

Pengelolaan Piutang Sebagai Upaya Meningkatkan Profitabilitas Telkom Indonesia Regional I Sumatera

Mutiara Salsabila¹, Laylan Syafina²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail : mutiarasalsabila595@gmail.com¹, laylansyafina@uinsu.ac.id²

***Abstract** Accounts receivable management is an important process in business activities, especially for large companies such as Telkom Indonesia. Telkom Indonesia as the dominant telecommunications company in Indonesia has a wide customer network, so the management of receivables becomes crucial in maintaining the Company's cash flow and financial health. The application of information technology, such as accounts receivable management systems and data analysis, plays a big role in the management of receivables. The system helps manage customer data, bill tracking, and provides valuable insights into payment trends and customer behavior. Accounts receivable management by Telkom Indonesia involves various strategies ranging from careful credit policies to modern technology and an effective billing approach. These efforts help companies minimize the risk of bad receivables, maintain cash flow, and maintain overall financial stability.*

***Keywords:** Receivables, Profitability*

Abstrak Pengelolaan piutang merupakan proses penting dalam aktivitas bisnis, terutama bagi Perusahaan besar seperti Telkom Indonesia. Telkom Indonesia sebagai Perusahaan telekomunikasi yang dominan di Indonesia memiliki jaringan pelanggan yang luas, sehingga pengelolaan piutang menjadi krusial dalam menjaga arus kas dan Kesehatan keuangan Perusahaan. Penerapan teknologi informasi, seperti sistem manajemen piutang dan analisis data, memainkan peran besar dalam pengelolaan piutang. Sistem ini membantu mengelola data pelanggan, pelacakan tagihan, dan memberikan wawasan berharga tentang tren pembayaran dan perilaku pelanggan. Pengelolaan piutang oleh Telkom Indonesia melibatkan berbagai strategi mulai dari kebijakan kredit yang hati-hati hingga teknologi modern dan pendekatan penagihan yang efektif. Upaya ini membantu perusahaan meminimalkan risiko piutang macet, menjaga arus kas, dan menjaga stabilitas keuangan secara keseluruhan.

Kata Kunci: Piutang, Profitabilitas

PENDAHULUAN

Telkom Regional I Sumatera Utara adalah salah satu unit bisnis dari Telkom Indonesia yang bertanggung jawab atas operasional, pengembangan, dan pelayanan telekomunikasi di wilayah Sumatera Utara, Indonesia. Telkom Indonesia, yang secara penuh bernama PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, adalah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan memiliki sejarah panjang dalam menyediakan layanan telekomunikasi di seluruh negeri. Salah satu fokus utama adalah memberikan pelayanan pelanggan yang baik. Regional ini harus memastikan bahwa pelanggan di wilayah Sumatera Utara mendapatkan akses yang andal dan berkualitas tinggi ke layanan telekomunikasi, serta menjawab pertanyaan atau masalah pelanggan dengan cepat dan efisien. Telkom Indonesia secara keseluruhan terus berinovasi dalam teknologi telekomunikasi. Regional I Sumatera Utara juga berperan dalam memperkenalkan teknologi baru dan layanan yang lebih baik kepada pelanggan di wilayahnya. Sebagai bagian dari jaringan Telkom Indonesia, Regional I Sumatera Utara memiliki peran penting dalam membantu perusahaan mencapai tujuannya.

Received September 07, 2023; Revised Oktober 02, 2023; Accepted November 10 2023

* Andyka Herlambang, herlambangandyka@gmail.com

Telkom Indonesia adalah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan jaringan pelanggan yang luas. Dengan ribuan pelanggan dan transaksi harian yang melibatkan berbagai layanan, pengelolaan piutang menjadi kompleks dan memerlukan pendekatan yang terstruktur. Seperti perusahaan lainnya, Telkom Indonesia perlu menjaga arus kas yang sehat untuk memenuhi kewajiban operasional, investasi, dan pengembangan bisnis. Pengelolaan piutang yang baik membantu memastikan tagihan pelanggan dibayar tepat waktu, yang pada gilirannya mempertahankan arus kas yang stabil. Pengelolaan piutang yang efektif dapat membantu perusahaan mempertahankan pengalaman pelanggan yang positif. Penagihan yang buruk atau berlebihan dapat merusak hubungan pelanggan dan reputasi perusahaan. Dengan mempertimbangkan latar belakang ini, pengelolaan piutang pada Telkom Indonesia menjadi penting dalam menjaga kestabilan keuangan, meningkatkan layanan pelanggan, dan memastikan kelangsungan bisnis yang sukses.

