

PEMANFAATAN DAN PELAPORAN ANJAK PIUTANG (FACTORING)

Emita Wahyu Astami

STIE "YO"

ABSTRACT

Factoring is the purchases of a firm's accounts receivables (the client) by another firm (the factor) for a discount fee. This paper attempts to discuss the benefit of factoring receivables, steps taken to avoid serious problems that can arise from factoring, and reporting the sales of receivables.

Being successful in the future, a company will probably need to sell overseas and being global, therefore it needs to work with an international factoring company. By using the services provided by a factor, the client gains a partner who can provide administration, working capital enhancement, business experience, and overall guidance in selling products abroad. Factors can be considered to become the receivable management entities therefore, management can focus on developing, producing, and selling products.

However, before entering into a factoring agreement, a firm need to consider and take steps to avoid risks. Factoring programs work only if both factors and clients pay adequate attention to preventing problems before they arise.

Finally, both the client and the factor need to report factoring receivables based on Statement on Financial Accounting Standards (PSAK) No. 43. In a factoring, receivables are sold on either a without recourse or a with recourse basis.

PENDAHULUAN

Pada tahapan yang normal, pelaksanaan penagihan piutang usaha terjadi pada saat tanggal jatuh temponya dan piutang yang telah tertagih tersebut akan dihapuskan dari rekeningnya. Namun demikian, seiring dengan perkembangan bisnis, praktek tahapan normal pelaksanaan penagihan piutang tersebut mengalami perubahan. Pada industri tertentu, seperti pada industri otomotif dan perumahan, penjualan produk secara kredit atau angsuran merupakan suatu keharusan demi untuk memenangkan persaingan. Sedangkan pada industri lain, dengan asumsi faktor lain relatif sama, penjualan yang disertai dengan jangka waktu pembayaran yang lebih longgar lebih disukai

oleh konsumen. Pada sisi lain, perusahaan yang menjual produknya tidak secara tunai memerlukan dana yang lebih besar dari biaya produksinya. Hal ini menyebabkan praktek tahapan normal penagihan piutang mengalami perubahan. Alasan lain suatu perusahaan melaksanakan pengalihan piutang adalah perusahaan mengalami kesulitan untuk mendapatkan dana dari sumber lain mungkin karena mahal, atau karena ketentuan batas maksimum kredit yang diterimanya sudah terlampaui, atau karena proses penagihan piutang itu sendiri memerlukan waktu dan biaya yang mahal.

Untuk mempercepat penerimaan kas dari piutang, banyak perusahaan mengalihkan

piutangnya kepada perusahaan lain dari pada harus menunggu piutangnya jatuh tempo. Sebagai contoh, J.C. Penny, sebuah perusahaan *retail* di Amerika Serikat, menjual piutangnya yang berasal dari penjualan dengan kartu kredit kepada Citicorp dalam jumlah beberapa juta dolar (Chasteen, Flaherty, and O’Cormor, 1998:403). Praktek pengalihan piutang semakin berkembang dengan semakin pesatnya perdagangan global. Asosiasi Anjak Piutang Internasional (*Factors Chain International*) memfasilitasi kegiatan bisnis ekspor dan impor barang antar negara, termasuk Indonesia. Perusahaan yang mengalihkan piutang maupun yang menerima pengalihan piutang tentunya sama-sama mendapatkan manfaat. Kegiatan pengalihan piutang tersebut juga pasti mempengaruhi baik kinerja maupun posisi keuangan yang tercermin pada laporan keuangan kedua belah pihak perusahaan. Artikel ini menguraikan latar belakang manfaat *factoring*, sejarah *factoring*, *international factoring*, pengelolaan *factoring*, praktek *factoring* di Indonesia dan pelaporannya.

PENTINGNYA PEMENUHAN KEBUTUHAN KAS DENGAN FACTORING

Betapa penting pengelolaan kas bagi kelancaran usaha maupun perluasan usaha guna pencapaian tujuan perusahaan sudah dipahami oleh manajer keuangan maupun para akuntan. Manajer menghadapi kebutuhan kas untuk membiayai kegiatan maupun perluasan usahanya. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang dapat memberikan pinjaman kepada pengusaha yang memerlukan dana untuk bisnisnya. Namun untuk mendapatkan dana dari lembaga tersebut tidaklah mudah. Pengusaha dituntut untuk menyediakan jaminan dan harus menunjukkan pengalaman dan kemampuan di bidang bisnisnya. Hal ini yang banyak dikeluhkan oleh pengusaha di Indonesia maupun di negara maju seperti Amerika (Bland, 1997; Carmichael:1998;Gutloff, 1998; Peck, 1997). Dengan demikian manajer perlu memper-

timbangkan kelebihan dan keterbatasan alternatif pendanaan.

Pendanaan dari bank. Perusahaan memerlukan modal kerja untuk biaya produksi maupun untuk meningkatkan penjualan dengan cara penjualan kredit kepada pelanggan. Kebutuhan modal kerja selama menunggu pembayaran dari pelanggan tetap harus dipenuhi. Beberapa perusahaan, terutama pada perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya biasa memenuhi kebutuhan modal kerjanya dengan menggunakan fasilitas pendanaan oleh bank baik berupa *bank overdraft* maupun kredit rekening koran. Penggunaan *bank overdraft* sangat populer di Inggris sampai dengan tahun 1950 an. Namun sejak tahun 1960 an, perusahaan kecil menengah di Inggris mulai menggunakan *factoring* dan *invoice discounting* untuk memenuhi kebutuhan modal kerjanya (Bland, 1997:62). Pada dasarnya *overdraft* merupakan fasilitas pinjaman *overnight*, sehingga hanya dapat digunakan untuk mengatasi *gap* kas untuk waktu yang sangat pendek. Selanjutnya Bland (1997) mengemukakan bahwa di Inggris *overdraft* nasabah bank dapat ditagih sewaktu-waktu dan sepenuhnya merupakan wewenang bank untuk melakukan penagihan. Dengan demikian pemenuhan kebutuhan modal kerja dengan *bank overdraft* tidak sesuai dan tidak dapat memenuhi tujuan perusahaan, bahkan akan menyulitkan. Kredit rekening koran yang disediakan oleh bank juga terbatas pada limit kredit yang telah disetujui dan kelancaran penerimaan pembayaran dari pelanggan yang disetor ke rekening koran tersebut juga mempengaruhi saldo rekening koran. Dengan keterbatasan penggunaan dana dari bank, maka manajemen perlu memikirkan penggunaan dana dari sumber selain bank.

Alternatif pendanaan lain. Jika perusahaan lebih memilih untuk memperoleh dana bukan dari bank, maka alternatifnya adalah (1) *factoring account*, (2) *angel investor*, (3) *supplier financing*, (4) *venture capital for small businesses*, dan (5) *pooling money into susus*

(Gutloff, 1998). Salah satu cara mendapatkan kas untuk membiayai kegiatan usahanya adalah dengan menjual piutang usaha kepada factoring companies seperti dibahas pada artikel ini. Alternatif lain untuk mendapatkan dana yang mungkin paling disukai oleh para pengusaha adalah mendapatkan dana segar dari seorang investor dengan prosedur yang relatif mudah dan biaya yang murah. Jika perusahaan (yang membutuhkan dana) sedang beruntung mungkin mendapatkan dana dari investor yang mau melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Investor yang memiliki dana cukup besar yang memang sedang mencari target penanaman dananya dan melihat suatu usaha yang dinilainya mempunyai prospek bagus dan percaya kepada manajemennya mungkin saja akan segera menanamkan dananya ke perusahaan tersebut. Namun tidak banyak perusahaan yang dapat menemukan investor yang disebut oleh Gutloff (1998) sebagai angel investors ini. Meskipun demikian untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, seperti penarikan kembali dana secara mendadak, perselisihan tentang pembagian hasil (return), serta risiko lainnya maka segala sesuatunya perlu diatur berdasarkan kesepakatan tertulis.

