

PENGENDALIAN PIUTANG MERUPAKAN LANGKAH PENTING DALAM MENUNJANG PENJUALAN KREDIT

Suryadi Tanudjaja, SE

Dalam dunia usaha yang semakin ketat terutama di antara perusahaan sejenis, salah satu cara untuk dapat bersaing serta memperbesar volume penjualan dan laba perusahaan, sering kali banyak perusahaan yang menjual barangnya dengan cara kredit. Penjualan kredit tentu tidak segera menghasilkan penerimaan kas tetapi menimbulkan piutang dagang, baru kemudian pada hari jatuh temponya terjadilah aliran kas masuk (*cash inflows*) yang berasal dari pengumpulan piutang tersebut.

Piutang (*receivables*) merupakan suatu unsur yang amat penting bagi sebagian besar perusahaan, karena piutang merupakan elemen modal kerja di mana tingkat likuiditasnya setingkat lebih rendah daripada kas, atau dengan kata lain untuk dapat menjadi kas dari piutang hanya diperlukan satu langkah saja. Seperti kita ketahui bahwa kas adalah darahnya perusahaan, yaitu sesuatu yang amat penting yang selalu harus mengalir ke seluruh tubuh perusahaan, yang memberikan kekuatan agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin. Oleh karena itu, sangat penting artinya bagi setiap perusahaan untuk menetapkan kebijaksanaan kredit, prosedur piutang dan penagihan yang efektif agar dapat menjamin seluruh piutang perusahaan dibayar tepat pada waktunya, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan karena kekurangan uang kas. Penanganan piutang ini bukan saja untuk mempercepat proses perubahan dari piutang menjadi uang kas, tetapi juga untuk menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, karena dalam

proses penagihan tersebut kadang kala ada hal-hal yang sangat membutuhkan saling pengertian antara perusahaan dengan pelanggan.

Yang dimaksud dengan piutang (*receivables*) bukan hanya piutang pelanggan saja, tetapi juga meliputi piutang pegawai, wesel-tagih, piutang klaim biaya transport, piutang klaim asuransi dan piutang lainnya. Namun dari semua piutang tersebut, piutang pelangganlah yang terpenting, sebab di samping jumlahnya cenderung lebih besar, piutang pelanggan juga merupakan piutang yang lebih sulit dikontrol dibanding dengan piutang-piutang lainnya.

Sebab-sebab Timbulnya Piutang

Seperti telah diuraikan di atas bahwa piutang timbul karena adanya penjualan kredit yang dilakukan perusahaan. Maka kini akan dibahas sebab-sebab dilakukannya penjualan kredit antara lain :

1. Meningkatkan Volume Penjualan

Pada umumnya perusahaan yang menjual produknya dengan cara kredit akan mampu menjual lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produknya secara tunai. Di samping itu, biaya-biaya yang harus dipikul perusahaan sebagai akibat dari penjualan kredit biasanya akan terimbangi oleh selisih volume penjualan yang lebih tinggi daripada jika penjualan tersebut dilakukan dengan cara tunai.

2. Meningkatkan Laba

Dengan meningkatnya volume penjualan karena dilakukan dengan cara kredit, tentu diharapkan akan memberi laba yang lebih besar bagi perusahaan. Hal ini akan terjadi bila kontribusi marginal atau laba kotor penjualan produknya lebih besar daripada biaya-biaya yang dikeluarkan sebagai akibat dari penjualan kredit tersebut. Sebaliknya jika penjualan tidak dilakukan secara kredit, kemungkinan volume penjualan akan menurun atau bahkan mungkin produk tersebut tidak akan terjual. Dengan demikian persediaan yang tertahan dalam gudang akan banyak. Hal ini tentu akan sangat merugikan perusahaan, karena di samping biaya penyimpanan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, dana perusahaan pun tertahan dalam bentuk persediaan yang tingkat likuiditasnya lebih rendah dibanding dengan piutang.

