflah yang dikatakan dengan istilah bakar duit.

Inilah adalah alasan kenapa *start up* melakukan bakar duit, lalu timbulah pertanyaan kapan balik modalnya. Di setiap *start up* pasti akan melakukan bakar duit yang biasanya diawal bisnisnya berjalan. Dengan kata lain bakar duit akan mengalami rugi diawal bisnisnya. Namun, dengan tujuan dari *crazy experiments* ini adalah suatu *start up* bertujuan ingin menciptakan *user base* atau komunitas pelanggan yang setia dan yang diharapkan adalah *retention rate* atau tingkat pelanggan yang setia terhadap bisnis produk tersebut, karena sebenarnya biaya promosi atau pemasaran yang dikeluarkan bukan hanya untuk penjualan per produk tersebut, tetapi tujuannya adalah mengubah seseorang atau konsumen menjadi pelanggan yang setia kepada produknya. Istilah ini yang disebut dengan CAC atau *Customer Acquisition Cost*.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan. Tujuannya yakni untuk meningkatkan omzet penjualan yang merupakan suatu tujuan utama perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya secara optimal. Demi mencapai hal tersebut, perusahaan harus melakukan langkah-langkah dan terobosan dengan meningkatkan penjualan barang atau jasa. Dalam dunia bisnis pada umumnya, kegiatan penjualan barang atau jasa mensyaratkan adanya peningkatan dari waktu ke waktu. Untuk meningkatkan omzet penjualan, perusahaan memberikan penundaan pembayaran atau penjualan yang dilakukan secara kredit kepada pelanggan atau konsumen.

Pada dasarnya, setiap transaksi kredit melibatkan dua pihak yaitu kreditur dan debitur. Pada sistem penjualan secara kredit, terdapat beberapa

masa (lama) penyerahan atau pengiriman barang dengan penerimaan kas sehingga muncul resiko bagi perusahaan, yaitu kemungkinan tak teragihnya sebagian atau seluruh piutang atas penjualan barang. Piutang timbul karena perusahaan menjual barang atau jasa kepada konsumen secara kredit. Piutang bisa timbul dari berbagai macam transaksi yang dilakukan dalam proses bisnis, tetapi jumlah yang terbesar biasanya timbul dari penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara kredit. Piutang terbagi menjadi 3 jenis yaitu, piutang dagang, piutang wesel dan piutang lain-lain. Jenis piutang dapat di bedakan berdasarkan jangka waktu pembayaran piutang dan termasuk atau tidaknya dalam kegiatan operasi perusahaan.

Melakukan suatu kegiatan usaha bisnis agar dapat berjalan efektif dan efisien sesuai dengan tujuan perusahaan harus memperhatikan terhadap pengelolaan yang menyangkut segala aktivitas dan kegiatan perusahaan diantaranya mengenai piutang. Sistem informasi akuntansi piutang merupakan suatu kesatuan yang saling melibatkan antara bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lain, yang digunakan perusahaan untuk menangani pemberian piutang yang berasal dari penjualan kredit. Peranan sistem informasi akuntansi piutang dijadikan sebagai suatu bentuk informasi keadaan piutang yang disajikan dalam bentuk laporan keuangan sebagai dasar penilaian dan analisa terhadap kondisi perusahaan dalam mengambil suatu keputusan bagi pemakai atau pengguna laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu, penerapan sistem informasi akuntansi piutang yang baik sangat penting dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Sistem informasi akuntansi piutang usaha berguna untuk internal maupun eksternal perusahaan, dimana perusahaan dalam mensukseskan usaha yang mereka kelola dengan hasil dari sistem informasi yang ada dan telah disesuaikan dengan kebutuhan mereka agar piutang yang timbul dapat berjalan dengan baik dan lancar sehingga piutang tersebut dapat tertagih dengan baik.