Pemasok (*supplier*) juga merupakan salah satu sumber pendanaan. Pada umumnya pemasok bersedia mendukung pendanaan perusahaan dengan maksud untuk menjaga loyalitas pelanggan. Dengan demikian ketentuan yang dibuat sudah pasti menguntungkan pemasok. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan sumber dana dari pemasok ini, perusahaan sebagai pelanggan harus mempelajari ketentuan-ketentuan yang akan disepakatinya. Perusahaan juga harus memanfaatkan pendanaan agar sama-sama mendapatkan manfaat dan tidak justru hanya terbelenggu pada batasan-batasan yang dibuat pemasok yang akhirnya menghambat kemajuan usaha. Ketentuan-ketentuan yang perlu dipelajari antara lain tentang pembatasan pembelian barang dari pemasok lain, kesepakatan tentang perubahan harga, dan kemungkinan untuk menegosiasi ulang harga yang

telah disepakatinya. Kesepakatan hendaknya juga dibuat secara tertulis. Jika manajemen dapat mengantisipasi perkembangan lingkungan bisnisnya dan menjaga kerja sama yang baik dengan partner bisnisnya maka *supplier financing* ini juga merupakan alternatif pendanaan yang murah dan menguntungkan.

Modal ventura yang disediakan untuk perusahaan kecil menengah juga merupakan salah satu sumber pendanaan. Hanya saja, dana yang tersedia biasanya tidak sesuai dengan jumlah usaha yang memerlukannya sehingga kriteria seleksinya sering kali relatif banyak (Suparyadi, 1999). Alternatif pendanaan lain adalah dengan cara arisan. Seperti arisan pada umumnya, dengan sekelompok orang, menyertakan dana secara periodik dan dana yang terkumpul digunakan oleh anggota secara berurutan. Kendala atas pendanaan dengan cara arisan adalah masalah kesesuaian waktu antara kebutuhan dana dengan tersedianya dana yang harus menunggu urutan. Selain itu kredibilitas anggota arisan juga sangat menentukan. Sebelum bergabung pada kelompok arisan tertentu, jika perusahaan berminat untuk menjadi anggota arisan, perlu memahami aturan mainnya serta mengevaluasi kejujuran, tingkat disiplin, dan kredibilitas para anggotanya. Menurut Gutloff (1998) pendanaan dengan arisan atau *pooling money into susus* ini populer pada masyarakat Asia dan *Caribbean*.

Pendanaan dengan piutang usaha.

Pengalihan piutang merupakan alternatif pendanaan usaha. Perusahaan dapat menggunakan piutangnya untuk memenuhi kebutuhan kasnya meskipun piutang tersebut belum jatuh tempo. Kieso and Weygandt mengemukakan tiga alasan pengalihan piutang (1998:350). Pertama adalah alasan persaingan. Pada beberapa industri tertentu, untuk dapat bersaing perusahaan harus dapat memberikan fasilitas pendanaan kepada pelanggannya. Kedua, perusahaan memerlukan kas sedangkan untuk memperoleh pinjaman memerlukan biaya lebih mahal.

Ketiga, penagihan piutang memerlukan waktu yang lama dan biaya yang mahal.

Cara untuk mendapatkan kas dari piutang bervariasi antara menggunakan piutang sebagai jaminan dalam mendapatkan pinjaman dan menjual piutang. Pertama, piutang dapat digunakan sebagai jaminan dalam memperoleh pinjaman. Kedua, perusahaan dapat mengalihkan piutangnya kepada pihak ketiga. Kegiatan pengalihan piutang dapat berupa jasa non pembiayaan dan jasa pembiayaan. Jasa non pembiayaan meliputi jasa pengelolaan penjualan secara kredit, mulai dari investasi dan persetujuan penjualan kredit kepada pelanggan, administrasi penjualan, penagihan piutang, hingga pemberian proteksi atas risiko penjualan kredit. Jasa pembiayaan merupakan jenis pembiayaan dengan cara pengalihan piutang atau tagihan jangka pendek suatu perusahaan yang berasal dari transaksi usaha. Pihak yang memberikan jasa non pembiayaan akan menerima *fee*, sedangkan pemberi jasa pembiayaan akan menerima bunga atau diskontonya. Selanjutnya, pembiayaan dalam bentuk pembelian dan atau pengalihan piutang atau tagihan jangka pendek suatu perusahaan yang berasal dari transaksi usaha disebut sebagai anjak piutang atau *factoring* (IAI, 1999).

Mengatasi *cash gap* dengan *factoring*.

Banyak perusahaan melaksanakan praktek penjualan produk dan jasa secara kredit merupakan cara untuk meningkat omset penjualan. Keberhasilan peningkatan penjualan dengan cara ini memerlukan dukungan dana yang memadai. Jika kemudian perusahaan tidak dapat lagi memenuhi permintaan pelanggan karena perusahaan tidak memiliki cukup dana untuk terus meningkatkan produksinya dan akhirnya meniadakan fasilitas kredit kepada pelanggannya, hal ini akan mengakibatkan penurunan volume penjualan dan bahkan perusahaan harus menutup *outlet*-nya (Peck, 1997). Untuk menghindari hal ini manajemen memerlukan dua langkah analisis. Pertama, manajemen perlu melihat kendala keterbatasan dana tersebut; apakah berkaitan dengan adanya *cash*

gap. Kedua, jika berkaitan dengan adanya *cash gap*, maka tentukan apakah *cash gap* tersebut dapat diperpendek. *Cash gap* merupakan jumlah hari antara pembayaran yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk pembelian barang dan jasa dengan penerimaan kas dari pelanggan atas penjualan produk dan jasa. Permasalahan yang berkaitan dengan *cash gap* ini ada dua. Permasalahan pertama adalah apakah perusahaan memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan kas selama periode *cash gap* ini. Untuk menjawab pertanyaan ini manajemen harus membuat prediksi yang cermat mengenai kebutuhan kas berkaitan dengan prediksi kenaikan omset penjualan kredit serta penerimaannya. Hasil perhitungan ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan kasnya tersebut. Mungkin dari dana sendiri atau mungkin dengan pinjaman. Untuk itu manajemen perlu memikirkan permasalahan yang kedua, yaitu apakah terdapat *opportunity cost* atas pendanaan pada periode *cash gap* jika perusahaan memiliki dana sendiri. Atau jika perusahaan menggunakan dana pinjaman, berapa nilai rupiah yang dapat dihemat jika perusahaan dapat memperpendek *cash gap* untuk satu hari saja, atas suatu tingkat bunga tertentu. Boer (1999:28) mengemukakan terdapat tiga cara untuk memperpendek *cash gap*, yaitu memperpanjang waktu pembayaran, atau memperpendek waktu penagihan, atau meningkatkan perputaran persediaan.