3. Syarat Untuk Bersaing

Apabila perusahaan-perusahaan sejenis lainnya menjual produknya dengan cara kredit, maka perusahaan pun harus melakukan kebijaksanaan yang serupa. Jika tidak, kemungkinan perusahaan akan kalah dalam bersaing karena banyak pelanggan akan beralih membeli kepada perusahaan sejenis lainnya yang memberikan syarat-syarat pembayaran yang lebih ringan. Hal ini karena dalam kehidupan yang nyata terdapat dua jenis pelanggan

yaitu pelanggan yang potensial dan pelanggan yang kurang potensial. Jika perusahaan menjual produknya dengan cara tunai, berarti perusahaan hanya menjual produknya kepada pelanggan yang potensial. Sedangkan jika perusahaan melakukan penjualan dengan cara kredit, berarti perusahaan menjangkau seluruh pelanggan yang ada, baik pelanggan yang potensial maupun yang kurang potensial, karena banyak pula pelanggan yang tergolong potensial tetapi lebih senang membeli barang dengan cara kredit daripada tunai.

Pengendalian Piutang

Pengendalian piutang sebenarnya sudah dimulai semenjak diputuskannya kebijaksanaan penjualan kredit yang antara lain meliputi volume penjualan, syarat pembayaran penjualan, batasan penjualan kredit, kebijaksanaan dalam pengumpulan piutang sampai dengan kemungkinan tidak terbayarnya piutang tersebut. Kesalahan dalam mengendalikan piutang tidak jarang berakibat fatal bagi perusahaan, karena akan membuat perusahaan kekurangan uang kas dan tentu ini akan menghambat kelancaran operasi perusahaan atau mungkin mengakibatkan kebangkrutan bagi perusahaan. Oleh sebab itu, sebelum perusahaan memutuskan untuk melakukan penjualan kredit ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu mengenai:

1. Volume Penjualan

Dalam mengantisipasi kebijaksanaan penjualan kredit, perusahaan harus menetapkan berapa besar volume penjualan yang akan dilakukan secara kredit, karena semakin besar proporsi penjualan kredit, semakin besar pula dana perusahaan yang tertanam dalam piutang. Hal ini juga berarti mengharuskan perusahaan untuk menyediakan dana yang lebih besar untuk dapat menjalankan kegiatan tersebut. Di samping itu, semakin besar pula kemungkinan piutang tersebut tidak dapat ditagih.

2. Batasan Kredit

Dalam hal ini perusahaan harus menetapkan batasan minimal pembelian yang boleh dilakukan dengan cara kre-

dit dan batasan maksimal atau plafon kredit yang akan diberikan kepada para pelanggan, serta siapa-siapa saja yang boleh membeli secara kredit. Di samping itu, harus jelas sasaran pembatasan pemberian kredit itu mau mengarah ke mana, yang sifatnya kuantitatif atau kualitatif.

3. Syarat Pembayaran

Syarat pembayaran kredit bisa bersifat ketat atau lunak tergantung dari sasaran penjualan kredit tersebut. Jika ketat berarti perusahaan mengutamakan keselamatan kredit daripada profitabilitas semata-mata.

Syarat pembayaran yang ketat misalnya batas waktu pembayarannya relatif pendek, dikenakan denda bagi pembayaran piutang yang dilakukan terlambat dan sebagainya.

4. Kebijakan Pengumpulan Piutang

Dalam menangani pengumpulan piutang, perusahaan dapat menjalankan kebijaksanaan secara aktif atau dapat pula secara pasif.

Jika perusahaan melaksanakan pengumpulan piutang secara aktif, tentu biaya yang harus dikeluarkan untuk melaksanakan pengumpulan tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan cara pasif. Atau bisa dengan cara campuran (aktif dan pasif), tergantung dari besarnya jumlah piutang. Jika jumlah piutang cukup besar, dapat dilakukan pengumpulan piutang secara aktif, sebaliknya jika jumlah piutang ternyata kecil, sebaiknya pengumpulan piutang dilakukan secara pasif karena lebih menguntungkan bagi perusahaan.