PT. Redkendi Andalan Mitra adalah sebuah perusahaan *start up online* catering yang berjenis B2B (*business to business*) berbasis teknologi melalui proses transaksi jual beli yang dilakukan antara kedua belah pihak yaitu pelanggan dan penyedia jasa, dengan menggunakan media internet dalam proses

pembayaran terhadap transaksi perdagangan jual beli tersebut. B2B merupakan salah satu jenis pemasaran yang menciptakan ruang baru dengan memudahkan para pelanggan atau konsumen membuat pesanan hanya melalui teknologi yaitu pada *smartphone* melalui media internet.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan suatu omzet penjualan serta untuk meningkatkan laba perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis, dan piutang merupakan hak perusahaan pada pihak lain yang dapat ditagih akibat adanya suatu transaksi penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara kredit. Oleh sebab itu, melalui Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan di bagian keuangan PT. Redkendi Andalan Mitra untuk melakukan peninjauan lebih dalam terkait sistem informasi akuntansi piutang usaha pada PT. Redkendi Andalan Mitra, dipilihlah judul **“Tinjauan atas Sistem Informasi Akuntansi Piutang Usaha Pada *Start Up Online Katering* PT. Redkendi Andalan Mitra”**.

I.2 Ruang Lingkup

Praktik kerja lapangan dilakukan di perusahaan *start up* yang bergerak dibidang jasa *online katering* berjenis B2B (*Business to Business*) yaitu PT. Redkendi Andalan Mitra yang beralamat di Jl. Cipete Raya No. 7D Cilandak Timur, Jakarta Selatan. Praktik kerja lapangan dilakukan selama 4 bulan, dimulai tanggal 2 Januari hingga tanggal 30 April 2019. Praktik kerja lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai salah satu bentuk penerapan dari teori yang didapatkan pada masa perkuliahan dengan dilakukan secara langsung di dunia pekerjaan. Dalam menjalankan bisnisnya, PT. Redkendi Andalan Mitra memiliki 4 jenis departemen produk, yaitu departemen produk Redkendi, departemen produk Yellowkendi, departemen produk Greenkendi, dan departemen produk Bluekendi. Kegiatan yang dilakukan selama praktik kerja lapangan yaitu mengetahui pengelolaan piutang pada departemen produk Yellowkendi. Pada pembahasan tugas akhir ini akan meninjau mengenai sistem informasi akuntansi piutang usaha pada produk Yellowkendi. Maka, ruang lingkup penulisan tugas akhir ini mengenai sistem informasi akuntansi piutang usaha produk Yellowkendi pada *start up online katering* PT. Redkendi Andalan Mitra.

I.3 Tujuan

I.3.1 Tujuan Umum

- a. Mempelajari lebih jauh dalam penggunaan sistem informasi akuntansi atas pelunasan pembayaran piutang usaha dalam dunia kerja.
- b. Sebagai penambah wawasan dan pengalaman dalam memahami sistem informasi akuntansi.
- c. Sebagai syarat kelulusan program Diploma Tiga (D-III) untuk mendapatkan gelar ahli madya dari Program Studi Akuntansi D3 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

I.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus penulisan tugas akhir untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemahaman terhadap sistem informasi akuntansi atas piutang usaha yang diterapkan oleh PT. Redkendi Andalan Mitra melalui produknya yaitu Yellowkendi yang menghasilkan dokumen terkait seperti *invoice*, serta fungsi yang terkait pada sistem informasi akuntansi putang usaha pada PT. Redkendi Andalan Mitra.

I.4 Sejarah Organisasi

PT. Redkendi Andalan Mitra adalah perusahaan *start up online* catering berdiri sejak tahun 2016 yang memfokuskan diri pada semangat memberdayakan mitra catering berskala UKM dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan bagi mitra catering berskala besar. PT. Redkendi Andalan Mitra awalnya berangkat dari tujuan ingin membantu dan mencari solusi bagi para catering yang permasalahannya tidak pernah dipecahkan selama hampir 40 tahun, dikarenakan industri ini juga tidak mendapatkan perhatian dari kebanyakan pengusaha besar, dikarenakan secara parsial, nilai ekonomi dari bisnis catering relatif kecil. PT. Redkendi Andalan Mitra kini telah berkembang dan mampu melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan Surat Izin Usaha Perdagangan dengan Nomor: 217/VO/24PM.1/31/74/AC1/-1.824.27/2019 dengan kelembagaan penyalur, *distributor, ekspor, impor*. PT. Redkendi merupakan perusahaan *online* catering yang berjenis *business to business* (B2B) untuk perusahaan-perusahaan besar atau

pabrik dan para penjualnya berasal dari UKM. Jadi, *platform* ini mempertemukan antara UKM dengan perusahaan besar. PT. Redkendi Andalan Mitra adalah perusahaan pertama dengan produk teknologi penyedia sistem *online* catering.

