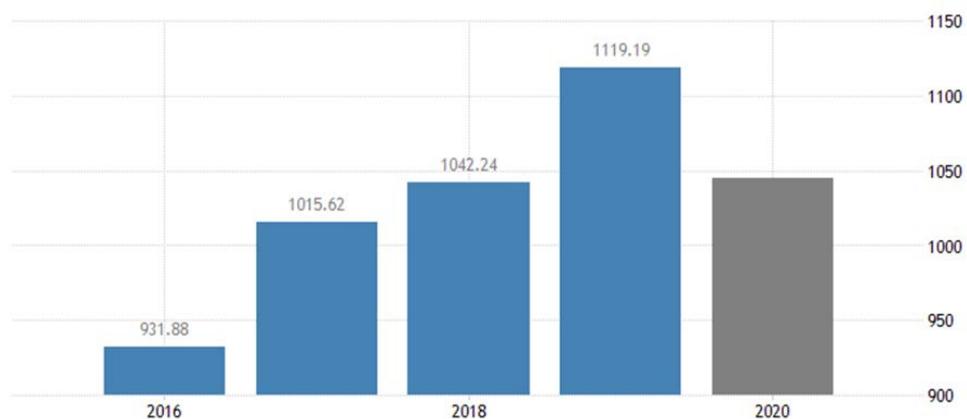


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

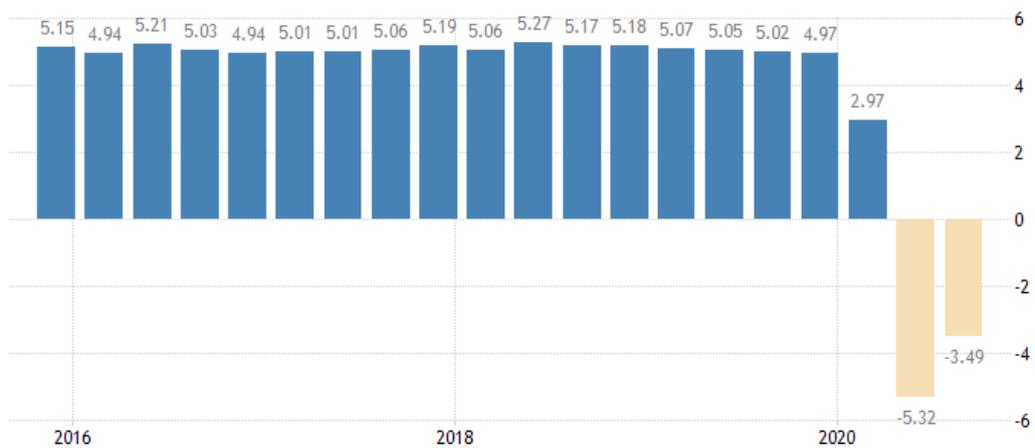
Tingginya nilai *Gross Domestic Product* atau disebut juga sebagai Produk Domestik Bruto merupakan suatu indikator yang berperan penting dalam pengukuran tingkat pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara, khususnya Indonesia. *Gross Domestic Product* merupakan jumlah nilai barang dan jasa yang diproduksi oleh perekonomian negara dalam kurun satu tahun yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi. Tingkat konsumsi sendiri dipengaruhi oleh besarnya tingkat pendapatan yang dimiliki oleh setiap masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka masing - masing, oleh karena itu para masyarakat harus memiliki pendapatan sebesar yang mereka dapatkan. Sehingga , semakin besar tingkat GDP dari berbagai negara maka tingkat pendapatan yang didapat akan menjadi semakin besar. Berikut ini merupakan data GDP di Indonesia untuk tahun 2020:



Sumber : *tradingeconomics.com*

Gambar 1.1 *Gross Domestic Product* 2016 - 2020

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa GDP di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2016 yang berada di titik sebesar 931.88 milyar USD menjadi 1015.62 milyar USD pada tahun 2017, hingga seterusnya pada tahun 2019 sebesar 1119.19 milyar USD. Akan tetapi, pada tahun 2020 GDP di Indonesia pada saat ini mengalami penurunan sebesar 1,5%, yang disebabkan karena terjadinya penurunan daya beli masyarakat akibat menurunnya pendapatan masyarakat setelah terjadinya pengurangan jumlah para pekerja dari setiap tempat yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, sehingga menyebabkan terjadinya penurunan kegiatan ekspor - impor. Hal tersebut dapat ditunjukkan sebagai berikut.