5. Penilaian Risiko Kredit dan Penyaringan Para Pelanggan

Risiko kredit adalah risiko piutang yang tidak terbayar oleh pelanggan. Untuk memperkecil risiko kredit, sebaiknya sebelum perusahaan memutuskan untuk melakukan penjualan kredit, perlu dilakukan penilaian risiko kredit dan penyaringan mengenai keberadaan para pelanggan yang akan memperoleh kredit. Setelah itu, baru dapat ditentukan besarnya kredit yang boleh diberikan kepada masing-

masing pelanggan yang ada. Dalam mengadakan penilaian risiko kredit, perusahaan atau pihak bank pada umumnya memperhatikan apa yang dikenal dengan lima "C" yang terdiri dari:

- *Character*, menunjukkan itikad baik bahwa pelanggan akan berusaha memenuhi kewajiban-kewajibannya tepat pada waktu yang telah ditentukan semula. Faktor ini sangat penting karena itikad baik seseorang sangat menentukan dibayar atau tidaknya piutang tersebut.
- *Capacity*, berkaitan dengan penilaian mengenai kemampuan pelanggan. Hal ini dapat diketahui atau diukur berdasarkan riwayat di masa lampau, tentu juga harus didukung dengan observasi langsung ke pabrik atau toko pelanggan.
- *Capital*, diukur dari posisi keuangan perusahaan secara umum. Hal ini dapat dilihat dalam analisa rasio keuangan, khususnya yang ditekankan adalah pada aktiva materiel yang dimiliki perusahaan.
- *Collateral*, dicerminkan oleh aktiva dari pelanggan yang diikatkan atau yang dijadikan jaminan bagi keamanan kredit yang diberikan kepada pelanggan tersebut.
- *Condition*, berkaitan dengan pengaruh langsung trend perekonomian pada umumnya terhadap perusahaan yang bersangkutan serta segala kemungkinan mengenai perkembangan yang mungkin bisa diperoleh perusahaan sehingga mempunyai dampak positif terhadap kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajibannya.

Memelihara Kartu Piutang per Pelanggan

Setiap piutang yang terjadi harus dibuatkan kartu piutang tersendiri dari masing-masing debitur (pelanggan) yang ada. Di samping itu, kartu piutang tersebut harus diisi setiap ada mutasi yang mempengaruhi saldo dari piutang, baik mutasi penambahan maupun mutasi pengurangan agar saldo piutang masing-masing pelanggan dapat diketahui dengan tepat (*up to date*). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat contoh berikut ini:

KARTU PIUTANG

NAMA:
ALAMAT:

JENIS USAHA:
BATASAN KREDIT:

No. Urut	Tgl.	No. Faktur	Keterangan	Debet	Kredit	Saldo	Tgl. Jatuh Tempo
1	2	3	4	5	6	7	8

Konfirmasi Piutang

Setelah mengetahui posisi saldo piutang dari masing-masing pelanggan, maka pihak perusahaan dapat dengan tepat melakukan konfirmasi ke masing-masing pelanggan dengan merinci jumlah piutang yang belum dibayar menurut lamanya waktu menunggak. Perlu diketahui bahwa pekerjaan konfirmasi ini bukan hanya dilakukan oleh akuntan publik saja, tetapi harus juga dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, karena di samping untuk mencocokkan kebenaran dari piutang tersebut, dapat pula sebagai teguran agar pelanggan segera melunasi utangnya.

Ada dua cara konfirmasi piutang yakni:

- a. Dengan surat.
- b. Didatangi.

Dari kedua cara ini masing-masing mempunyai positif dan negatifnya. Jika dilakukan dengan surat, positifnya biayanya murah, tetapi informasi atas kebenaran konfirmasi memerlukan waktu yang cukup lama atau mungkin tidak ada jawaban atas konfirmasi tersebut. Jika dilakukan dengan didatangi, positifnya informasi mengenai konfirmasi tersebut dapat langsung diketahui kebenarannya, tetapi negatifnya biaya untuk melakukan konfirmasi cukup besar.

Menggalakkan Penagihan

Merupakan hal yang biasa jika orang yang berutang selalu berusaha mengulur-ulur waktu pembayaran. Untuk mencegah hal ini, sebaiknya bila piutang tersebut mendekati jatuh tempo, hubungi pelanggan, baik dengan surat atau melalui telepon untuk mengingatkan pelanggan bahwa sebentar lagi utangnya akan jatuh tempo. Dengan cara demikian, berarti perusahaan membantu mengingatkan pelanggan untuk mengumpulkan dananya guna melunasi utangnya. Tentu hal ini akan memperkecil kemungkinan lupa atau kemungkinan penundaan atau bahkan kemungkinan untuk tidak membayarnya.