Dibalik keberhasilan usaha PT. Redkendi Andalan Mitra sangat mewajibkan setiap karyawan untuk mempunyai enam nilai utama yang ditertibkan dan harus dimiliki oleh para karyawan pada perusahaan yaitu *customer centricity*, *innovation*, *teamwork*, *passion*, *embrance changes*, dan *integrity*. Nilai-nilai yang dibuat menjadi pedoman setiap karyawan dan perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha. Memberikan pelayanan terbaik, menciptakan ide-ide kreatif, kerjasama dalam satu tim, menjalankan pekerjaan tanpa beban, berani melakukan perubahan, dan meningkatkan nilai kejujuran selalu ditanamkan sebagai nilai-nilai budaya perusahaan dalam setiap karyawan agar menciptakan sumber daya yang terampil serta memiliki wawasan yang luas dalam mendukung pelanggan atau konsumen untuk mencapai kepuasan sehingga timbul perasaan saling membutuhkan. Perusahaan terus berupaya memudahkan setiap pelanggan tanpa harus mengeluarkan banyak waktu untuk pemesanan dengan teknologi sebagai produk, oleh karena itu perusahaan selalu memikirkan ide-ide dan membuat fitur-fitur yang dapat mempermudah segala hal kebutuhan pelanggan.

Saat ini PT. Redkendi Andalan Mitra memiliki beberapa cabang antara lain beralamat di Cikarang, Karawang, dan Tangerang, dengan kantor pusat di Jakarta yang berlokasi di Jl. Cipete Raya No.7D Cilandak Timur, Jakarta Selatan. PT. Redkendi Andalan Mitra sebagai perusahaan yang menciptakan suatu sumber daya yang terampil dan berwawasan luas yang dalam menjalankan suatu bisnisnya memiliki suatu visi dan misi sebagai berikut, yaitu:

a. Visi

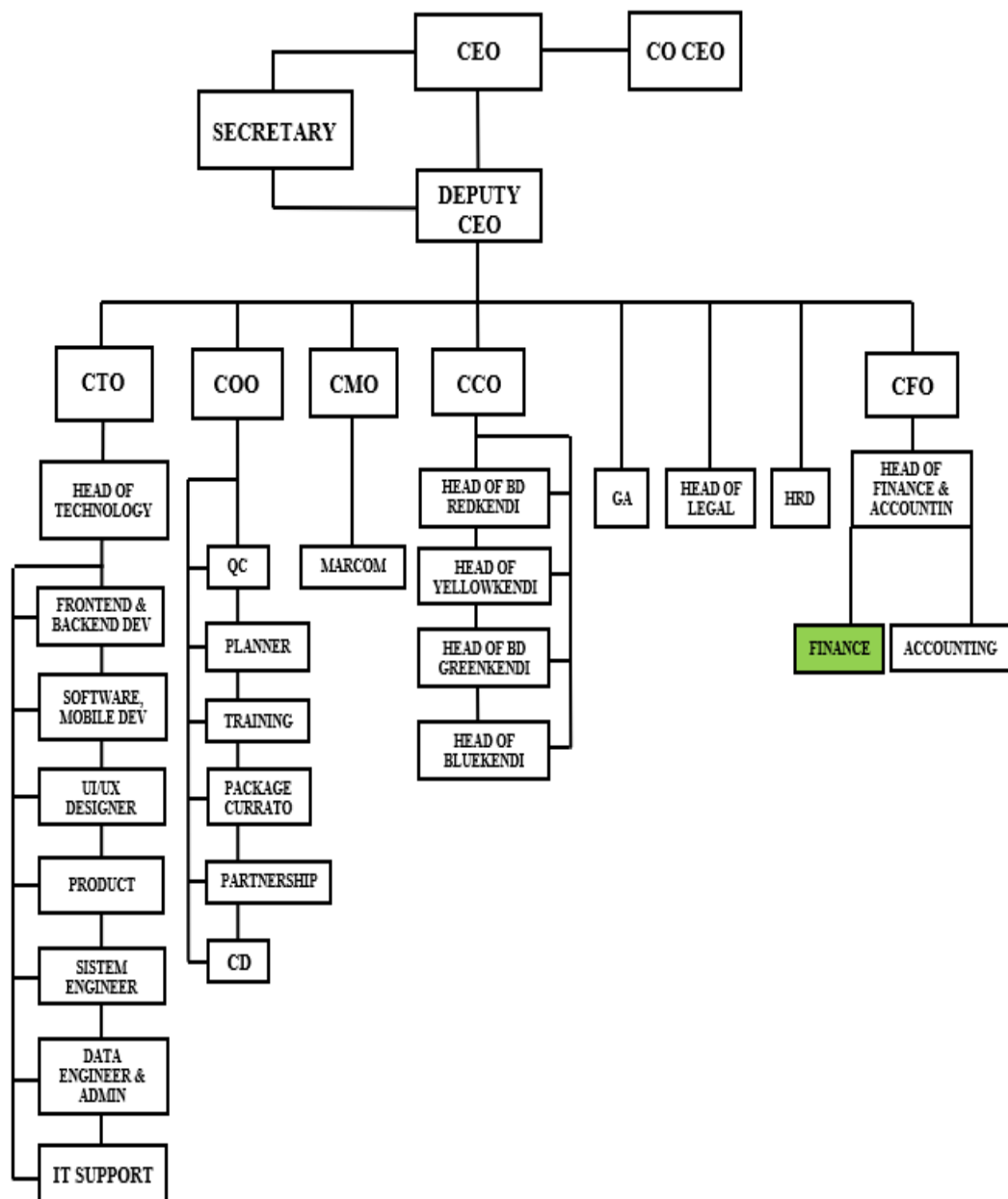
Mampu menjadi perusahaan *online* catering terbesar di dunia pada tahun 2025.

b. Misi

- 1) Membantu masyarakat mendapatkan gizi yang lebih baik di lingkungan kerja (pekerja dengan gizi yang lebih baik akan memberikan kontribusi yang lebih baik kepada lingkungannya bahkan ke seluruh negeri).

- 2) Mendukung para mitra catering dalam membangun bisnis yang tumbuh berkelanjutan (bergerak dengan semangat pemberdayaan UKM sebagai tulang punggung ekonomi di Indonesia).
- 3) Memberdayakan pekerja dengan memberikan kesempatan berpartisipasi dalam pengelolaan konsumsi gizi mereka.

I.5 Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi

Berikut adalah tugas serta tanggung jawab dari setiap bagian yang ada di PT. Redkendi Andalan Mitra :

a. CEO (*Chief Executive Officer*)

- 1) Memimpin dan membuat suatu kebijakan perusahaan.
- 2) Merencanakan, mengelola, dan memikirkan masa depan perusahaan.
- 3) Menyetujui dan mengambil suatu keputusan mengenai anggaran perusahaan.

b. CO CEO

- 1) Membantu CEO dalam membuat keputusan serta mencari solusi permasalahan.
- 2) Memberi informasi atas kegiatan perusahaan dan rencana jangka panjang perusahaan kepada investor.

c. Deputy CEO

- 1) Merumuskan strategi, kebijakan, pelaksanaan program perusahaan di bidang pengawasan internal.
- 2) Memastikan serta mengevaluasi kebijakan pelaksanaan, merealisasi rencana perusahaan, merumuskan strategi, kebijakan, membuat program usaha produk bisnisnya, dan mengevaluasi kebijakan serta pelaksanaan program usaha unit bisnisnya.

d. CTO (*Chief Technology Officer*)

- 1) Menentukan strategi teknis teknologi yang akan digunakan.
- 2) Melakukan perkembangan riset teknologi.
- 3) Mengembangkan sistem produk sesuai perkembangan teknologi.
- 4) Merencanakan perubahan teknologi dalam membuat fitur-fitur baru, mengkondisikan sistem selalu terkendali.

e. COO (*Chief Operating Officer*)

- 1) Merencanakan arah jalannya bisnis.
- 2) Bertanggung jawab atas lancarnya kegiatan perusahaan.
- 3) Mengatur kegiatan operasional internal.
- 4) Membuat inovasi untuk mengembangkan perusahaan.