METODE PENELITIAN

Pengertian Piutang

Piutang adalah jumlah uang yang harus diterima oleh suatu entitas (perusahaan, individu, atau organisasi lain) dari pelanggan atau pihak lain sebagai hasil dari penjualan barang atau pemberian layanan. Piutang juga dapat dianggap sebagai aset perusahaan, karena mewakili nilai moneter yang harus diterima oleh perusahaan di masa mendatang. Perusahaan memiliki harapan bahwa piutang ini akan dibayar sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan dalam transaksi bisnis. Namun, ada risiko bahwa piutang tidak akan dibayar sepenuhnya atau bahkan bisa berubah menjadi piutang macet jika pihak yang berutang tidak mampu atau enggan membayar.

Pengelolaan piutang melibatkan kegiatan seperti memantau pembayaran, melakukan penagihan, menilai risiko kredit pelanggan, dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menghindari atau mengatasi piutang macet. Dalam rangka menjaga likuiditas dan kesehatan keuangan perusahaan, penting bagi perusahaan untuk mengelola piutang dengan efektif dan proaktif. Keputusan untuk berinvestasi pada piutang atau memberikan kredit kepada pelanggan juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Para perusahaan perlu mempertimbangkan risiko dan manfaat yang terlibat dalam memberikan kredit kepada pelanggan. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi investasi pada piutang:

- **Profil Risiko Kredit Pelanggan:** Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan untuk memberikan kredit adalah profil risiko kredit pelanggan. Perusahaan perlu

menganalisis sejarah pembayaran, stabilitas keuangan, dan kemampuan pelanggan untuk membayar tepat waktu.

- Jenis Produk atau Layanan: Tipe produk atau layanan yang ditawarkan juga memengaruhi keputusan untuk memberikan kredit. Produk atau layanan dengan nilai lebih tinggi atau jangka waktu panjang mungkin memerlukan pembayaran dalam bentuk kredit untuk mendorong penjualan.
- Sifat Industri: Karakteristik industri tempat perusahaan beroperasi juga memainkan peran. Beberapa industri mungkin lebih rentan terhadap risiko piutang macet daripada yang lainnya. Misalnya, industri dengan persaingan tinggi atau pelanggan yang rentan terhadap fluktuasi ekonomi mungkin memiliki risiko kredit yang lebih tinggi.
- Kondisi Ekonomi: Kondisi ekonomi saat ini dan proyeksi ekonomi di masa depan akan mempengaruhi kemampuan pelanggan untuk membayar. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, perusahaan mungkin lebih berhati-hati dalam memberikan kredit.
- Kebijakan Pembayaran dan Diskon: Kebijakan pembayaran dan penawaran diskon juga dapat memengaruhi investasi pada piutang. Diskon pembayaran dini atau skema pembayaran yang fleksibel dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membayar lebih cepat.
- Lama Jatuh Tempo Pembayaran: Jangka waktu yang diberikan kepada pelanggan untuk membayar (jatuh tempo) juga akan memainkan peran. Semakin lama jatuh tempo, semakin besar risiko kredit.
- Strategi Pertumbuhan Bisnis: Jika perusahaan ingin memperluas pangsa pasarnya atau meningkatkan penjualan, memberikan kredit dapat menjadi bagian dari strategi pertumbuhan. Ini bisa mendorong pelanggan untuk memilih produk atau layanan perusahaan daripada pesaing.
- Manajemen dan Analisis Piutang: Kemampuan perusahaan untuk menganalisis risiko kredit dan mengelola piutang dengan efektif juga akan mempengaruhi keputusan investasi pada piutang.
- Keuntungan yang Diharapkan: Perusahaan perlu mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari memberikan kredit, seperti peningkatan penjualan atau hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, dibandingkan dengan risiko potensial dari piutang macet.
- Kebijakan dan Regulasi: Faktor hukum dan peraturan yang mengatur pemberian kredit juga perlu dipertimbangkan. Beberapa industri atau negara mungkin memiliki aturan yang membatasi atau mengatur pemberian kredit.