Sumber : *tradingeconomics.com*

Gambar 1.2 Gross Domestic Product Annual Growth Rate 2016 – 2020

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, dapat ditunjukkan bahwa terjadinya pemerosotan ekonomi Indonesia pada kuartal ketiga sebesar 3,49 % lebih buruk dari kuartal sebelumnya yang mengalami pemerosotan sebesar 5,32 % yang disebabkan karena adanya pandemi Covid-19, sehingga hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan konsumsi rumah tangga sebesar 4,04 %, minatnya *investor* untuk melaksanakan investasi menurun sebesar 6,48 %, sehingga permintaan secara eksternal cenderung berkontribusi secara negatif terhadap GDP yang disebabkan karena adanya kegiatan ekspor – impor yang menurun. Sehingga hal tersebut menjadi pemicu dalam menurunnya GDP di Indonesia dan juga dapat

mempengaruhi turunnya tingkat suku bunga di Indonesia. Tingkat suku bunga yang menurun dapat ditunjukkan sebagai berikut.



Sumber : *tradingeconomics.com*

Gambar 1.3 Tingkat Suku Bunga 2016 - 2020

Berdasarkan gambar 1.2, dapat ditunjukkan bahwa tingkat suku bunga di Indonesia mengalami penurunan selama 5 tahun terakhir, yang mana pada tahun 2017 sebesar 4,75% dari 7,5% di tahun 2016, kemudian menjadi 4,25% pada tahun 2018. Akan tetapi, pada tahun 2019 terjadi kembali peningkatan menuju angka sebesar 6%, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 4%.

Sehingga dapat dikutip dari ojk.go.id berdasarkan POJK RI No. 32/POJK.03/2018 dari pasal 6 dan 7, dalam melakukan penyediaan dana kepada pihak yang terkait melakukan pembayaran kredit atau cicilan, bank dilarang untuk memberikan dana pinjaman kepada pihak yang terkait sesuai dengan prosedur yang ditetapkan untuk melakukan penyediaan dana dan juga tanpa persetujuan yang dilakukan Dewan Komisaris Bank, dan juga dilarang untuk memberikan aset yang berkualitas rendah terhadap pihak yang terkait dalam pembayaran pinjaman. Akan tetapi, dalam hal yang bertentangan dengan kualitas aset yang menurun menjadi kurang berjalan lancar ataupun mengalami kemacetan, Bank harus menyelesaikan suatu permasalahan melalui pelunasan kredit dalam kurun waktu 60 hari mulai dari penurunan kualitas aset dan juga melakukan restrukturisasi kredit setelah terjadinya penurunan kualitas penyediaan dana.

Sektor *property and real estate* merupakan sektor bisnis yang menjadi pusat perhatian akan adanya suatu kebutuhan untuk tempat hunian bagi orang – orang dari setiap wilayah tertentu. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan kinerja dari sektor *property and real estate* yang ditandai dengan adanya dorongan dari permintaan lahan baru industri dan juga rumah yang dikhususkan untuk pihak yang berkelas menengah dengan biaya kisaran Rp 500 juta – Rp 1,5 miliar, sehingga sektor ini yang bergerak dalam bidang *real estate developer* diuntungkan dengan berbagai cara sesaat meningkatnya pendapatan masyarakat yang berpendapatan menengah. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh seorang *developer* untuk meningkatkan keuntungan dalam sektor *property and real estate* adalah harus memberikan promo pembayaran dengan perbankan yang didorong oleh sentimen pasar terhadap proyeksi BI yang akan memangkas suku bunga acuan beberapa bulan ke depan (Maynard, 2019). Hal ini juga dijelaskan bahwa dalam bisnis sektor *property and real estate* terdapat dua sisi perhatian yang meliputi pasokan dan permintaan, yang mana dalam mendapatkan permintaan para konsumen BTN tidak hanya mengembangkan pembiayaan perumahan, tetapi sisi pasokan juga menjadi pusat perhatian. Sehingga pemberian kredit properti dan konstruksi lah yang cenderung dilakukan oleh BTN (Maryono, 2018).