Permintaan waktu perpanjangan pembayaran kepada pemasok mungkin untuk dilaksanakan tergantung pada jenis industrinya. Pada umumnya, termin pembayaran ditetapkan berdasarkan kebiasaan pada suatu industri dan untuk suatu industri tertentu termin pembayaran berbeda dengan industri lainnya. Dapat tidaknya perpanjangan waktu pembayaran dipengaruhi oleh posisi tawar perusahaan bagi pemasok dan keputusannya tergantung pada pemasok sehingga manajemen tidak begitu saja dapat melaksanakan perpanjangan waktu pembayaran.

Memperpendek waktu penagihan piutang kepada pelanggan juga dipengaruhi oleh posisi tawar perusahaan dalam persaingan pada industrinya. Jika posisi tawar perusahaan kurang kuat, memperpendek waktu penagihan kepada pelanggan dapat mengakibatkan berkurangnya permintaan. Ketetapan untuk memperpendek waktu penagihan piutang atau tidak tergantung pada perusahaan dan merupakan faktor terkendali, namun harus tetap mempertimbangkan dampak dari penetapan kebijaksanaan tersebut. Perusahaan-perusahaan penge-

cer seperti Hero dan Matahari menerima pembayaran penjualan secara tunai sehingga tidak perlu menunggu untuk penerimaan pelunasan piutang. Di lain pihak, perusahaan *retail* ini memiliki waktu tenggang dalam membayar kepada pemasoknya. Dengan demikian perusahaan yang beroperasi dengan cara ini memiliki *cash gap* yang negatif. Contoh perbedaan *cash gap* pada beberapa industri di Amerika Serikat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Contoh Perbedaan *Cash Gap* Berdasarkan Industri

Jenis Usaha	Jumlah hari dalam			
	Piutang	+ Persediaan	-Utang	= <i>Cash Gap</i>
Manufaktur:				
- Roti & <i>bakery</i>	27	19	29	17
- Minuman botol	28	25	24	29
- Elektronik komputer	73	91	45	119
Wholesale:				
- Perlengkapan kantor	40	28	31	37
- Mainan dan barang-barang hobi	49	118	38	129

Sumber: Boer, 1999:28 dikutip dari laporan Robert Morris Associates, Philadelphia.

Semakin cepat perputaran persediaan akan mengakibatkan semakin kecil kebutuhan kasnya. Akan tetapi untuk dapat menurunkan *cash gap* dengan cara ini perlu dukungan dari pegawai operasional. Manajer keuangan dengan mudah dapat memahami bahwa termin pembayaran utang dan waktu penerimaan pelunasan piutang akan mempengaruhi *cash gap*. Manajer keuangan tidak dapat secara langsung mengendalikan perputaran persediaan melainkan memerlukan dukungan pegawai operasional. Pegawai operasional akan ikut memikirkan dan melaksanakan pengelolaan persediaan jika mereka dapat memahami pentingnya pengelolaan persediaan untuk memperpendek *cash gap*. Tingkat perputaran persediaan juga dipengaruhi oleh jenis industrinya sehingga ada batas-batas tertentu untuk dapat meningkatkan perputaran persediaan, seperti

ketersediaan bahan baku, sifat proses produksi, sifat produk, bahkan jaringan distribusinya.

Dengan demikian, manajemen perlu mencari cara untuk memperpendek waktu penagihan piutang namun pelanggan tetap memiliki waktu tenggang pembayaran seperti kebiasaan yang telah dilaksanakan tanpa perusahaan harus menanggung risiko kelancaran produksi, distribusi produk ke pelanggan, bahkan kehilangan pelanggan. Hal ini dapat dilaksanakan dengan cara perusahaan menagih piutangnya sebelum tanggal jatuh tempo dengan melibatkan pihak ketiga, yaitu dengan anjak piutang (*factoring*). *Factoring* dapat digunakan sebagai sumber pendanaan dalam mengatasi *cash gap* maupun perluasan usaha.

PERKEMBANGAN *FACTORING*

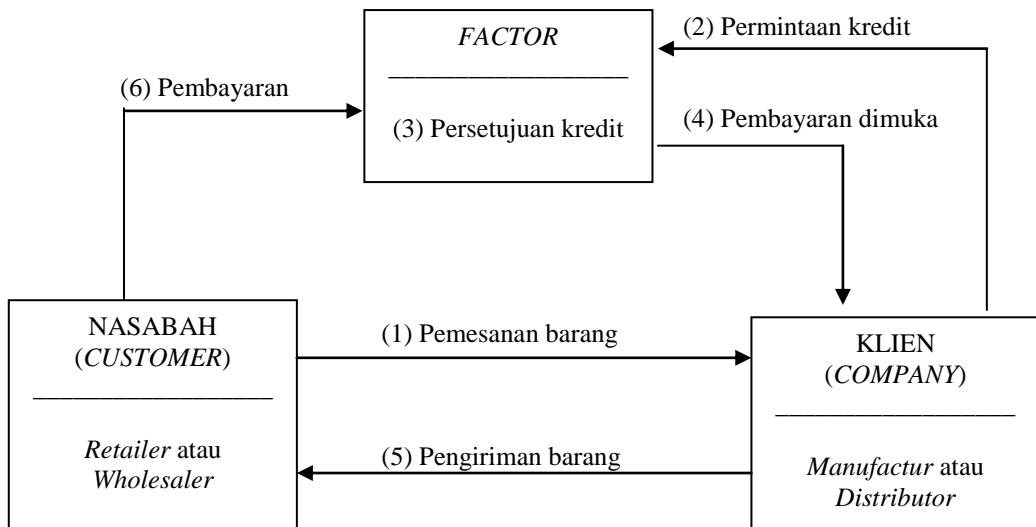
Sejarah *factoring*. Berasal dari bahasa Yunani, *factor* memiliki arti "to facilitate", yaitu memfasilitasi perdagangan. Praktek *factoring* telah dimulai pada ratusan tahun lalu. Ayah Martin Luther menjalankan bisnis *factoring* (Siska, 1997). Di Amerika *factoring* telah digunakan sejak abad lima belas pada saat Amerika memulai perdagangan dengan Inggris (Plyer, 1997:74). Kebutuhan *factoring* juga mulai dirasakan pada saat Inggris memulai perdagangannya dengan negara-negara lain. Perdagangan antar negara ini memerlukan siklus yang cukup lama sehingga risiko perdagangan mulai dirasakan. Risiko tersebut antara lain pembajakan dalam perjalanan, tenggelamnya kapal, dan penagihan piutang kepada debitur pada negara-negara yang letaknya berjauhan. Pada masa itu *factor* memberikan jaminan kepada pedagang atas debitur yang tidak melakukan pelunasan pada waktu yang ditetapkan jika pedagang memintakan persetujuan lebih dulu. Dengan demikian risiko perdagangan menjadi berkurang. Pada awal perkembangannya, praktek pengalihan piutang belum banyak digunakan. Hal ini disebabkan antara lain, manajer masih mengkhawatirkan bahwa penjualan piutang memberikan kesan perusahaan memiliki kesulitan keuangan. Disamping itu mekanisme pembiayaan ini belum banyak dikenal meskipun konsep pembiayaan dengan *factoring* ini bukan baru lagi. Hasil survei terhadap 4.000 akuntan, hanya sepertiga yang menyarankan kepada kliennya untuk menggunakan jasa *factor* (Dresser, 1997:50).

