

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penelitian

Kekayaan budaya, sejarah, dan alam Indonesia memang menjadi aset yang sangat bernilai dan memberikan daya tarik kuat bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberagaman suku bangsa beserta bahasa, adat istiadat, dan tradisi yang dimiliki, memberikan warna tersendiri yang tidak dimiliki negara lain. Peninggalan bersejarah, seperti candi, dan bangunan kolonial, juga menambah kekayaan warisan budaya Indonesia yang menarik untuk dijelajahi. Selain itu, keindahan alam yang dimiliki Indonesia, mulai dari garis pantai yang membentang luas, pulau-pulau, pegunungan yang megah, hingga keanekaragaman hayati di hutan dan lautnya, menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang lengkap.

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini secara langsung mendorong peningkatan sektor usaha akomodasi, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah hotel, *villa*, *homestay*, serta jenis penginapan lainnya di berbagai destinasi wisata. Fenomena tersebut mencerminkan peningkatan kebutuhan akan sarana menginap yang nyaman, aman, dan memiliki nilai tambah, terutama pada saat momentum puncak seperti musim liburan, hari besar nasional, maupun pengadaan *event* lokal dan internasional. Perkembangan ini memberikan peluang besar bagi para pelaku usaha

akomodasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Namun, di sisi lain, juga menjadi tantangan tersendiri untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, memperhatikan aspek kenyamanan serta kepuasan pengunjung, dan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya. Dengan demikian, keberhasilan dalam merespons fenomena ini tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata, tetapi juga mendukung pelestarian potensi wisata Indonesia dalam jangka panjang.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), usaha akomodasi di Indonesia mengalami fluktuasi signifikan sepanjang tahun 2020 hingga 2024. Periode tersebut diawali dengan penurunan tajam akibat pandemi *Covid-19* yang melanda hampir seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pembatasan perjalanan, penutupan tempat wisata, serta kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) membuat sektor pariwisata dan perhotelan berada dalam tekanan berat, bahkan sempat terhenti operasionalnya. Namun, seiring dengan membaiknya kondisi kesehatan global dan berakhirnya masa pandemi, mobilitas masyarakat perlahan meningkat. Pemerintah mulai membuka kembali akses pariwisata secara bertahap, dan pelonggaran kebijakan perjalanan mendorong masyarakat untuk kembali melakukan aktivitas wisata dan bisnis. Hal ini menjadi titik balik bagi sektor perhotelan yang mulai menunjukkan pemulihan, ditandai dengan meningkatnya tingkat hunian kamar serta bertambahnya kembali permintaan akan layanan akomodasi. Periode 2022 hingga 2024 mencerminkan tren pertumbuhan yang positif, meskipun pemulihan ini masih berjalan secara bertahap dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kondisi ekonomi dan daya beli masyarakat.

Pada tahun 2024, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat adanya peningkatan jumlah usaha akomodasi di Indonesia sebesar 7,48% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah total usaha akomodasi yang tercatat mencapai 26.591 unit yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Kenaikan ini menjadi indikator penting bahwa sektor pariwisata dan perhotelan telah menunjukkan pemulihan signifikan serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan kondisi pasca pandemi. Pertumbuhan ini tidak hanya terpusat di destinasi wisata utama, tetapi juga merata hampir di seluruh provinsi, termasuk Jawa Barat. Salah satu daerah yang mencatat perkembangan signifikan dalam sektor akomodasi adalah Kota Bandung, yang dikenal sebagai salah satu destinasi favorit wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan potensi wisata yang kuat dan aksesibilitas yang baik, Bandung turut berkontribusi dalam pertumbuhan usaha akomodasi nasional, sejalan dengan tren positif industri pariwisata di Indonesia.

Menurut data resmi yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024, Provinsi Jawa Barat tercatat memiliki sebanyak 3.125 unit usaha akomodasi yang tersebar di berbagai wilayah, menjadikannya sebagai salah satu provinsi dengan jumlah fasilitas akomodasi terbanyak di Indonesia, berada di peringkat ketiga setelah Provinsi Bali dan Jawa Timur. Tingginya angka ini menunjukkan potensi luar biasa yang dimiliki oleh sektor pariwisata dan perhotelan di provinsi tersebut, sekaligus mencerminkan meningkatnya permintaan akan layanan akomodasi yang layak, seiring dengan pertumbuhan mobilitas masyarakat dan meningkatnya minat terhadap kegiatan wisata domestik. Di antara seluruh kota di Jawa Barat, Kota Bandung memiliki posisi

strategis sebagai pusat pertumbuhan utama dalam sektor pariwisata dan akomodasi. Sebagai ibu kota provinsi, Kota Bandung tidak hanya berperan sebagai pusat pemerintahan dan bisnis, tetapi juga telah lama dikenal sebagai salah satu destinasi unggulan nasional. Kota ini menawarkan daya tarik yang sangat beragam, mulai dari nilai-nilai sejarah dan kekayaan budaya lokal, pesona alam yang memikat di kawasan pegunungan, berbagai pusat perbelanjaan, hiburan keluarga yang variatif, hingga kuliner khas Sunda yang memiliki cita rasa yang autentik dan digemari oleh wisatawan dari berbagai latar belakang. Kombinasi faktor-faktor inilah yang menjadikan Bandung sebagai salah satu motor penggerak utama dalam pengembangan sektor akomodasi dan pariwisata di wilayah Jawa Barat.