Apabila penagihan dilakukan oleh tenaga penagih, lakukanlah pengawasan yang ketat. Caranya, setiap pagi sebelum petugas penagih melaksanakan penagihan, buatlah daftar dan sertakanlah tanda terima atas faktur dan bukti penerimaan barang yang digunakan untuk menagih. Sedangkan pada sore harinya, para penagih harus melaporkan hasil penagihan yang mereka peroleh dan menyerahkan uang hasil tagihan tersebut kepada kasir serta menyerahkan bukti-bukti (faktur dan bukti penerimaan barang) yang tidak berhasil ditagih kepada bagian akuntansi. Bagian akuntansi harus mencocokkan tanda terima dari kasir dengan bukti-bukti yang masih ada.

Untuk piutang-piutang yang menunggak terlalu lama, lakukan pendekatan kepada pelanggan. Beri bantuan agar pelanggan dapat mengatasi kesulitan keuangan yang dideritanya, misalnya membantu pelanggan untuk mendapatkan sumber dana di tempat lain atau perusahaan menawarkan atau mengirimkan staf kreditnya untuk membantu memecahkan kesulitan yang dialami pelanggan. Dengan demikian, apabila pelanggan telah mampu mengatasi kesulitan keuangannya, tentu utangnya kepada kita akan dibayarnya.

Analisa Umur Piutang Dagang

Mengingat analisa umur piutang dagang merupakan alat yang sangat penting dalam pelaksanaan pengendalian piutang, maka sebaiknya setiap perusahaan membuat laporan tersebut setiap akhir bulan. Melalui laporan tersebut dapat diketahui dengan pasti posisi saldo piutang per pelanggan yang ada pada setiap akhir bulan secara terinci termasuk piutang yang belum menunggak dan piutang yang sudah menunggak. Yang dimaksud dengan menunggak adalah sudah melebihi jangka waktu kredit. Di samping itu, bagi piutang yang menunggak dipisah-pisahkan dalam kelompok berdasarkan lamanya waktu menunggak.

Agar lebih jelas dan mudah dipahami, dalam halaman berikutnya terdapat contoh dari salah satu bentuk dari analisa umur piutang.

Dalam analisa umur piutang dagang ini dapat dilihat masing-masing jumlah piutang yang berumur satu bulan, dua bulan, tiga bulan, enam bulan, setahun dan lebih dari setahun. Dari daftar tersebut dapat pula diketahui masing-masing jumlah piutang yang menunggak berdasarkan umur piutang tersebut, baik dalam rupiah maupun dalam persentase, seperti yang terlihat dalam analisa umur piutang dagang tersebut di atas, di mana piutang yang telah melebihi umur 1 tahun sebesar Rp390.000,00 atau sebesar 8,52%. Berpatokan pada analisa umur piutang, perusahaan dapat memperkirakan berapa besar piutang yang kemungkinan tidak dapat ditagih, sehingga dapat langsung dicadangkan ke dalam rekening kerugian piutang dagang.

PT
ANALISIS UMUR PIUTANG
31 MEI 1994

No. Urut	Nama Pelanggan	Jumlah Piutang	Belum Menunggak	Menunggak					
				1 - 30 Hari	31 - 60 Hari	61 - 90 Hari	91 - 180 Hari	181 - 360 Hari	lebih 360 Hari
1.	PT Eric Jaya	Rp. 475.000	Rp. 350.000	Rp.	Rp. 75.000	Rp.	Rp.	Rp.	Rp. 50.000
2.	Toko Surya	135.000				50.000		85.000	
3.	Jenni & Co.	550.000			150.000		400.000		
4.	Ellen & Co.	365.000	225.000	50.000			90.000		
5.	UD Maju	575.000		450.000					125.000
6.	PT Terang	250.000			100.000	150.000			
7.	CV Sari Rasa	510.000	300.000					210.000	
8.	Alex	200.000				200.000			
9.	CV Bangun	365.000	250.000						115.000
10.	Gita Widjaja	150.000		150.000					
11.	Ano Guna	125.000			125.000				
12.	CV Marissa	235.000	100.000			135.000			
13.	Toko Wina	210.000					110.000		100.000
14.	Budi	75.000						75.000	
15.	Toko Indah	360.000	235.000	50.000		75.000			
Jumlah		Rp 4.580.000	Rp 1.460.000	Rp 700.000	Rp 450.000	Rp 610.000	Rp 600.000	Rp 370.000	Rp 390.000
Persentase		100	31,88	15,28	9,83	13,32	13,10	8,08	8,52