Perkembangan pemanfaatan *factoring*. Sejak tahun 1970-an beberapa negara mulai meningkatkan aktivitas perdagangan internasionalnya dengan semakin banyaknya negara yang mulai memberlakukan ketentuan hukum tentang perdagangan antar negara. Editorial majalah *Management Accounting* (1996:7)

menyebutkan bahwa menurut *World Factoring Yearbook 1996/1997*, pada tahun 1996 lebih dari 100.000 perusahaan di seluruh dunia menggunakan *factoring* yang melibatkan 8 juta pelanggan. Pengguna *factoring* terbesar adalah Amerika Serikat, melibatkan transaksi sebesar US\$60.9bn, diikuti Itali sebesar US\$52.3bn. Di kawasan Asia Pasific *domestic factoring* berkembang 25% per tahun sejak tahun 1990 dan *international factoring* tumbuh 50% pada tahun 1995. Sedangkan di Eropa, penggunaan *factoring* pada tahun 1985 melibatkan transaksi US\$40bn menjadi US\$340bn pada tahun 1995.

Di Inggris, the *Factors and Discounters Association*, mengemukakan bahwa penggunaan *factoring* meningkat secara konsisten sebesar 20% sejak tahun 1990 (Tyler, 1997). Pada tahun 1995 sebesar US\$23 milyar perdagangan internasional di Inggris dibiayai dengan *factoring* (Plyer, 1996). Terdapat dua jasa praktek pendanaan dengan piutang pada negara ini, yaitu *factoring* dan *invoice discounting*. Perbedaan keduanya adalah Wilde (1997), dengan *factoring*, debitur diberitahu, sedangkan dengan *invoice discounting* adalah *confidential*.

Prosedur transaksi *factoring* dewasa ini. Tujuan utama *factor* adalah memberikan kredit dan memberikan jasa penagihan piutang dengan mendapatkan *fees*. Pemanfaatan jasa *factoring* dilaksanakan dengan cara *factor* memberikan persetujuan batas kredit kepada pelanggan milik klien. Klien akan mengirimkan faktur penjualan (faktur penjualan kepada pelanggan yang disetujui oleh *factor*) kepada *factor*. Pelanggan diberitahu bahwa pelunasan piutangnya supaya dialamatkan kepada *factor*. *Factor* akan menarik *fee* dengan persentase tertentu dari penjualan. Selanjutnya *factor* memberikan jaminan pelunasannya. Prosedur transaksi *factoring* adalah:



Sumber: dikutip dari Kieso & Weygandt (1998):352.

INTERNATIONAL FACTORING

International factoring merupakan penjualan piutang jangka pendek yang berasal dari penjualan produk atau jasa di pasar internasional. Peningkatan praktek perdagangan internasional tentu disertai dengan meningkatnya permasalahan persaingan yang dihadapi oleh pelaku bisnis. Selain itu, perusahaan yang ingin memasuki pasar global memikirkan risiko atas penjualan secara kredit. Sedangkan para pesaing bisnis termasuk perusahaan multinasional tentu memiliki cabang pada beberapa negara dengan demikian dapat menjual barang secara kredit dan menerima pembayaran dengan mata uang lokal, tanpa terlalu banyak memikirkan risiko keuangannya.

Pelaku bisnis yang mengetahui peluang pasar luar negeri dan seharusnya dapat menggunakan peluang tersebut untuk meningkatkan omset penjualannya namun sering kali harus melepaskan kesempatan tersebut dengan alasan tidak dapat memecahkan permasalahan yang dihadapinya. Permasalahan yang mungkin dalam perdagangan internasional antara lain hambatan-hambatan perdagangan antarnegara (*trade barriers*), tidak berpengalaman dalam

perdagangan internasional, dan risiko keuangan atas transaksi penjualan. Pada beberapa negara informasi akurat mengenai calon rekan dagang berkenaan dengan pinjaman kreditnya sulit didapatkan, sedangkan analisis kredit juga menjadi lebih rumit dengan adanya perbedaan prosedur dan standar akuntansinya. Kemudahan dan keamanan proses penagihan atas barang yang dikirim menjadi salah satu pemikiran tersendiri bagi pelaku bisnis yang akan memasuki pasar global. Dengan *international factoring* permasalahan-permasalahan tersebut dapat diatasi.

Keuntungan ekonomis pemanfaatan *international factoring*. Pada umumnya, alat pembayaran yang digunakan dalam perdagangan internasional adalah pembayaran dimuka, *letter of credits (LCs)*, dan asuransi kredit. Namun, masing-masing cara pembayaran tersebut memiliki kelemahan. Dengan cara pembayaran dimuka, meskipun pelanggan telah membuka rekening sesuai dengan kesepakatan namun enggan untuk membayar sebelum barang dikirim. Pembayaran dengan membuka *LCs* melalui bank, pada umumnya diterima baik oleh penjual tetapi sering tidak memuaskan bagi pembeli karena semua biaya administrasi yang berkaitan dengan *LCs*

ditanggung oleh pembeli. Meskipun pada umumnya pembayaran dengan menggunakan *LCs* merupakan cara yang aman, namun perlu diperhatikan pengalaman yang terjadi di Iran. Pembayaran dengan menggunakan cara yang dianggap paling aman inipun ternyata mengalami kegagalan di Iran (Tyler, 1997:48). Fleksibilitas keuangan pembeli juga terganggu dengan terikatnya dana dan tidak segera dapat digunakan untuk tujuan lain. Sedangkan ketidakpuasan dengan penggunaan asuransi kredit biasanya berkaitan dengan *coverage*-nya yang tidak penuh; *coverage* asuransi kredit kurang dari 100%. Selain itu, penjual harus melaksanakan sendiri analisis kreditnya dan jika terjadi klaim, upaya pembuktiannya juga merupakan hal yang merepotkan berkenaan dengan jarak, batas negara, perbedaan bahasa maupun budaya.

Menurut Tartel (1997) *international factoring* menyediakan program untuk sukses di perdagangan internasional. *International factoring* memiliki gabungan dari kelebihan penggunaan alat pembayaran perdagangan dengan (*LCs*) dan penggunaan *credit insurance*. Selain relatif mahal, penggunaan *LCs*

dan *credit insurance* juga mengandung risiko maka alternatif pemanfaatan kegiatan jasa *international factoring* menjadi pilihan untuk dapat mengatasi permasalahan diatas. *International factoring* memberikan solusi mengenai penanganan transaksi ekspor tanpa harus khawatir tentang permasalahan dalam penagihan piutang. *International factoring* merupakan penjualan piutang kepada perusahaan pembiayaan internasional yang memiliki sumberdaya, tenaga ahli, dan berada pada negara debitur secara aktif mengelola risiko perdagangan. Tertel (1997) menyajikan bahwa dengan dasar perhitungan volume penjualan ekspor sebesar US\$10,000,000 per tahun, kepada 50 pembeli di luar negeri dengan rata-rata order \$75,000 dan maksimum jangka waktu pembayaran 90 hari, perbandingan biaya antara menggunakan *factoring*, *credit insurance*, dan *letter of credit* seperti pada Tabel 2. Analisa tersebut didasarkan pada data dari *Factors Chain International*, *The International Trade Forum*, *Journal of Commerce*, *The Trade Bank*, dan *Standard Credit Insurance Rates*.