Kota Bandung tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata yang menawarkan kekayaan budaya, sejarah, dan keindahan alam, tetapi juga memiliki peran penting sebagai pusat kegiatan pendidikan, pemerintahan, dan bisnis di wilayah Jawa Barat. Kota ini menjadi rumah bagi berbagai institusi pendidikan tinggi terkemuka, pusat riset, dan lembaga pelatihan yang secara rutin menyelenggarakan kegiatan akademik maupun profesional. Selain itu, keberadaan berbagai kantor pemerintahan dan perusahaan swasta turut menjadikan Bandung sebagai lokasi strategis untuk menyelenggarakan kegiatan seperti kunjungan kerja, seminar nasional, pelatihan pegawai, serta studi banding antarlembaga. Beragam aktivitas tersebut secara signifikan mendorong peningkatan permintaan terhadap fasilitas akomodasi yang tidak hanya nyaman dan representatif, tetapi juga memiliki harga yang kompetitif dan mampu memenuhi kebutuhan pengunjung dari berbagai latar belakang, baik sebagai

wisatawan rekreasi maupun pelaku perjalanan dinas. Dengan tingginya mobilitas ini, sektor perhotelan di Kota Bandung mengalami pertumbuhan yang dinamis sebagai respons terhadap kebutuhan akomodasi yang terus meningkat.

Dengan beragam potensi tersebut, Kota Bandung berhasil menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara, yang menjadikannya sebagai salah satu destinasi favorit di Indonesia. Hal ini memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan industri perhotelan di kota ini. Permintaan yang terus meningkat terhadap layanan akomodasi mendorong munculnya berbagai jenis hotel, mulai dari hotel *budget*, hotel berbintang, hingga *resort* dan *boutique hotel* yang menawarkan konsep unik dan pengalaman menginap yang berbeda. Kondisi ini mencerminkan bahwa bisnis perhotelan di Kota Bandung mengalami pertumbuhan yang pesat dan kompetitif, serta menjadi salah satu sektor unggulan yang berkontribusi besar terhadap perekonomian daerah.

Dengan berkembangnya bisnis perhotelan di Kota Bandung, seluruh hotel di wilayah ini dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Pertumbuhan ini menciptakan kondisi pasar yang kompetitif, di mana setiap hotel dituntut memiliki strategi yang efektif untuk menarik pasar dan meningkatkan tingkat hunian. Dalam menghadapi persaingan ini, strategi pemasaran dan penjualan yang tepat menjadi kunci utama. Strategi tersebut tidak hanya terbatas pada aspek harga, promosi, dan pelayanan, tetapi juga mencakup sistem dan metode penjualan yang diterapkan, seperti penggunaan teknologi digital, kemitraan dengan agen perjalanan, hingga penawaran khusus yang disesuaikan dengan karakteristik pasar. Dengan strategi ini, hotel-hotel di

Bandung diharapkan mampu mempertahankan eksistensinya dan tetap kompetitif di tengah pertumbuhan industri yang pesat.

Salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh hotel dalam meningkatkan penjualan dan menjalin kerja sama jangka panjang adalah melalui sistem penjualan kredit, khususnya kepada perusahaan, instansi pemerintah, dan biro perjalanan yang menjadi pelanggan tetap. Sistem ini memberikan fleksibilitas pembayaran yang menjadi daya tarik bagi pelanggan, serta membuka peluang bagi hotel untuk meningkatkan volume transaksi secara berkelanjutan. Namun, di balik manfaat tersebut, penjualan kredit juga berpotensi menimbulkan risiko piutang tak tertagih yang dapat memengaruhi kestabilan arus kas hotel. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan piutang yang tepat agar pendapatan dari penjualan kredit tetap terjaga dan tidak menimbulkan kerugian. Kota Bandung, sebagai salah satu pusat kegiatan bisnis dan pariwisata, menjadi lokasi strategis untuk mengkaji praktik penjualan kredit ini, salah satunya di *The Jayakarta Suites* Bandung yang aktif menjalin kerja sama dengan berbagai pihak.