Pada akhirnya, keputusan untuk berinvestasi pada piutang harus diambil dengan cermat, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi risiko dan manfaat dari pemberian kredit kepada pelanggan.

Manajemen Piutang

1. Pengertian Manajemen Piutang

Manajemen piutang merupakan serangkaian strategi, kebijakan, dan prosedur yang dirancang dan dilaksanakan oleh perusahaan untuk mengelola piutang dengan efektif. Tujuan utama dari manajemen piutang adalah untuk memaksimalkan pengumpulan pembayaran, mengurangi risiko piutang macet, menjaga arus kas yang stabil, dan meningkatkan kesehatan keuangan perusahaan. Tujuan dari manajemen piutang adalah untuk mengelola piutang dengan efektif dan efisien, dengan fokus pada pengumpulan pembayaran yang tepat waktu, mengurangi risiko piutang macet, dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan.

2. Analisa Kredit

Menganalisa kredit adalah proses evaluasi risiko kredit yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga keuangan sebelum memberikan kredit kepada pelanggan atau peminjam. Tujuannya adalah untuk menilai kemampuan dan kewajaran peminjam dalam membayar kembali pinjaman atau membayar tagihan tepat waktu. Proses ini melibatkan penilaian berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan peminjam untuk memenuhi kewajiban pembayaran. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam menganalisa kredit:

- **Pengumpulan Data:** Langkah pertama adalah mengumpulkan informasi terkait peminjam, termasuk data pribadi, data keuangan, dan riwayat kredit. Informasi ini bisa termasuk laporan keuangan, data pendapatan, aset, hutang, dan sejarah pembayaran sebelumnya.
- **Penilaian Kemampuan Pembayaran:** Analisis dimulai dengan menilai kemampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman atau membayar tagihan. Ini melibatkan perbandingan pendapatan dengan kewajiban hutang saat ini, untuk memastikan bahwa peminjam memiliki cukup aliran kas untuk membayar.
- **Analisis Rasio Keuangan:** Rasio keuangan seperti rasio utang terhadap ekuitas, rasio cakupan bunga, dan rasio laba terhadap hutang digunakan untuk mengukur kesehatan keuangan peminjam dan kemampuan mereka dalam membayar.
- **Sejarah Pembayaran:** Menganalisa riwayat pembayaran peminjam pada pinjaman atau tagihan sebelumnya sangat penting. Riwayat ini memberikan gambaran tentang apakah peminjam konsisten dalam membayar tepat waktu.

- Analisis Kreditur: Mengidentifikasi jumlah total utang yang dimiliki peminjam kepada kreditur lainnya memberikan gambaran tentang tingkat kewajiban keuangan mereka.
- Pemantauan Nilai Aset: Jika pinjaman diasuransikan dengan aset, seperti mobil atau properti, nilai dan kondisi aset ini juga harus dinilai.
- Faktor Eksternal: Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan pasar juga dapat mempengaruhi kemampuan peminjam dalam membayar. Oleh karena itu, faktor-faktor ini juga perlu dipertimbangkan.
- Hasil Analisis: Setelah menganalisa semua data dan faktor-faktor di atas, lembaga kredit akan menghasilkan penilaian tentang risiko kredit peminjam. Penilaian ini akan membantu dalam menentukan apakah pinjaman atau kredit akan disetujui, ditolak, atau disetujui dengan syarat-syarat tertentu.
- Keputusan Kredit: Berdasarkan hasil analisis, lembaga kredit akan mengambil keputusan apakah akan memberikan kredit, jumlahnya, suku bunga, dan persyaratan lainnya.

Menganalisa kredit adalah langkah kritis dalam mengelola risiko kredit dan membantu perusahaan atau lembaga keuangan dalam mengambil keputusan yang bijaksana terkait pemberian kredit.