Tabel 2. Perbandingan Biaya antara Pendanaan dengan *Factoring*, *Credit Insurance*, dan *letter of Credit*

Keterangan	<i>International factoring</i>		<i>Credit Insurance</i>		<i>Letter of Credit</i>	
Volume penjualan per tahun		\$10.000.000		\$10.000.000		\$10.000.000
<i>Credit coverage</i>	100%	\$10.000.000	90%	\$9.000.000	100%	\$10.000.000
<i>Buyer insolvency</i>	0%	\$0	60%	\$60.000	0%	\$0
Premi asuransi	0%	\$0	0.75%	\$75.000	0%	\$0
Biaya komisi	1,75%	\$175.000	0%	\$0	0%	\$0
Biaya bank	0,01%	\$780	0.12%	\$12.000	0,32%	\$32.000
Biaya jasa lain	0%	\$0	0.12%	\$12.000	1,38%	\$138.000
Biaya analisa kredit	0%	\$0	0,32%	\$32.000	0,24%	\$24.350
Total biaya	1,76%	\$175.780	1.91%	\$191.000	1,94%	\$194.350

Sumber: Tarter (1997):41

Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa penggunaan *factoring company* membutuhkan biaya terkecil, yaitu 1,76% dibanding kedua jenis pembiayaan lainnya; sebesar 1,91% untuk pembiayaan dengan *credit insurance*, dan 1,94% dengan pembiayaan *letter of credit*.

Dengan *factoring*, selain keuntungan ekonomis berkenaan dengan biaya yang harus ditanggung, perusahaan yang melakukan ekspor akan mendapatkan kemudahan dan keamanan yang lebih. Perusahaan yang menghendaki keamanan pembayarannya dapat menjual piutangnya ke *factor* di dalam negeri kemudian *factor* di dalam negeri tersebut akan menjual *invoice* bersangkutan kepada *factor* di negara tujuan ekspor. Tentu saja *factor* di negara tujuan ini seperti menjalankan bisnis lokal saja. Mekanisme ini untuk menghindari risiko yang berkaitan dengan masalah budaya dan risiko ketidakpastian perlindungan hukum.

Pihak-pihak yang terlibat dalam *International factoring*. Dalam transaksi perdagangan internasional dengan memanfaatkan jasa *factor* melibatkan paling tidak empat pihak, yaitu perusahaan yang menjual barang atau jasa (eksportir), *factor* pada negara eksportir (*export factor*), *factor* pada negara tujuan ekspor (*import factor*), dan pembeli (importir). *Export factor* akan menangani transaksi yang lebih kompleks jika eksportir menjual barang atau jasa ke beberapa negara. Dengan jaringan global, *eksport factor* dapat membentuk atau memilih partnernya pada beberapa negara lain sebagai *import factor*. Dengan koordinasi *export factor*, *import factor* mengelola penagihan piutang eksportir dan menanggung risiko kredit. Dengan demikian *export factor* dan *import factor* bertindak selaku atau mewakili eksportir. *Import factor* yang ada pada negara tujuan ekspor memiliki kelebihan antara lain menggunakan bahasa negara setempat, secara langsung memantau debitur, dan selalu siap untuk bertindak sebagai wakil eksportir.

Keberadaan *factoring companies*. Perusahaan *factor* internasional yang terbesar

adalah *Factors Chain International (FCI)*. Perusahaan ini memiliki jaringan organisasi *factoring* yang sangat luas. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1968, dengan anggota sekitar 120 perusahaan yang tersebar di lebih dari 40 negara di lima benua (Kamus, 1996:103). Di seluruh dunia terdapat 700 *factoring companies* yang tersebar pada 50 negara (Editorial, 1996:7). Sedangkan di Amerika terdapat sekitar 200 *factoring companies* (Gutloff, 1998:82), dan di Inggris terdapat 50 *factoring companies* (Dresser, 1997:50).

Plyer (1997) menuliskan bahwa jasa yang disediakan oleh *international factoring companies* adalah mengelola piutang. Jasa penagihan piutang, pencatatan dan pelaporan piutang. Memberikan proteksi kredit atas piutang, dan memberikan pinjaman dengan jaminan piutang. Manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan *factor* seperti yang telah diuraikan diatas tentu sangat menarik. Namun sebelum memutuskan untuk memanfaatkan jasa ini manajemen perlu memperhatikan juga permasalahan yang mungkin timbul dalam penggunaan jasa pembiayaan tersebut.

Permasalahan pada *international factoring*. Agar manfaat penggunaan jasa *factor* dapat dirasakan tanpa menimbulkan masalah baru yang lebih berarti maka permasalahan yang mungkin timbul dalam perdagangan internasional dengan *factoring* perlu dipahami. Permasalahan tersebut berkaitan dengan adanya perbedaan kebiasaan, kebudayaan, serta ketentuan hukum yang berlaku pada masing-masing negara. Sebagai contoh adalah adanya perbedaan persepsi mengenai debitur yang baik. Di Kanada debitur yang membayar dalam jangka waktu antara 120 sampai 150 hari dikatakan baik, sedangkan di Amerika Serikat, debitur yang membayar setelah 90 hari sudah sangat dihindari, kemungkinan besar mereka tidak akan membayar (Peck, 1997:16). Di Inggris pelunasan piutang berkisar antara 120-180 hari (Siska, 1997). Hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah mata uang yang digunakan sebagai dasar nilai transaksi. Kese-

pakatan nilai transaksi antara perusahaan yang menjual piutang dengan *factor*, maupun dengan pembeli harus jelas. Selain itu, hal yang perlu diketahui adalah kebiasaan yang ada pada negara tujuan pemasaran. Ada kemungkinan pada suatu negara tertentu terlambat membayar tagihan merupakan hal yang biasa sementara pada negara lain hal tersebut mungkin mengakibatkan diberikannya sanksi yang berat. Sebagai eksportir jelas harus memaklumi dan menghormati kebiasaan yang ada pada negara tujuan, terlebih lagi pada negara yang pelaksanaan penegakan hukumnya belum memadai.