Perumahan atau tempat tinggal merupakan suatu hal yang menjadi pusat perhatian para konsumen, yang didasarkan pada rasa minat yang dimiliki dan dikhususkan untuk para konsumen yang termasuk dalam kelas menengah ke bawah. Hal ini diungkapkan bahwa terdapat suatu perusahaan sektor *real estate* yang terus berfokus terhadap pengembangan tempat tinggal bagi para calon penghuni, yang mana harga tersebut berada di bawah Rp 500 juta dan Rp 300 juta, dan keberadaan tempat tinggal tersebut begitu penting dalam menerapkan adanya perkembangan kota – kota yang baru, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan daya beli masyarakat (Nabila, 2019). Selain itu, dengan adanya relaksasi *Loan to Value* (LTV) yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) untuk menerapkan kredit properti, hal tersebut diharapkan dapat membuat suku bunga KPR cenderung lebih kecil dan kompetitif bagi konsumen yang termasuk dalam kelas menengah (Fauzian, 2019). Akan tetapi pada saat ini, bisnis sektor *property and real estate* sedang terkena dampak yang begitu buruk akibat tersebarnya virus COVID-19, sehingga musibah seperti ini membuat daya beli masyarakat menjadi tertahan

(Fitri, 2020). Hal ini juga ditunjukkan bahwa sektor *property* mengalami penurunan penjualan yang di antaranya perumahan komersial yang turun dalam kisaran 50% - 80%, dan juga perkantoran yang turun sebesar 74,6% (Petriella, 2020). Seiring terjadinya kesulitan yang dialami dalam menjual produk properti berupa tempat tinggal, hanya terdapat dua hal yang harus diusahakan seperti *surviving* dan juga *preparing*, yang mana usaha ini tidak hanya melakukan pertahanan, akan tetapi harus terdapat suatu persiapan yang berkenaan dengan bisnis *property and real estate* ini setelah wabah virus corona yang tersebar berakhir, serta pada tahap selanjutnya adalah sebuah perencanaan yang dapat diaktualisasikan dengan tujuan memaksimalkan layanan terhadap konsumen dengan cara memperhatikan *cash flow* yang dijadikan sebagai pemasukkan yang maksimal (Fitri, 2020).

Hal ini dapat dilihat dari adanya perkembangan sebuah perusahaan yang telah membawa 16 perusahaan yang tercatat dalam bursa (*listed company*) serta meliputi sektor *property and real estate, retail, technology, communication and media, education, healthcare*, dan juga *finance* dengan pembukuan total kapitalisasi sebesar Rp 88,10 triliun, khususnya Lippo Group. Lippo Group ini telah mempekerjakan para karyawan sebesar 125,000 karyawan dan juga melayani para pelanggan sebanyak 65 juta orang dalam 600 wilayah Indonesia, yang mana dalam memfokuskan diri dalam *service business* Lippo Group ini memiliki komitmen secara penuh untuk terus melayani bangsa serta memberikan kontribusi terhadap suatu bangsa. Semakin maraknya tempat hunian bagi warga masyarakat sekitar, terdapat suatu perusahaan yang termasuk kategori *property and real estate* di dalam Lippo Group yang dapat melayani para konsumen dalam melakukan pemasaran dan transaksi jual beli rumah, serta pembayaran tagihan operasional, khususnya salah satu wilayah Jabodetabek yang terdapat dalam wilayah Tangerang. Dalam wilayah tersebut, terdapat salah satu perusahaan terbesar yang dijadikan sebagai pusat bisnis *property and real estate* yang bernama PT. Lippo Karawaci. Hal ini disampaikan menurut tribunnews.com (2020), pada tahun 2019 lalu perusahaan berhasil meningkatkan penjualan sebesar Rp. 1,85 Triliun. Hal ini ditandai dengan adanya realisasi penjualan yang lebih besar dari target penjualan tertentu yang mencapai Rp. 1,5 Triliun, dan lebih fantastis lagi terjadi bahwa penjualan properti dalam PT. Lippo Karawaci pada