3. Kebijakan Kredit

Kebijakan kredit adalah seperangkat pedoman, aturan, dan prinsip yang ditetapkan oleh perusahaan atau lembaga keuangan untuk mengatur bagaimana mereka memberikan kredit kepada pelanggan atau peminjam. Kebijakan kredit membantu mengarahkan proses pengambilan keputusan terkait pemberian kredit dengan konsistensi dan pertimbangan yang matang. Tujuannya adalah untuk meminimalkan risiko kredit yang mungkin timbul dan memastikan bahwa kredit diberikan dengan cara yang bijak. Berikut adalah beberapa elemen umum yang ada dalam kebijakan kredit:

- Kriteria Penerimaan Kredit: Kebijakan kredit menetapkan kriteria yang harus dipenuhi oleh pelanggan atau peminjam potensial agar dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan kredit. Ini bisa mencakup faktor seperti profil risiko kredit, sejarah pembayaran, kapasitas finansial, dan karakter peminjam.
- Jangka Waktu Pembayaran: Kebijakan kredit menentukan jangka waktu yang diberikan kepada pelanggan untuk membayar kembali pinjaman atau tagihan. Ini bisa berupa jumlah hari yang diizinkan sebelum jatuh tempo atau jangka waktu cicilan.

- **Batas Kredit:** Kebijakan kredit mungkin menetapkan batas maksimum berapa banyak kredit yang dapat diberikan kepada pelanggan atau peminjam. Batas ini didasarkan pada analisis kemampuan pelanggan untuk membayar kembali.
- **Suku Bunga:** Kebijakan kredit juga bisa mencakup penetapan suku bunga yang akan dikenakan pada pinjaman atau tagihan. Suku bunga ini dapat berdasarkan suku bunga pasar atau kebijakan internal perusahaan.
- **Pembayaran Minimum:** Beberapa kebijakan kredit mungkin mengharuskan pembayaran minimum yang harus dilakukan oleh pelanggan pada setiap jangka waktu tertentu.
- **Persyaratan Keamanan:** Jika kredit diasuransikan dengan aset, seperti properti atau kendaraan, kebijakan kredit dapat menetapkan persyaratan keamanan terkait penggunaan aset tersebut.
- **Sistem Penilaian Risiko:** Kebijakan kredit mungkin mendefinisikan sistem atau metode yang digunakan untuk menilai risiko kredit pelanggan. Ini bisa melibatkan penggunaan rasio keuangan, analisis sejarah pembayaran, dan faktor-faktor lain.
- **Proses Persetujuan Kredit:** Kebijakan kredit menggambarkan bagaimana proses persetujuan kredit dilakukan. Siapa yang berwenang untuk memberikan persetujuan, apa yang harus dievaluasi, dan langkah-langkah yang harus diikuti.
- **Manajemen Piutang Macet:** Kebijakan kredit mungkin juga mencakup langkah-langkah yang harus diambil jika peminjam gagal membayar. Ini bisa melibatkan proses penagihan, tindakan hukum, atau restrukturisasi kredit.
- **Peninjauan Kembali Kebijakan:** Kebijakan kredit perlu ditinjau kembali secara berkala untuk memastikan bahwa ia tetap sesuai dengan perubahan kondisi pasar, regulasi, dan praktik bisnis.

Dengan memiliki kebijakan kredit yang jelas dan komprehensif, perusahaan atau lembaga keuangan dapat mengelola risiko kredit dengan lebih efektif dan membuat keputusan kredit yang lebih informasional dan bijaksana.

4. Teknik Pengumpulan Piutang

Beberapa teknik pengumpulan piutang yang umumnya digunakan oleh perusahaan seperti Telkom Indonesia:

- **Pemberitahuan Tagihan Tertulis:** Pelanggan akan menerima tagihan tertulis yang berisi rincian layanan yang diberikan dan jumlah yang harus dibayarkan. Pemberitahuan ini dapat dikirim melalui surat atau email.