ANTISIPASI YANG DIPERLUKAN DALAM MEMANFAATKAN JASA *FACTOR*

Memanfaatkan jasa *factoring companies* memang memberikan banyak manfaat. Tidak hanya kebutuhan dana untuk modal kerja perusahaan yang sebenarnya dipenuhi dengan hasil operasi perusahaan sendiri yaitu dengan penerimaan piutang lebih cepat karena jasa *factor* namun juga kemudahan-kemudahan lain dalam pengelolaan piutang maupun pelaksanaan transaksi perdagangan dengan berbagai negara. Namun demikian sebelum memulai untuk menggunakan jasa *factor*, manajemen perlu memperhatikan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh *factor*, seperti tentang omset penjualan minimal, biaya-biaya yang harus ditanggung oleh klien, serta prosedur dan persyaratan administrasinya termasuk legalitasnya. Selain itu manajemen juga harus memikirkan berbagai hal yang mungkin terjadi di kemudian hari yang dapat merugikannya. Berbagai kemungkinan yang perlu diantisipasi sehingga perlu perhatian manajemen dalam memulai menggunakan jasa *factor* antara lain adalah (1) *factor* menghentikan pembelian piutang, (2) kompleksitas prosedur, (3) perusahaan penjual piutang menghentikan program penjualan piutangnya, (4) pelanggaran terhadap perjanjian (Ayers dan Kincaid, 1996). Dengan demikian manajemen telah memiliki

langkah-langkah yang direncanakan jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

***Factor* menghentikan pembelian piutang.** Penerimaan kas dari penjualan piutang dagang biasanya digunakan oleh perusahaan penjual piutang untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendeknya. Sedangkan jumlah kas yang diterimanya tidak sebesar jumlah piutang dagang yang dijual karena *factor* memungut *fee* dan pengurangan lainnya yang harus ditanggung oleh perusahaan penjual. Dengan demikian kas yang diterimanya sering kali tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan dananya sehingga perusahaan secara terus menerus menjual piutangnya dalam rangka pemenuhan modal kerjanya. Terlebih lagi jika perusahaan merasa pasti bahwa *factor* akan selalu membeli piutangnya sehingga jasa *factor* menjadi bagian dari sistem penjualannya. Hal ini dapat mengakibatkan perusahaan secara otomatis dan terus menerus menggunakan jasa *factor* dalam siklus penjualannya tanpa memikirkan risikonya.

Risiko yang perlu diantisipasi adalah kemungkinan *factor* menghentikan pembelian piutang perusahaan, terlebih jika dengan cara mendadak. Dengan kejadian ini, perusahaan yang menjual piutangnya akan mengalami kekacauan kas jika *factor* tidak lagi membeli piutangnya seperti biasanya. Terdapat dua kemungkinan yang dapat menyebabkannya. Penyebab *pertama* adalah dari sisi perusahaan. Hal yang perlu diperhatikan dan selalu diupayakan oleh perusahaan agar *factor* tidak berhenti membeli piutangnya adalah perusahaan selalu memenuhi setiap elemen yang telah disepakati dalam perjanjian. Misalnya, kewajiban penyampaian laporan kepada *factor* sesuai ketentuan secara berkala harus dilaksanakan secara tepat waktu, atau ketentuan yang mengatur tentang boleh tidaknya serta persyaratan yang harus dipenuhi jika perusahaan akan berhubungan dengan pihak ketiga yang menyangkut piutang. Penyebab *kedua* adalah dari sisi *factor*. Mungkin saja terjadi *factor* tidak lagi mampu membeli piutang

perusahaan karena *factor* mengalami kesulitan dana. Hal ini akan lebih mudah terjadi jika dalam menjalankan usahanya pendanaan *factor* tergantung pada hanya satu pihak ketiga. Permasalahan ini dapat diantisipasi dengan cara pemilihan *factor* secara berhati-hati. Perusahaan perlu mempelajari reputasi, *track record*, serta sumber pendanaan pada beberapa *factor* sebelum memutuskan untuk memilih salah satunya.

Kompleksitas Prosedur. Diperlukan komunikasi yang memadai antara perusahaan yang menjual piutang dengan *factor* baik pada tingkat operasional maupun manajerial untuk mendapatkan efisiensi operasional yang maksimum. Dalam memasarkan jasanya, lembaga pembiayaan cenderung menganggap mudah mengenai permasalahan prosedur dan administrasinya. Hal ini dapat menyebabkan perusahaan penjual piutang memiliki harapan-harapan yang pada akhirnya tidak dapat terpenuhi. Permasalahan tersebut dapat diminimalkan jika perusahaan penjual piutang memahami seluruh permasalahan dari setiap aspek dan mengkomunikasikannya dengan *factor* sebelum penjualan piutangnya disepakati. Contoh hal-hal yang perlu disepakati mengenai prosedur maupun administrasinya adalah berkaitan dengan garansi produk, pelanggaran kesepakatan penjualan kredit, kesalahan pencatatan data-data dan saldo debitur, dan kemungkinan permasalahan lain yang timbul jika *factor* menggunakan pihak ketiga untuk pengelolaan piutang.

Perusahaan penjual piutang berkeinginan untuk menghentikan program penjualan piutangnya. Perusahaan penjual piutang mungkin berharap untuk dapat menghentikan program penjualan piutangnya pada *factor* dengan alasan tertentu. Kemungkinan penyebabnya antara lain kondisi keuangan perusahaan sudah membaik, perusahaan mendapatkan penawaran dari lembaga pembiayaan lain yang lebih menarik, pergantian manajemen dimana manajemen baru tidak setuju dengan program penjualan piutang, perusahaan tidak

lagi menjual barang secara kredit, atau *factor* tidak memenuhi harapannya. Untuk itu sebelum melakukan kesepakatan untuk menjual piutangnya, perusahaan harus mempertimbangkan kemungkinan untuk bermaksud menghentikan program penjualan piutang di kemudian hari.

Paling tidak terdapat dua aspek yang harus dipertimbangkan untuk mengantisipasi kemungkinan perusahaan untuk menghentikan program penjualan piutangnya, yaitu aspek intern dan aspek ekstern. Aspek intern perusahaan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dana itu sendiri. Hal terpenting yang harus dipertimbangkan jika perusahaan bermaksud menghentikan program penjualan piutang adalah perusahaan harus yakin dapat memenuhi kebutuhan dana. Sumber dana tersebut harus dari sumber selain piutang dagang karena hak piutang dagang sudah berada pada *factor*, sedangkan piutang yang baru tidak dapat diharapkan untuk dapat segera ditagih. Sedangkan aspek ekstern merupakan faktor yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sehingga harus diantisipasi sejak awal. Aspek ini berkaitan dengan ketentuan yang dibuat oleh *factor* mengenai periode minimal perusahaan boleh menghentikan program penjualan piutangnya. Berkaitan dengan biaya yang ditanggung oleh *factor* dalam mempelajari piutang perusahaan sebelum adanya kesepakatan, *factor* telah memperhitungkan titik impas periode pengalihan piutang dengan biaya yang menjadi bebannya tersebut. Untuk dapat mencapai titik impas tersebut *factor* menetapkan ketentuan periode minimal, sehingga jika perusahaan bermaksud menghentikan penjualan piutangnya sebelum periode minimal tersebut mungkin akan dikenakan denda. Dengan demikian, perusahaan penjual piutang harus dapat menegosiasi periode minimal yang menguntungkannya.

Pelanggaran terhadap perjanjian. Berbagai hal yang mungkin terjadi dan tidak sesuai dengan kondisi perjanjian pengalihan piutang perlu diantisipasi. Sebagai contoh,

perusahaan yang mengalihkan piutang telah menerima kesepakatan untuk menerima pelunasan piutangnya dari pihak ketiga. Jika piutang tersebut ditransfer kepada *factor*, kemudian tanpa sepengetahuan perusahaan yang mentransfer piutang, pihak ketiga tersebut tidak bersedia untuk melunasi kewajibannya, maka *factor* tentu akan meminta kepada perusahaan yang mengalihkan piutang untuk membeli kembali piutang tersebut atau mengganti dengan piutang lainnya. Kemungkinan lain yang dapat terjadi adalah piutang yang dipindahtanggankan kepada *factor* ternyata sebelumnya telah dijual kepada pihak ketiga.