- 5) Mengkoordinasikan seluruh rencana jangka panjang dan kegiatan yang sudah terlaksana perusahaan kepada CEO.
- f. CMO (*Chief Marketing Officer*)
- 1) Membuat strategi penguatan nama perusahaan.
 - 2) Melakukan pengembangan merek produk perusahaan dengan membuat iklan, menentukan strategi promosi dan media yang digunakan serta menganalisa pasar kebutuhan konsumen.
- g. CCO (*Chief Commercial Officer*)
- 1) Melaksanakan negosiasi kesepakatan proyek.
 - 2) Menyetujui penetapan harga dan penentuan posisi produk perusahaan.
 - 3) Mempersiapkan rencana bisnis perusahaan dan melapor kepada CEO atas pencapaian penjualan harian.
- h. CFO (*Chief Financial Officer*)
- 1) Mengajukan pengadaaan pendanaan kepada CEO.
 - 2) Mengevaluasi laporan keuangan, mengatasi masalah keuangan serta mengatur pencadangan piutang.
 - 3) Merumuskan dokumen keuangan, mengelola proses untuk perkiraan anggaran keuangan, dan mengawasi persiapan semua pelaporan keuangan.
- i. *Secretary*
- 1) Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
 - 2) Mengatur agenda CEO dan COO dalam kegiatan perusahaan.
 - 3) Memastikan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan harian perusahaan serta mencatat kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dan yang sudah terlaksana.
- j. *Head of Department*
- 1) Memimpin bagian departemen dengan baik dan mengatur pekerjaan departemen pada setiap bagian masing-masing.
 - 2) Mengawasi kegiatan pekerjaan staf, berkoordinasi atas setiap pekerjaan dengan staf, dan mengatur pekerjaan staf.
- k. HRD (*Human Resources Development*)
- 1) Memasukkan calon karyawan baru yang dibutuhkan perusahaan.
 - 2) Memberikan rekomendasi pengangkatan jabatan kepada COO.

- 3) Mengatur penggajian karyawan dengan koordinasi COO dan melakukan pengawasan atas kinerja semua karyawan.
1. GA (*General Affair*)
 - 1) Merencanakan anggaran pengadaan barang atau jasa dalam kegiatan perusahaan dan mengurus kegiatan administrasi CEO.
 - 2) Mengurus kegiatan operasional perusahaan, melaksanakan pengelolaan perawatan fasilitas kantor.

I.6 Kegiatan Organisasi

PT. Redkendi Andalan Mitra merupakan perusahaan *start up online* catering berjenis *business to business* (B2B) yang bertujuan untuk membantu perusahaan catering menawarkan produk kulinernya kepada para konsumen yang bergerak dengan semangat peningkatan produktivitas di Indonesia melalui makanan dan pemberdayaan tenaga kerja yang optimal. PT. Redkendi Andalan Mitra merupakan perusahaan teknologi yang menyediakan jasa pelayanan catering untuk industri yang mempunyai fokus pada :

1. Memberikan pengalaman pelayanan makanan yang bergizi tepat guna.
2. Mempermudah konsumen dalam menyediakan makanan yang berkualitas bagi pekerjanya.
3. Mendukung seluruh mitra catering tumbuh dan mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.
4. Memberdayakan seluruh pekerja di setiap bidang industri mendapatkan gizi yang tepat guna.