- Pemberitahuan SMS atau Pemberitahuan Otomatis: Perusahaan dapat mengirimkan pemberitahuan tagihan melalui SMS atau pesan otomatis lainnya ke nomor pelanggan. Ini merupakan metode cepat untuk mengingatkan pelanggan tentang pembayaran yang harus dilakukan.
- Pemberitahuan Telepon: Tim penagihan perusahaan dapat menghubungi pelanggan secara langsung melalui telepon untuk memberi tahu mereka tentang tagihan yang belum dibayar dan mengingatkan mereka untuk membayar.
- Sistem Penagihan Daring (Online): Perusahaan bisa memiliki portal daring di mana pelanggan dapat melihat tagihan mereka secara online, memeriksa riwayat pembayaran, dan membuat pembayaran secara elektronik.
- Penawaran Diskon Pembayaran Dini: Perusahaan dapat memberikan insentif kepada pelanggan untuk membayar tagihan mereka lebih cepat dengan memberikan diskon atau insentif lain.
- Pemantauan Otomatis: Perusahaan dapat menggunakan sistem otomatis untuk memantau pembayaran dan mengirimkan pemberitahuan ketika tagihan belum dibayar.
- Negosiasi Pembayaran: Jika pelanggan menghadapi kesulitan keuangan, perusahaan dapat bernegosiasi tentang jadwal pembayaran yang lebih fleksibel.
- Penagihan Langsung: Jika usaha-upaya sebelumnya tidak berhasil, perusahaan mungkin akan mengirimkan tim penagihan langsung untuk berbicara dengan pelanggan dan mencari solusi pembayaran.
- Perjanjian Pembayaran: Jika pelanggan memiliki tunggakan yang signifikan, perusahaan mungkin akan menyusun perjanjian pembayaran yang rinci untuk mengatasi tunggakan tersebut.
- Tindakan Hukum: Jika upaya-upaya sebelumnya gagal dan jumlah piutang besar, perusahaan dapat mengambil tindakan hukum untuk mengumpulkan piutang.

Setiap perusahaan, termasuk Telkom Indonesia, mungkin memiliki kombinasi teknik yang berbeda-beda berdasarkan strategi bisnis, profil pelanggan, dan situasi keuangan. Penting bagi perusahaan untuk memiliki pendekatan yang seimbang antara memastikan pelanggan membayar piutang tepat waktu dan menjaga hubungan yang positif dengan pelanggan.

Hubungan Efektivitas Piutang dengan Profitabilitas

Hubungan antara efektivitas pengelolaan piutang dan profitabilitas perusahaan sangat erat. Pengelolaan piutang yang baik dapat berkontribusi secara positif terhadap kesehatan keuangan dan profitabilitas perusahaan. Penting untuk dicatat bahwa efektivitas pengelolaan

piutang harus seimbang dengan hubungan yang baik dengan pelanggan. Sementara tujuan utama adalah memaksimalkan pengumpulan pembayaran, perusahaan juga harus mempertimbangkan hubungan pelanggan yang positif dan memastikan pengalaman pelanggan yang baik. Dengan demikian, pengelolaan piutang yang baik dapat memberikan dampak positif secara keseluruhan pada profitabilitas dan kesehatan jangka panjang perusahaan.

Jenis Rasio Keuangan

Rasio Aktivitas (Activity Ratios)

Rasio aktivitas atau rasio operasional mengukur efisiensi dan produktivitas perusahaan dalam mengelola asetnya. Rasio-rasio ini memberikan gambaran tentang seberapa baik perusahaan menggunakan aset-asetnya untuk menghasilkan pendapatan dan laba.

Rasio Profitabilitas (Profitability Ratios)

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari pendapatan dan aset yang dimilikinya. Rasio-rasio ini memberikan wawasan tentang efisiensi operasional dan kinerja keuangan perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Standar penjualan kredit adalah panduan atau kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk mengatur pemberian kredit kepada pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengendalikan risiko kredit, memastikan pembayaran tepat waktu, dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Dalam konteks penjualan kredit, standar ini mengarahkan bagaimana perusahaan memberikan kredit kepada pelanggan dan mengelola piutang yang mungkin timbul. Berikut adalah beberapa aspek yang mungkin ada dalam standar penjualan kredit:

- **Kriteria Kelayakan Pelanggan:** Standar penjualan kredit mencakup kriteria yang harus dipenuhi oleh pelanggan agar memenuhi syarat untuk mendapatkan kredit. Kriteria ini meliputi analisis risiko kredit, sejarah pembayaran, dan kapasitas finansial.
- **Jangka Waktu Pembayaran:** Standar ini menetapkan jangka waktu pembayaran yang akan diberikan kepada pelanggan. Ini bisa berupa jumlah hari yang diizinkan sebelum jatuh tempo atau jangka waktu cicilan.
- **Batas Kredit Maksimum:** Standar penjualan kredit dapat menetapkan batas maksimum berapa banyak kredit yang dapat diberikan kepada pelanggan. Batas ini didasarkan pada analisis kemampuan pelanggan untuk membayar.