Kerugian dari Piutang Tak Tertagih

Tadi sudah disebutkan bahwa salah satu usaha untuk memperbesar volume penjualan adalah melakukan penjualan secara kredit. Namun dari sekian banyak piutang yang ada, biasanya sebagian dari piutang-piutang tersebut tidak dapat ditagih. Ini merupakan gejala umum, karena betapapun telitinya pemberian kredit dilakukan dan betapapun efektifnya prosedur penagihan yang digunakan, pasti ada saja piutang yang tidak dapat ditagih atau piutang macet (*bad debts*), karena piutang dagang yang timbul dari transaksi penjualan kredit biasanya tidak didukung dengan perjanjian tertulis maupun jaminan, sehingga penerimaan pelunasannya pun menjadi kurang terjamin. Jika ternyata dikemudian hari ada piutang yang sudah tidak dapat diharapkan lagi pelunasannya,

maka piutang tersebut harus dihapuskan. Piutang yang dihapuskan ini tentu merugikan perusahaan dan kerugian dari piutang tak tertagih harus dianggap sebagai biaya usaha perusahaan, karena kerugian tersebut merupakan akibat dari usaha perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan.

Metode Pencatatan Kerugian Piutang Tak Tertagih

Tidak ada ketentuan umum satu pun yang dapat dipakai sebagai pedoman untuk menentukan kapan suatu piutang itu dianggap tidak dapat ditagih. Seorang pelanggan gagal membayar utangnya sesuai dengan tanggal jatuh tempo yang telah ditetapkan semula belumlah berarti bahwa utang-utang tersebut tidak dapat ditagih, kecuali pelanggan tersebut bangkrut baru lah ada petunjuk bahwa sebagian atau

seluruh piutang pelanggan itu tidak dapat ditagih.

Karena demikian sulit menentukan kapan piutang itu dapat dikatakan tak tertagih, maka untuk mencatat kerugian yang timbul karena piutang tak tertagih, ada dua metode yaitu:

- a. Metode Cadangan (*Allowance Method*)
- b. Metode Langsung (*Direct Method*)

Metode Cadangan

Menurut metode cadangan, tiap akhir periode operasi (biasanya tiap akhir tahun) perusahaan menganggap perlu untuk mengadakan penaksiran berapa besarnya kerugian piutang yang mungkin akan terjadi pada periode operasi berikutnya, karena adanya piutang yang tidak dapat diterima pelunasannya. Kerugian piutang karena

TANGGAL	TRANSAKSI	METODE LANGSUNG	METODE CADANGAN
1992 31 Des	Pembentukan Cadangan Kerugian Piutang sebesar Rp650.000		Kerugian Piutang Rp650.000 Cad. Kerugian Piutang Rp650.000
1993 30 Feb	Penghapusan utang Alex sebesar Rp220.000	Kerugian Piutang Rp220.00 Piutang Dagang Rp220.000	Cad. Kerugian Piutang Rp220.000 Piutang Dagang Rp220.000
25 Mar	Penghapusan utang Budi sebesar Rp175.000	Kerugian Piutang Rp175.000 Piutang Dagang Rp175.000	Cad. Kerugian Piutang Rp175.000 Piutang Dagang Rp175.000
28 Agus	Penerimaan Pelunasan utang Alex yang telah dihapus 30 Feb 1993 sebesar Rp220.000	Piutang Dagang Rp220.000 Kerugian Piutang Rp220.000	Piutang Dagang Rp220.000 Cad. Kerugian Piutang Rp220.000
		Kas Rp220.000 Piutang Dagang Rp220.000	Kas Rp220.000 Piutang Dagang Rp220.000
1994 10 Jan	Terima kesanggupan dari Budi untuk melunasi utangnya sebesar Rp175.000 yang telah dihapuskan tanggal 25 Maret 1993	Piutang Dagang Rp175.000 Penerimaan kembali Piutang Rp175.000	Piutang Dagang Rp175.000 Cad. Kerugian Piutang Rp175.000
26 Mei	Terima pelunasan utang Alex sebesar Rp175.000	Kas Rp175.000 Piutang Dagang Rp175.000	Kas Rp175.000 Piutang Dagang Rp175.000

piutang tak tertagih ini didebet pada perkiraan "Kerugian Piutang" dan dikredit pada perkiraan "Cadangan Kerugian Piutang".