Namun demikian, penerapan strategi penjualan secara kredit tetap mempunyai risiko yang perlu dikelola dengan cermat, terutama terkait dengan kemungkinan terjadinya keterlambatan pembayaran atau bahkan kredit macet. Kondisi seperti ini menyebabkan dana tertahan dalam bentuk piutang, yaitu tagihan yang belum diterima pembayarannya dari pelanggan. Piutang yang dapat tertagih nantinya akan berubah menjadi kas dan tercatat sebagai aset lancar bagi hotel. Seperti yang dikemukakan oleh IBM Wiyasha (2010:191), “piutang merupakan salah satu sumber kas potensial bagi hotel.” Pernyataan ini

menegaskan bahwa meskipun belum diterima dalam bentuk tunai, piutang tetap memiliki nilai ekonomi yang berpeluang menjadi pendapatan riil ketika pelanggan melunasi kewajibannya. Oleh karena itu, pengelolaan piutang yang baik sangat diperlukan agar potensi kas tersebut dapat direalisasikan secara optimal dan tidak berubah menjadi beban keuangan akibat piutang yang tidak tertagih.

Walaupun sistem penjualan kredit memberikan keleluasaan bagi pelanggan dalam hal pembayaran dan dapat meningkatkan peluang kerja sama bisnis jangka panjang, kebijakan ini juga mengandung risiko finansial yang tidak dapat diabaikan oleh pihak hotel. Beberapa risiko utama adalah potensi piutang yang tidak tertagih, serta keterlambatan pembayaran dari pelanggan, yang berdampak langsung pada tertundanya penerimaan kas. Situasi ini menyebabkan arus kas hotel menjadi tidak lancar, karena sebagian dana tertahan dalam bentuk piutang yang belum bisa dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan operasional harian. Jika tidak dikelola dengan baik, kondisi ini dapat mengakibatkan terganggunya kelangsungan operasional hotel, mengingat kebutuhan biaya operasional bersifat rutin dan harus segera dipenuhi. Selain itu, proses pengutipan piutang juga menimbulkan beban tambahan, baik dari sisi tenaga, waktu, maupun biaya administratif. Seiring dengan meningkatnya jumlah piutang, beban pengutipan pun akan semakin besar. Oleh sebab itu, manajemen hotel harus memiliki sistem pengelolaan piutang yang baik dan jelas, mulai dari evaluasi kelayakan pelanggan sebelum pemberian kredit, pencatatan yang akurat, hingga pelaksanaan pengutipan yang efektif, agar

risiko kerugian akibat piutang bermasalah dapat diminimalkan dan pendapatan hotel tetap terjaga.

Menurut Ari Susanti (2024:62), “manajemen piutang adalah tagihan ke pihak lain akibat adanya kebijakan penjualan barang dan jasa secara kredit oleh suatu perusahaan.” Pernyataan ini menegaskan bahwa piutang merupakan konsekuensi dari strategi penjualan kredit, yang memerlukan pengelolaan secara profesional agar tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan, termasuk hotel. Pengelolaan piutang yang baik mencakup berbagai aspek penting, seperti penyusunan kebijakan kredit yang terstruktur dan terukur, pencatatan transaksi secara akurat, serta pemantauan ketat terhadap jatuh tempo pembayaran dari setiap pelanggan. Jika terjadi keterlambatan, maka perusahaan perlu segera melakukan tindak lanjut berupa pengutipan aktif serta rekonsiliasi data untuk memastikan ketepatan jumlah dan waktu pembayaran. Semakin banyak piutang yang tidak tertagih, semakin besar pula biaya tambahan yang harus dikeluarkan, seperti biaya komunikasi, pengiriman tagihan, dan sumber daya manusia yang terlibat dalam proses pengutipan. Pada akhirnya, piutang yang tidak tertagih tidak hanya mengganggu arus kas, tetapi juga berdampak langsung pada berkurangnya laba yang seharusnya diterima oleh hotel. Oleh karena itu, penting bagi hotel untuk memiliki sistem manajemen piutang yang efisien guna menjaga stabilitas keuangan dan meningkatkan pendapatan.

The Jayakarta Suites Bandung merupakan salah satu hotel yang menerapkan kebijakan penjualan kredit. Berikut adalah data penjualan pada *The Jayakarta Suites* Bandung selama 2 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Penjualan di *The Jayakarta Suites* Bandung

Tahun	Keterangan				
	Penjualan Tunai	%	Penjualan Kredit	%	Total
2023	806.849.771	42,07	1.110.964.977	57,93	1.917.814.748
2024	475.667.823	39,07	741.870.771	60,93	1.217.538.594
Rata-Rata	1.282.517.594	40,91	1.852.835.748	59,09	3.135.353.342

Sumber : Data Olahan Peneliti, *Finance and Accounting The Jayakarta Suites* Bandung (2025)