kuartal ke-4 sebesar Rp. 707 miliar yang meningkat sebesar 132,6 % dari penjualan di kuartal ke-2 dengan jumlah nominal mencapai Rp 304 miliar. Selain itu, Yudis (2020) menambahkan bahwa Lippo Karawaci juga telah sukses dalam meluncurkan sebuah unit *cluster* rumah yang baru dengan nama Cendana Homes pada bulan Juli lalu dengan kelebihan pemesanan sebanyak 2,2 kali lipat dari 327 unit rumah yang dipasarkan, yang mana unit dengan kavling sebesar 50 – 75 m2 ini disasarkan kepada masyarakat dalam kalangan *millenial end-user* yang pangsa pasarnya terus meningkat. Pada saat peluncuran produk rumah ini, produk rumah dalam Cendana Homes tersebut benar – benar langsung habis terjual dalam beberapa jam dengan menggunakan sistem KPR yang dilakukan sebanyak 70 persen. Kelebihan yang dimiliki atas produk yang terjual ini dikarenakan adanya aksesibilitas yang mudah untuk masuk dalam jalan tol Jakarta – Merak dan juga kemudahan untuk menuju ke area Bandara Soekarno – Hatta. Dari setiap unit perumahan yang berada dalam pihak Lippo Village sendiri, haruslah dilaksanakannya *after-sale service* berupa pengelolaan lingkungan, pembangkit tenaga listrik, dan juga pengelolaan air serta penerangan jalan, sehingga perusahaan pun membangun anak cabang dari perusahaan yang termasuk dalam kategori *Town Management* yang bernama PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci.

PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci tersebut telah memanfaatkan strategi perusahaan dalam melayani para konsumen yang telah menempati setiap unit perumahan dalam Lippo Village. Dalam menjalankan strategi tersebut, PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci tersebut dapat memudahkan para konsumen untuk mengonsumsi listrik dan air, serta merawat lingkungan yang lebih asri. Dalam mendukung perkembangan bisnis tersebut, hal ini dapat diungkapkan menurut Naim & Asma (2019) bahwa PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci harus mengelola keuangan perusahaan tersebut dengan baik dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan, menjaga arus kas yang masuk maupun keluar, mempersiapkan struktur modal, memaksimalkan pemanfaatan keuangan perusahaan, dan juga mengoptimalkan kekayaan perusahaan. Arus kas yang masuk berasal dari pembayaran *invoice* listrik dan air serta IPKL yang dilaksanakan para klien melalui cicilan berdasarkan jangka waktu yang ditentukan. Arus kas yang masuk tersebut merupakan suatu hal yang dibutuhkan

dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk menghindari adanya kerugian dan juga memaksimalkan keuntungan dalam suatu perusahaan, sehingga dibantu dengan adanya pelaksanaan yang wajib dari setiap klien melalui pembayaran *invoice* kepada suatu perusahaan yang dilaksanakan secara cicilan setiap bulan, sebagaimana pembayaran *invoice* tersebut tergolong dalam *Account Receivable*.

Menurut Joy (1978) dalam Senzu & Ndebugri (2017), *Account Receivable* merupakan suatu hal menyangkut hutang yang harus dibayarkan oleh para klien kepada suatu perusahaan. Hal ini timbul dari adanya pembayaran jasa atas pembangkitan listrik, pengelolaan air, dan juga perawatan lingkungan sesuai dengan jangka waktu yang dilakukan, sehingga pada saat klien melakukan pembayaran tagihan – tagihan atas biaya listrik, air, dan juga lingkungan yang telah ditetapkan di kemudian waktu, telah dianggap lunas sesuai dengan kesepakatan di antara kedua pihak. Oleh karena itu, perusahaan harus mengambil keputusan dalam mengelola *credit policy* yang berperan penting bagi perusahaan tersebut guna menghindari terjadinya kegagalan dalam melakukan pembayaran.

Dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan perusahaan, PT. Tata Mandiri Daerah Lippo karawaci menggunakan sebuah aplikasi yang berbasis *Entreprise Resource Planning* yang bernama *oracle* dan juga *billing system* milik perusahaan sendiri, bagaimanapun data – data pencatatan transaksi tersebut disiapkan terlebih dahulu menggunakan aplikasi Microsoft Excel dengan tujuan untuk membantu perusahaan dalam melakukan pencatatan keuangan berdasarkan kegiatan operasional suatu perusahaan dan juga melakukan pengawasan akan adanya kesalahan dalam melakukan pencatatan nilai nominal.