Berkenaan dengan akibat yang harus ditanggung oleh perusahaan yang mengalihkan piutang jika melanggar perjanjian maka perusahaan tersebut harus memahami betul kemungkinan sanksi atau akibat dari kelalaian semacam itu.

ANJAK PIUTANG DI INDONESIA

Factoring atau anjak piutang di Indonesia melibatkan tiga pihak, yaitu klien, *factor*, dan nasabah. Anjak piutang di Indonesia (PSAK No. 43, Pr. 03) merupakan jenis pembiayaan dalam bentuk pembelian dan/atau pengalihan piutang atau tagihan jangka pendek suatu perusahaan yang berasal dari transaksi usaha. Klien adalah perusahaan yang menjual atau mengalihkan piutang. *Factor* adalah lembaga pembiayaan yang membeli atau menerima pengalihan piutang. Nasabah adalah perusahaan yang mempunyai kewajiban kepada klien.

Dua cara pengalihan piutang adalah anjak piutang dengan *recourse* dan anjak piutang tanpa *recourse*. Jika pengalihan piutang dari klien kepada *factor* dilaksanakan tanpa *recourse*, maka nasabah melakukan pembayaran atas piutang yang dialihkan tersebut langsung kepada *factor*. Selanjutnya, *factor* menanggung seluruh risiko penagihan tanpa hak menerima pembayaran dari klien dalam hal nasabah tidak melunasi kewajibannya. Jika pengalihan piutang dilaksanakan dengan

recourse, maka klien memiliki kewajiban untuk membayar kepada *factor* atau membeli kembali piutangnya, dalam hal nasabah tidak melunasi kewajibannya pada tanggal jatuh tempo. Besarnya jumlah yang harus dibayar oleh klien kepada *factor* tergantung pada perjanjian pengalihan piutang karena pengalihan piutang dengan *recourse* dapat dilaksanakan secara penuh (*full recourse*) atau sebagian (*limited recourse*).

Sebelum krisis moneter, di Indonesia terdapat sekitar 235 pembiayaan perusahaan, yang bergerak di bidang leasing, *factoring*, dan pembiayaan konsumen. Lembaga pembiayaan yang memberikan jasa *factoring* dan menjadi anggota *Factors Chain International (FCI)* antara lain adalah BII Finance Center dan Satelindo Perdana Finance. Namun demikian, setelah krisis moneter tinggal puluhan perusahaan pembiayaan yang hidup. Darmaji (1999) memperkirakan bahwa kecenderungan tahun 2000, dari tiga kegiatan pembiayaan: *leasing*, *factoring*, dan pembiayaan konsumen, yang akan kembali paling awal adalah pembiayaan konsumen, disusul leasing, dan *factoring* tidak balik sama sekali. Namun demikian, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) telah mengantisipasi praktek *factoring* ini dengan mengeluarkan PSAK No. 43 tentang Akuntansi Anjak Piutang yang berlaku efektif untuk laporan keuangan yang mencakup periode mulai atau setelah tanggal 1 Januari 1998.

PELAPORAN ANJAK PIUTANG

Transaksi anjak piutang mempengaruhi kinerja maupun perubahan posisi keuangan baik pada perusahaan klien maupun *factor*. Oleh karena itu penyelenggaraan akuntansi anjak piutang dalam rangka proses pelaporannya juga diatur baik bagi *factor* maupun bagi klien. Pencatatan dan pelaporan anjak piutang dipengaruhi pelaksanaannya. Anjak piutang dapat dilaksanakan dengan *recourse* atau tanpa *recourse*.

Anjak piutang dengan *recourse* ini diperlakukan sebagai pembelian dan penjualan piutang apabila memenuhi semua kriteria berikut ini (PSAK No.43, Pr.30):

- a. Klien tidak lagi memiliki manfaat ekonomi masa depan dan tidak menanggung risiko kolektibilitas yang terkandung dalam piutang;
- b. Kewajiban klien dalam perjanjian *recourse* dapat diestimasi secara andal; dan
- c. Klien tidak memiliki kewajiban atau opsi untuk membeli kembali piutang tersebut.

Pelaporan anjak piutang dengan *recourse* dan tanpa *recourse*, diatur pada PSAK No. 43. Berikut ini kutipan paragraf 31 sampai dengan 39, baik laporan bagi klien maupun *factor*.

Anjak piutang tanpa *recourse*:

Bagi *Factor*:

- 31 Anjak piutang tanpa *recourse* diakui sebagai tagihan anjak piutang sebesar nilai piutang yang diperoleh. Selisih antara tagihan anjak piutang dengan jumlah pembayaran kepada klien ditambah retensi diakui sebagai pendapatan anjak piutang pada saat transaksi anjak piutang.
- 32 Tagihan anjak piutang tanpa *recourse* dinyatakan sebesar nilai bersih yang dapat direalisasi. Sedangkan retensi diakui sebagai hutang retensi anjak piutang

dan disajikan dalam neraca sebagai kewajiban.

Bagi Klien:

- 33 Anjak piutang tanpa *recourse* diperlakukan sebagai penjualan piutang. Selisih antara nilai piutang alihan dengan jumlah dana yang diterima ditambah retensi diakui sebagai kerugian atas transaksi anjak piutang.
- 34 Kerugian atas transaksi anjak piutang tanpa *recourse* diakui sebagai beban pada saat transaksi disajikan dalam laporan laba rugi sebagai beban usaha.
- 35 Dana yang ditahan (retensi) oleh *factor* dalam rangka anjak piutang tanpa *recourse* diakui sebagai piutang retensi anjak piutang dan disajikan dalam neraca sebagai aktiva lancar.

Contoh:

UD Adi Megah menjual piutangnya sebesar Rp1.000 kepada PT Lunas, sebuah perusahaan anjak piutang (*factor*), atas dasar dengan tanpa *recourse*. PT Lunas membebankan biaya 3% dari jumlah piutang yang dialihkan tersebut dengan retensi 5% dari piutang untuk berjaga-jaga jika terdapat retur ataupun potongan penjualan. Jurnal yang dibuat untuk mencatat transaksi pengalihan piutang tersebut baik oleh UD Adi Megah (klien) maupun PT Lunas (*factor*) adalah:

<u>UD Adi Megah (Klien)</u>		<u>PT Lunas (Factor)</u>	
Kas	Rp920	Piutang dagang	Rp1.000
Piutang retensi <i>factor</i>	50	Utang kepada UD Adi Megah	Rp50
Rugi penjualan piutang	30	Pendapatan jasa anjak piutang	30
Piutang dagang	Rp1.000	Kas	920

Anjak piutang dengan *recourse*:

Bagi *Factor*:

- 36 Anjak piutang dengan *recourse* diakui sebagai tagihan anjak piutang sebesar nilai piutang yang diperoleh. Selisih antara tagihan anjak piutang dengan jumlah pembayaran kepada klien ditambah retensi diakui sebagai pendapatan tanggungan selama periode anjak piutang.
- 37 Tagihan anjak piutang dengan *recourse* dinyatakan sebesar nilai bersih yang dapat direalisasi dan retensi disajikan sebagai pengurang tagihan anjak piutang.