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, terlihat bahwa penjualan secara kredit menyumbang bagian terbesar, yakni sebesar 59,09% dari total penjualan dibandingkan dengan penjualan secara tunai. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas transaksi yang dilakukan oleh *The Jayakarta Suites* Bandung tidak dibayar secara langsung, melainkan menggunakan sistem kredit. Maka dari itu, kebijakan penjualan kredit yang diterapkan oleh *The Jayakarta Suites* Bandung merupakan strategi yang baik dalam meningkatkan *volume* penjualan dan menarik segmen pelanggan korporat maupun perorangan yang membutuhkan fleksibilitas dalam hal pembayaran, yang mana di sisi lain menimbulkan adanya piutang. Piutang tersebut muncul karena adanya selisih waktu antara penjualan layanan dan penerimaan kas. Piutang ini dapat bersumber dari *city ledger*, kartu kredit, *travel agent*. Kebijakan penjualan secara kredit ini mempunyai jangka waktu pelunasan, yaitu selama n/30 hari yang berarti pembayaran harus diselesaikan dalam waktu maksimal 30 hari sejak tanggal transaksi. Jika melewati jangka waktu tersebut, maka piutang

dapat beresiko menjadi piutang tidak tertagih. Risiko piutang yang tidak tertagih bukan hanya berdampak pada catatan akuntansi hotel, tetapi lebih dari itu dapat mengganggu arus kas. Dana yang seharusnya masuk ke kas perusahaan tertunda atau bahkan tidak diterima sama sekali, sehingga hotel akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban operasional sehari-hari seperti pembayaran gaji karyawan, pembelian bahan baku makanan dan minuman, perawatan fasilitas, hingga investasi pengembangan layanan. Akibatnya, laba bersih yang diharapkan bisa menurun karena beban biaya operasional tetap harus ditanggung meskipun pemasukan kas tertunda.

Tabel 1.2

Data Piutang pada *The Jayakarta Suites Bandung*

Umur Piutang	Total			
	2023	%	2024	%
1-30 hari	253.155.602	10,19	422.260.850	19,51
31-60	239.442.915	9,63	68.651.065	3,17
61-90	109.367.441	4,40	19.865.001	0,92
91-120	199.503.573	8,03	34.589.298	1,60
>121	1.683.130.800	67,75	1.620.159.511	74,80
Total	2.484.600.331	100	2.165.525.725	100

Sumber : Data Olahan Peneliti, *Finance & Accounting Department* (2025)

Tabel di atas menunjukkan masih adanya piutang yang melebihi jangka waktu pelunasan. Bahkan ada piutang yang belum tertagih lebih dari 121 hari yang berarti telah masuk kategori piutang yang sangat berisiko dan mendekati status sebagai piutang tak tertagih (*bad debt*). Seperti yang sudah peneliti

sebutkan sebelumnya, piutang tidak tertagih tersebut dapat menimbulkan pengurangan perolehan laba. Hal ini disebabkan karena pendapatan dari penjualan telah diakui dalam laporan laba rugi, tetapi kas belum benar-benar diterima. Ketika piutang tersebut akhirnya tidak tertagih, perusahaan harus menghapusnya dari pembukuan dan mencatatnya sebagai beban kerugian, yang pada akhirnya akan menurunkan laba bersih. Maka dari itu, perusahaan harus mampu mengelola penjualan kreditnya untuk mencegah resiko dan masalah yang mungkin terjadi. Pengelolaan piutang yang dimaksud mulai dari bagaimana pertimbangan hotel memberikan kredit, bagaimana hotel mengevaluasi administrasi pengelolaan piutangnya, serta bagaimana hotel melakukan pengutipan ke pihak yang bersangkutan.

Peneliti memilih *The Jayakarta Suites* Bandung sebagai lokus penelitian karena Peneliti menemukan fenomena ini dan tepat untuk dijadikan penelitian yang berkaitan dengan pengelolaan piutang. Dari fenomena beserta latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Analisis Pengelolaan Piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung”**.

2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka terdapat beberapa fokus penelitian, yaitu:

1. Bagaimana prosedur pemberian piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung?
2. Bagaimana administrasi pengelolaan piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung?
3. Bagaimana pelaksanaan pengutipan piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penyusunan Proyek Akhir ini, yaitu:

1. Mengetahui prosedur pemberian piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung.
2. Mengetahui administrasi pengelolaan piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung.
3. Mengetahui pelaksanaan pengutipan piutang di *The Jayakarta Suites* Bandung.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat penyusunan Proyek Akhir ini, yaitu:

1. Sebagai masukan yang bermanfaat bagi lokus.
2. Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun Proyek Akhir, khususnya yang berkaitan dengan Bagian *Accounts Receivable*.
3. Sebagai pelengkap ilmu pengetahuan bagi Pembaca.