Berdasarkan fenomena yang teruraikan di atas, penulis tertarik dalam melaksanakan program magang di PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci yang merupakan anak cabang dari PT. Lippo Karawaci di dalam divisi *Finance & Accounting*, khususnya termasuk dalam posisi *Account Receivable and Billing*. Sehingga penulis dapat menyusun laporan kerja magang ini yang berjudul **“PROSES PENGELOLAAN ACCOUNT RECEIVABLE AND BILLING PADA PT. TATA MANDIRI DAERAH LIPPO KARAWACI”**.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dari pelaksanaan program magang ini adalah untuk memahami segala peranan mengenai pekerjaan yang berada dalam divisi *Finance* atau Keuangan yang terdapat dalam perusahaan PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci, terutama dalam posisi *Account Receivable and Billing* dalam kegiatan operasional di PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci.

Tujuan dari pelaksanaan program magang adalah :

1. Untuk mendapatkan pengalaman – pengalaman di dunia kerja yang lebih banyak dalam divisi *Finance* atau Keuangan, terutama dalam posisi *Account Receivable and Billing*.
2. Untuk menambah wawasan pengetahuan secara meluas yang berhubungan dengan alur penagihan hutang yang dilakukan oleh para klien – klien dari perusahaan tersebut.
3. Untuk mempraktikkan semua materi – materi pembelajaran dari berbagai mata kuliah yang berhubungan dengan divisi *Finance*, terutama menyangkut *Account Receivable*.
4. Untuk menyelesaikan persyaratan mata kuliah *Internship* yang dijadikan sebagai syarat kelulusan sesuai dengan peminatan yang telah penulis pilih.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Program Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Program Magang

Pelaksanaan program magang ini dilaksanakan sesuai ketentuan yang diberikan oleh program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu dengan minimal selama 60 hari.

Pelaksanaan program magang adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : PT. Lippo Karawaci

Penempatan Perusahaan : PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci

Waktu Pelaksanaan : 03 Agustus – 03 Desember 2020

Hari Operasional	: Senin – Jumat
Jam Operasional	: 08.30 – 17.30
Divisi	: <i>Finance</i>
Unit	: <i>Account Receivable and Billing</i>

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang terdiri atas sebagai berikut :

1. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* kepada PT. Lippo Karawaci.
2. Penulis menerima panggilan dari PT. Lippo Karawaci melalui telepon dan menerima balasan atas pengiriman CV melalui email penulis, dan penulis ditempatkan dalam anak cabang dari PT. Lippo Karawaci yang bernama PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci.
3. Penulis melaksanakan program kerja praktik magang pada tanggal 3 Agustus 2020.
4. Penulis membuat jadwal perizinan masuk dan libur kantor atas kendala pelaksanaan program magang.
5. Penulis mengajukan permohonan untuk melakukan pengisian formulir kerja magang KM-01 dan KM-02 sebagai surat pengantar magang.
6. Penulis membuat laporan magang.
7. Penulis melengkapi berbagai dokumen – dokumen yang dibutuhkan dalam pelaksanaan program kerja magang, seperti KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan KM-07.
8. Penulis melaksanakan sidang magang.

1.4. Metode dan Sistematika Penulisan

Adapun penulisan laporan magang ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format yang diatur dalam buku panduan program studi Manajemen dalam bagian “Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen” tahun 2020/2021 tersusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Penulis membahas mengenai latar belakang dalam bidang praktik kerja lapangan di PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci, maksud dan tujuan pelaksanaan program magang, waktu dan prosedur pelaksanaan program magang, dan juga metode dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bagian ini, penulis akan membahas mengenai gambaran umum suatu perusahaan yang merupakan profil perusahaan yang terdiri dari sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, dan juga gambaran umum yang dilandaskan dengan teori yang diterapkan dalam kerja praktik magang.

BAB III : PELAKSANAAN MAGANG

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai pelaksanaan magang yang berhubungan dengan mekanisme pelaksanaan serta kendala – kendala yang dihadapi penulis beserta solusi yang dijalankan dalam menyelesaikan suatu kendala.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan kesimpulan yang didapatkan selama pelaksanaan magang di PT. Tata Mandiri Daerah Lippo Karawaci serta memberikan saran kepada para pembaca untuk memberikan suatu sumber manfaat bagi para pembaca.