Bagi *Klien*:

- 35 Anjak piutang dengan *recourse* diakui sebagai kewajiban anjak piutang sebesar nilai piutang yang dialihkan. Selisih antara nilai piutang yang dialihkan dengan dana yang diterima ditambah retensi

diakui sebagai beban bunga selama periode anjak piutang.

- 36 Kewajiban anjak piutang disajikan dalam neraca sebesar nilai piutang yang dialihkan dikurangi retensi dan beban bunga yang belum diamortisasi.

Contoh:

UD Adi Megah menjual piutangnya sebesar Rp1.000 kepada PT Lunas, sebuah perusahaan anjak piutang (*factor*), atas dasar dengan *recourse*. PT Lunas membebaskan biaya 3% dari jumlah piutang yang dialihkan tersebut dengan retensi 5% dari piutang untuk berjaga-jaga jika terdapat retur ataupun potongan penjualan. Jika disepakati bahwa kewajiban *recoursenya* sebesar Rp12, maka jurnal yang dibuat untuk mencatat transaksi pengalihan piutang tersebut baik oleh UD Adi Megah (klien) maupun PT Lunas (*factor*) adalah:

<u>UD Adi Megah (Klien)</u>		<u>PT Lunas (Factor)</u>	
Kas	Rp920	Piutang dagang	Rp1.000
Piutang kepada <i>factor</i>	50	Utang kepada UD Adi Megah	Rp50
Beban bunga-anjak piutang	42	Pendapatan jasa-anjak piutang	30
Piutang dagang	Rp1.000	Kas	920
Utang <i>recourse</i>	12		

PENUTUP

Factor memberikan jasa pembiayaan dan jasa non pembiayaan yang berkaitan dengan piutang usaha kepada perusahaan yang memerlukannya. Dengan fasilitas *factor*, perusahaan tetap dapat menerima pembayaran seperti penjualan tunai, namun tetap memberikan fasilitas kepada pelanggan. Dampak dari pemanfaatan jasa yang disediakan oleh *factor* tidak terbatas pada terpenuhinya kebutuhan dana. Apabila perusahaan yang menggunakan jasa *factor* dapat memilih *factor* yang tepat dengan memahami semua hak dan kewajibannya, serta dapat mengantisipasi

kemungkinan permasalahan yang timbul maka manfaat yang diperolehnya akan optimal. Dengan fasilitas yang disediakan *factor*, manajemen tinggal berkonsentrasi pada perluasan pasar dan peningkatan omset penjualan serta faktor pendukungnya dengan menyerahkan pengelolaan piutangnya kepada *factor*. Dengan kata lain anjak piutang dapat menjadi sumber pendanaan yang mudah, bebas dari masalah dalam pengelolaan modal kerja tanpa mengganggu upaya peningkatan volume penjualan hanya jika baik perusahaan yang menjual piutang (klien) maupun *factor* telah mempertimbangkan hal-hal yang mungkin terjadi dan mengantisipasinya.

Pemanfaatan jasa *factor* di Indonesia lebih banyak terlihat pada perdagangan yang menerima pembayaran dengan *credit card*. Meskipun di Indonesia, sejak krisis moneter, dari 235 perusahaan pembiayaan tinggal puluhan yang hidup (Darmaji, 1999:53) tetapi paling tidak telah ada *factoring companies* yang menjadi anggota *Factors Chain International*, sehingga pengusaha masih dapat memanfaatkan *factor* dalam perdagangan internasionalnya.

Klien atau perusahaan yang menggunakan fasilitas *factor* memiliki kewajiban untuk melaporkan transaksi anjak piutangnya dengan mengacu pada PSAK No. 43. Transaksi anjak piutang mempengaruhi baik kinerja perusahaan yang tercermin pada laporan laba rugi maupun pada posisi keuangan perusahaan yang tercantum pada neraca. Transaksi anjak piutang tanpa *recourse* mengakibatkan perubahan aktiva dan timbulnya beban bagi klien, sedangkan bagi *factor* transaksi anjak piutang mengakibatkan perubahan aktiva, kewajiban, serta timbulnya pendapatan. Berdasarkan transaksi anjak piutang dengan *recourse*, klien melaporkan perubahan aktiva, kewajiban, dan timbulnya beban, sedangkan *factor* melaporkan perubahan aktiva, kewajiban, dan timbulnya pendapatan. Selain itu PSAK No.43 juga mewajibkan bagi klien maupun *factor* untuk menyajikan pengungkapan yang memadai atas kebijakan akuntansi, jumlah pengalihan piutang, serta ikatan penting yang diatur dalam perjanjian anjak piutang.

PUSTAKA ACUAN

- Ayers, H. Donald, dan Kincaid, JD, J. Timothy. 1996. Selling accounts receivable. *Healthcare Financial management*. May: 50-55.
- Bland, Leslie. 1997. Invoice finance v. bank overdraft. *The Secured Lender*. January/February:62-64.
- Boer, Germain. 1999. How to help operating people use working capital wisely: Managing the cash gap. *Journal of Accountancy*. October:27-32.
- Carmichael, S. Richard, 1998. Entrepreneurial lenders and factors shape the industry. *The Secured Lender*. November/December: 46-51.
- Chasteen, Lanny G., Flaherty, Richard E., dan O'Connor, Melvin C., 1998. *Intermediate Accounting*. 6th edition. Irwin Mc Graw Hill.
- Darmadji, Tjiptono. 1999. Laporan khusus. *Infobank*. Desember (244):53.
- Dresser, Guy. 1997. Factoring: The way to cash. *Director* (50). January: 48-55.
- Editorial News. 1996. Emerging markets expect factoring boom. *Management Accounting*. November:7.
- Fast Forward. 1998. Are you managing your cash flow? *Director*. June: 30-32.
- Gutloff, Karen, 1998. *Five alternative ways to finance your business*. Black Enterprise. March: 81-85.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 1999. *PSAK No. 43*. Jakarta. Salemba Empat.
- Kamus, 1996. Kamus: Anjak Piutang. *Infobank*. Februari (194):103.
- Kieso, E. Donald, Weygandt, J. Jerry. 1998. *Intermediate Accounting*. 9th. Edition. New York. John Wiley & Sons, Inc.
- Peck, W. Richard. 1997. Cash flow: Money to make your factory grow. *Business Credit*. May: 16-17.
- Plyer, R. Eugene. 1996. International factoring: alternative trade financial tool. *The Secured Lender*. July/August: 74-76.
- Sandak, Jerry. 1998. Factoring: An effective way to downsize and outsource in the '90s. *Business Credit*. May: 45-46.
- Siska, G. Thomas. 1997. For small firms, credit and collections can now be done the old-fashioned way-by factoring. *Business Credit*. March: 6-7.

- Suparyadi, Nugroho. 1999. Perkembangan dan kendala modal ventura. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (JEMA)*. Edisi 18/06/1999: 9-11.
- Tarter, A. Kenley. 1997. International factoring: an effective financial strategy. *Business America*. October: 40-42.
- Tyler, Geoff. 1997. Highest common factor. *Management Accounting*. September: 46-48.
- Wylde, Edward. 1997. The legal basis of receivables financing in UK. *The Secured Lender*. May/June: 34 dan 84.