Saldo perkiraan Kerugian Piutang dipindahkan ke perkiraan Perhitungan Rugi-Laba pada periode yang bersangkutan, diakui sebagai biaya operasi perusahaan walaupun kerugian piutang itu belum benar-benar terjadi.

Jika pada periode berikutnya ternyata benar-benar ada piutang yang dihapuskan karena tak tertagih, maka perkiraan "Cadangan Kerugian Piutang" didebet dan per-

kiraan "Piutang Dagang" dikredit sebesar piutang yang dihapuskan.

Metode Langsung

Dalam metode ini, kerugian piutang tak tertagih baru diakui sebagai biaya setelah piutang itu benar-benar dinyatakan tidak dapat ditagih lagi dan dihapuskan dari perkiraan piutang dagang. Pada saat piutang itu dihapuskan, perkiraan "piutang dagang" dikredit dan perkiraan "kerugian Piutang tak tertagih" didebet.

Perolehan Kembali Piutang yang Telah Dihapuskan

Kadang-kadang terjadi bahwa piutang yang telah dihapuskan itu dapat diterima kembali pelunasannya. Hal ini dapat terjadi misalnya karena:

- Pelanggan yang dahulu telah dinyatakan jatuh pailit, sekarang sudah dapat berusaha kembali, dan untuk menjaga nama baiknya, maka pelanggan tersebut membayar kembali utang-utangnya yang telah dihapuskan.

Pelanggan yang utangnya dahulu telah dihapuskan karena melarikan diri, selang beberapa waktu kemudian pelanggan tersebut memberi kabar bahwa ia masih akan membayar utang-utangnya.

Setelah menerima pernyataan tersebut perlu diadakan jurnal koreksi (pembetulan). Jurnal yang dibuat tergantung dari metode pencatatan kerugian piutang yang digunakan, metode langsung atau metode cadangan. Apabila yang digunakan metode langsung, maka perkiraan "Piutang Dagang" didebet dan dikredit perkiraan "Kerugian Piutang Tak Tertagih". Tetapi jika metode yang digunakan metode cadangan, maka perkiraan "Piutang Dagang" didebet dan perkiraan "Cadangan Kerugian Piutang" dikredit.

Untuk lebih mengenal pencatatan kerugian piutang dengan kedua metode tersebut, maka lihatlah contoh pada halaman sebelumnya.

Daftar Pustaka

1. Baridwan, Zaki (1984). *Intermediate Accounting*. BPFE Gajah Mada, hal. 103-116.
2. Heckert, F. Brooks dan James D. Willson (1963). *Controllershship*. The Ronald Press Company, hal. 379-389.
3. Kartadinata, Abbas (1983). *Pembelajaan Pengantar Manajemen Keuangan*. Bina Aksara, hal. 167-174.
4. Miller, Paul B. W., D. Gerald Searfoss dan Kenneth A. Smith (1982). *Intermediate Accounting*. Richard D. Irwin, hal. 172-185.
5. Riyanto, Bambang (1989). *Dasar-dasar Pembelajaan Perusahaan*. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, hal. 77-83.

6. Smith, Jack L., Robert M. Keith dan William L. Stephens (1993). *Accounting Principles*. McGraw-Hill, Inc., hal. 350-389.
7. Smith, Jay M. dan K. Fred Skousen (1987). *Intermediate Accounting*. South-Western Publishing, Co., hal. 285-300.
8. Sigit, Soehardi (1983). *Asas-asas Akuntansi*. BPFE Gajah Mada, hal. 92-125.
9. Sukardji (1984). *Teori dan Soal-jawab Dasar-dasar Akuntansi*. Andi Offset, hal. 115-153.

Suryadi Tanudjaja, SE adalah Kepala
Urusan Keuangan dan Akuntansi
Sekolah Tinggi Manajemen
Prasetiya Mulya.