- Suku Bunga atau Diskon: Standar penjualan kredit mungkin mencakup suku bunga yang akan dikenakan pada kredit yang belum dibayar atau diskon yang akan diberikan untuk pembayaran dini.
- Persyaratan Pembayaran Awal: Jika diperlukan, standar ini dapat menetapkan persyaratan pembayaran awal yang harus dibayarkan oleh pelanggan sebelum diberikan kredit.
- Proses Penilaian Risiko Kredit: Standar penjualan kredit dapat menguraikan proses atau metode yang akan digunakan untuk menilai risiko kredit pelanggan.
- Pemantauan Piutang: Standar ini mungkin mencakup langkah-langkah yang harus diambil untuk memantau dan mengelola piutang yang belum dibayar, termasuk penagihan, pengingat, dan tindakan lainnya.
- Periode Koleksi dan Penghapusan Piutang Macet: Standar penjualan kredit dapat menguraikan periode maksimum yang diberikan untuk mengumpulkan piutang sebelum dianggap macet, serta langkah-langkah untuk menangani piutang yang macet.
- Prosedur Peninjauan Kredit: Standar ini mungkin mencakup prosedur untuk meninjau ulang kebijakan kredit secara berkala dan menyesuaikannya jika diperlukan.
- Hubungan dengan Pelanggan: Standar penjualan kredit juga dapat menentukan bagaimana perusahaan akan berinteraksi dengan pelanggan terkait kredit, penagihan, dan negosiasi

Standar penjualan kredit membantu perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara memberikan kelonggaran kredit kepada pelanggan untuk mendorong penjualan dan mengelola risiko keuangan yang mungkin timbul dari piutang yang belum dibayar.

Persyaratan Penjualan Kredit

Persyaratan penjualan kredit adalah aturan dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh pelanggan agar memenuhi syarat untuk mendapatkan kredit dari perusahaan. Persyaratan ini ditetapkan untuk memastikan bahwa pelanggan yang diberikan kredit memiliki kemampuan dan kelayakan untuk membayar tagihan tepat waktu. Persyaratan penjualan kredit akan bervariasi tergantung pada kebijakan perusahaan, industri, dan risiko kredit yang dihadapi. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa kredit diberikan dengan bijaksana dan bahwa pelanggan memiliki kemampuan untuk membayar tagihan dengan tepat waktu.

Pengelolaan Piutang

Standar penjualan kredit terbaik adalah kombinasi dari prinsip-prinsip yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan kredit kepada pelanggan dengan bijaksana, mengelola risiko kredit dengan efektif, dan menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Meskipun standar ini dapat bervariasi berdasarkan industri, ukuran perusahaan, dan kebijakan

internal, berikut adalah beberapa elemen yang seringkali ada dalam standar penjualan kredit terbaik:

- Analisis Risiko Kredit yang Cermat: Standar terbaik mengharuskan perusahaan untuk melakukan analisis risiko kredit yang mendalam terhadap pelanggan potensial sebelum memberikan kredit. Ini mencakup penilaian terhadap sejarah pembayaran, kesehatan keuangan, dan kapasitas pelanggan untuk membayar.
- Kriteria Kelayakan yang Jelas: Standar harus memiliki kriteria yang jelas dan terukur untuk menentukan kelayakan pelanggan dalam menerima kredit. Ini dapat mencakup batasan kredit maksimum, jangka waktu pembayaran, dan persyaratan pembayaran awal.
- Pemantauan Piutang yang Aktif: Perusahaan harus memiliki sistem pemantauan yang aktif untuk mengawasi status piutang yang belum dibayar. Pemberitahuan dini dan tindakan penagihan yang proaktif dapat membantu mencegah piutang macet.
- Peninjauan Kredit Berkala: Standar penjualan kredit terbaik melibatkan peninjauan ulang secara berkala terhadap kebijakan dan kriteria kelayakan. Kondisi keuangan pelanggan atau perubahan dalam kondisi pasar dapat mempengaruhi kebijakan ini.
- Transparansi dan Komunikasi yang Jelas: Pelanggan harus diberi informasi yang jelas tentang syarat dan ketentuan penjualan kredit. Komunikasi yang baik mengenai jangka waktu pembayaran, suku bunga (jika ada), dan proses penagihan sangat penting.
- Fleksibilitas dalam Penawaran Kredit: Meskipun perusahaan harus memiliki kriteria yang ketat, ada kebijakan yang dapat memberikan fleksibilitas dalam kasus-kasus khusus, seperti pelanggan yang memiliki sejarah yang baik atau kebutuhan bisnis yang unik.
- Manajemen Piutang Macet yang Efisien: Standar penjualan kredit terbaik mencakup langkah-langkah yang harus diambil jika piutang menjadi macet. Proses penagihan dan keputusan tentang peninjauan ulang atau restrukturisasi piutang harus ditentukan dengan jelas.
- Pengetahuan Karyawan: Karyawan yang terlibat dalam penjualan dan penagihan harus memahami standar penjualan kredit dan memiliki pelatihan yang cukup untuk mengaplikasikannya dengan benar.
- Evaluasi Terhadap Hasil: Perusahaan harus secara rutin mengevaluasi hasil dari kebijakan penjualan kredit dan rasio piutang, serta melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi tersebut.

- Kebijakan Berkelanjutan: Standar penjualan kredit terbaik bukanlah sesuatu yang statis. Kondisi bisnis dan pasar dapat berubah, sehingga perusahaan perlu selalu mengevaluasi dan menyesuaikan standar sesuai kebutuhan.

Penting untuk diingat bahwa standar penjualan kredit terbaik adalah yang cocok dengan karakteristik dan kebutuhan perusahaan. Kebijakan ini harus mencerminkan keseimbangan antara mendorong penjualan dan mengelola risiko kredit dengan bijaksana.

KESIMPULAN

Pengelolaan piutang yang baik adalah hal yang krusial untuk memastikan kesehatan keuangan, likuiditas, dan profitabilitas perusahaan. Dalam konteks Telkom Indonesia, sebagai perusahaan telekomunikasi yang besar, pengelolaan piutang memainkan peran penting dalam menjaga operasional yang lancar dan keberlanjutan bisnis. Dengan mengelola piutang dengan cermat, Telkom Indonesia dapat meminimalkan risiko piutang macet dan mengoptimalkan arus kas masuk. Hal ini berkontribusi pada peningkatan profitabilitas melalui pengelolaan biaya penagihan dan risiko kerugian. Dalam rangka menjaga stabilitas keuangan dan pertumbuhan jangka panjang, pengelolaan piutang yang baik harus tetap menjadi fokus perhatian Telkom Indonesia. Dengan melaksanakan praktik terbaik dalam mengelola piutang, perusahaan dapat memastikan kelancaran operasional, kesehatan keuangan yang kuat, dan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan industri telekomunikasi. Telkom Indonesia dapat meningkatkan analisis risiko kredit dengan memanfaatkan data dan teknologi analitik untuk menilai kemampuan keuangan dan histori pembayaran pelanggan. Ini akan membantu mengidentifikasi risiko potensial sebelum memberikan kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2013). *Financial Management: Theory and Practice*. Cengage Learning.
- Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2014). *The Essentials of Risk Management*. McGraw-Hill.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). *Principles of Managerial Finance*. Pearson.
- Matz, A., & Usry, M. (2016). *Cost Accounting: Planning and Control*. Cengage Learning.
- Myers, S. C., & Brealey, R. A. (2017). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Pike, R., Neale, B., & Linsley, P. (2015). *Corporate Finance and Investment: Decisions & Strategies*. Pearson.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2016). *Fundamentals of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Scott, D. F., & Petty, J. W. (2016). *Financial Accounting: The Impact on Decision Makers*. Cengage Learning.

- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2014). *Fundamentals of Financial Management*. Pearson.
- Weston, J. F., & Brigham, E. F. (2013). *Essentials of Managerial Finance*. Cengage Learning.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2016). *Financial Theory and Corporate Policy*. Pearson.