PT. Redkendi Andalan Mitra dalam menjalankan kegiatan organisasinya memiliki 4 macam departemen produk, yaitu :

a. Departemen Produk Redkendi

Produk redkendi adalah salah satu departemen bisnis utama yang ada di PT. Redkendi Andalan Mitra. Kegiatan umum dari departemen ini adalah membangun kemitraan antara catering dan pelanggan dimana terdapat keadaan saling membutuhkan diantara keduanya dan memberikan pelayanan jasa terbaik sebagai pihak ketiga. Secara umum, kegiatan yang dilakukan dari departemen redkendi meliputi :

- 1) Mencari titik tengah hubungan saling membutuhkan antara katering dan pelanggan.
- 2) Melakukan pengecekan sistem pada *website* dan *mobile*.
- 3) Melakukan survei dapur katering.
- 4) Melakukan uji makanan pada katering untuk mengetes kelayakan makanan.
- 5) Membuat perjanjian antara pihak ketiga (PT.Redkendi Andalan Mitra) dan katering selama ada pesanan dari pelanggan yang telah didapat oleh pihak pelanggan.

b. Departemen Produk Yellowkendi

Pada produk Yellowkendi, produk ini merupakan distributor produk segar yang berfokus kepada pembisnis kuliner yang berbasis teknologi. Perusahaan memastikan setiap pelanggan atau konsumen mendapatkan pelayanan terbaik, efisien dan transparan sehingga dapat meningkatkan produktifitas bisnis. Tujuan produk Yellowkendi ini adalah :

- 1) Memperluas pasar bagi petani dari berbagai kategori baik perorangan, kelompok tani hingga usaha kecil dan menengah.
- 2) Pengecekan kualitas yang komperhensif untuk memastikan kepuasan terbaik bagi para pelanggan atau konsumen.
- 3) Memberdayakan teknologi untuk mempermudah proses pemesanan dan pengantaran bahan baku. Bahan baku tersebut seperti sayur, daging, beras, buah dan bumbu. (Lampiran 1)

c. Departemen Produk Greenkendi

Departemen greenkendi salah satu produk dari produk lainnya yang ada pada PT. Redkendi Andalan Mitra yang bergerak pada bidang kemitraan dalam layanan pembiayaan berbasis teknologi yang fokus pada kemitraan katering. Memberikan solusi dalam pendanaan pada katering, disaat katering kesulitan dalam modal usahanya, greenkendi hadir memberi bantuan pemodal.

d. Departemen produk bluekendi

Departemen produk bluekendi sebagai salah satu bentuk aplikasi pekerja, yang bertujuan untuk memberikan kesempatan berpartisipasi kepada pekerja dengan memberikan pekerja kesempatan untuk menilai dan memberikan ulasan

makanan mereka, yang nantinya menjadi tinjauan penilaian makanan pada katering.

I.7 Manfaat

I.7.1 Manfaat Umum

Memberikan wawasan dan informasi kepada pembaca mengenai suatu sistem informasi akuntansi piutang di suatu perusahaan untuk suatu pekerjaan tertentu dan bagaimana cara pelunasan pembayaran piutang tersebut.

I.7.2 Manfaat Khusus

a. Manfaat Teoritis

- 1) Dapat mengimplementasikan teori dan pelajaran yang sudah didapatkan di duni perkuliahaan dengan praktik nya di dunia pekerjaan.
- 2) Dapat menambah wawasan tentang pemahaman mengenai piutang di dunia organisasi, khususnya sistem informasi akuntansi piutang jika ada pekerjaan dalam perusahaan yang sesuai dengan ketetapan manajemen perusahaan dan sistem informasi akuntansi piutang tersebut dibuat sesuai dengan kebutuhan yang akan dikerjakan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mengenai prosedur pembayaran serta pencatatan piutang usaha dalam suatu perusahaan serta menjembatani antara teori dengan praktik diperusahaan.

2) Bagi Universitas

Laporan ini dapat menjadi rujukan atau bahan referensi yang ditujukan khususnya bagi para pembaca untuk laporan praktik kerja lapangan di masa mendatang.

3) Bagi Perusahaan

Dapat mengadopsi dan atau mengembangkan sistem pencatatan dan pelunasan piutang usaha untuk industri lain yang sejenis.