

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap penjualan memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimal untuk mencapai tujuannya. Setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaannya. Agar dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif, maka perusahaan diharapkan dapat mengembangkan strategi yang sangat efektif dalam pemasaran. Penjualan adalah salah satu fungsi yang sangat menentukan keberhasilan dari kegiatan pemasaran. (Adi, 2015)

Aktivitas penjualan berperan sangat penting dalam penjualan salah satu indikator bagi keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan akan memperoleh pendapatan atau pemasukan yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan perusahaan lainnya, jadi perusahaan harus menentukan kebijakan dari prosedur yang akan diikuti untuk memungkinkan adanya dilaksanakannya rencana penjualan yang telah ditentukan oleh kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk. Penjualan produk dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain penjualan secara tunai, penjualan konsinyasi. (Kiki & Winarni, 2012)

Penjualan konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan

komisi. Hak milik atas barang tetap masih berada pada sistem penjualan konsinyasi ini dapat dipakai untuk penjualan semua jenis produk. Dalam hubungan dengan penjualan konsinyasi, pihak yang menyerahkan barang disebut pengamanat sedangkan pihak yang menerima titipan barang disebut komisioner (Adi, 2015).

Pada penjualan biasa, umumnya hak milik dari barang telah berpindah tangan jika barang telah di kirim oleh sipenjual kepada sipembeli, sedangkan kepada penjualan konsinyasi hak milik barang tetap berada di tangan sebagai pengamat pada saat pengiriman barang, pengamat tidak mencatat sebagai penjualan sebagai penjualan dan sebaliknya komisioner juga tidak mencatat sebagai pembelian. Hak milik baru berpindah tangan jika barang tersebut telah terjual oleh komisioner kepada pihak lainnya, pada saat ini pengamat akan mencatatnya sebagai penjualan dan menimbulkan piutang kepada komisioner, sebaliknya komisioner akan mengakui sebagai pembelian atau pendapatan komisi atas penjualan barang konsinyasi tersebut. Syarat- syarat penjualan konsinyasi biasanya di atur antara pengamat dan komisioner dalam kontrak perjanjian penjualan konsinyasi (Anastasya & Setiawan, 2017).

Ada beberapa strategi penjualan yang dilakukan perusahaan saat ini. Penjualan konsinyasi banyak diminati karena penjualan konsinyasi memiliki manfaat baik bagi pengamat maupun komisioner. Perusahaan retail seringkali keberatan jika harus membeli barang yang harus di tanggung jika barang yang sudah mereka beli kurang laku di pasaran. Selain hal ini juga merupakan strategi perusahaan untuk menjaga keseimbangan jumlah barang yang ada di pasaran,

yang terutama diharapkan supaya pembeli mudah mencari produk mereka di pasaran (Anastasya & Setiawan, 2017).

Saat ini penjualan konsinyasi merupakan salah satu jenis penjualan yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan untuk memperluas daerah pemasaran. Penjualan konsinyasi merupakan pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan. Pemilik barang disebut dengan pengamat dan pihak yang dititipkan barang tersebut di sebut dengan komisioner (Halim, 2005).

Perbedaan yang mendasar antara transaksi penjualan biasa dengan transaksi konsinyasi, yaitu dalam hubungannya dengan menyerahkan hak atas barang yang bersangkutan. Dalam transaksi penjualan biasa, hak atas barang berpindah kepada pembeli pada saat penyerahan barang, sedangkan dalam transaksi konsinyasi meskipun telah terjadi perpindahan barang dan perpindahan terhadap pengelolaan dan penyimpanan barang kepada komisioner, hak milik atas barang yang bersangkutan masih tetap berada pada komisioner. Hak milik barang akan berpindah pada komisioner apabila komisioner berhasil menjual barang tersebut kepada pihak ketiga atau konsumen (Halim, 2005).

Penjualan konsinyasi menurut PSAK No. 23 yaitu sebuah penjualan barang ini meliputi suatu barang yang diproduksi atau barang yang dibeli dengan tujuan dijual kembali dalam siklus operasi entitas. Penjualan jasa biasanya menyangkut pelaksanaan tugas yang secara kontraktual telah disepakati untuk dilaksanakan selama satu periode yang disepakati oleh perusahaan jasa dan dapat diserahkan selama satu periode atau lebih dari satu periode (Martani, 2015).

Adapun perbedaan yang lain adalah dari segi pengakuan pendapatan dan persediaan. Pengiriman barang-barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui timbulnya pendapatan, baik bagi konsignor maupun bagi komisioner sampai dengan barang dijual kepada pihak ketiga. Hal yang menyangkut persediaan yaitu barang-barang konsinyasi harus dilaporkan sebagai persediaan oleh pihak pengamanat (consignor) dan pihak komisioner (consigner) sendiri tidak boleh diakui dan memperhitungkan barang-barang konsinyasi itu sebagai persediannya (Martani, 2015).

Berdasarkan teori di atas peneliti menyimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan dengan cara konsinyasi akan lebih memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya. Hal tersebut dikarenakan dengan melakukan penjualan secara konsinyasi banyak pihak yang akan menjadi mitra perusahaan dengan demikian daerah-daerah yang menjadi tujuan pemasaran perusahaan akan lebih mudah terjangkau, karena telah memiliki mitra kerja sama untuk memasarkan produk-produk perusahaan itu sendiri .

Transaksi dengan cara penjualan konsinyasi mempunyai keuntungan tertentu dibandingkan dengan penjualan secara langsung. Salah satu dari keuntungan penjualan konsinyasi adalah perusahaan dapat memperluas daerah pemasaran produk. Semakin luas daerah pemasarannya maka semakin banyak peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk. Secara tidak langsung penjualan konsinyasi mendorong pengembangan usaha bagi perusahaan, karena

peningkatan jumlah penjualan merupakan salah satu indikator dalam pengembangan usaha (Hartono, 2017).

Untuk pengelolaan, pelaporan dan pencatatan barang konsinyasi, perusahaan harus menerapkan perlakuan akuntansi yang sangat tepat agar sesuai dengan standart dan prinsip akuntansi yang berlaku di umum, sehingga sistem pencatatan laporan penjualan dapat terjaga dengan baik dan aman. Hal ini dilakukan guna memperluas dan memperkenalkan produk yang baru di kenal oleh masyarakat (Hartono, 2017).

Martani, (2015) menyatakan bahwa persediaan barang dagang yang ada di swalayan ini terdiri dari persediaan yang dibeli secara reguler dan barang – barang komisi. Pembelian secara konsinyasi umumnya dilakukan terhadap :

1. Barang – barang yang mudah rusak (seperti makanan ringan)
2. Barang yang laku pada saat tertentu atau musiman (seperti buku tulis, tas sekolah)
3. Barang yang belum dapat dipastikan seberapa besar permintaan dari konsumen (seperti produk kosmetik yang membutuhkan pengenalan khusus)
4. Barang yang sangat dibutuhkan sehari hari (seperti beras, telur)

Untuk memudahkan pengawasan terhadap persediaan yang beraneka ragam itu, perusahaan dalam hal itu swalayan membagi jenis produknya.

SAK memuat penjelasan tentang pengakuan dan pengukuran pendapatan secara jelas dan rinci yang tertuang dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 tentang Pendapatan. Dengan adanya standar ini, penyajian dalam suatu laporan laba rugi khususnya pada pelaporan kegiatan konsinyasi pendapatan

kegiatan usaha lebih dapat dipercaya. Pendapatan menurut PSAK No. 23 adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang diterima perusahaan itu sendiri, di luar dari pernyataan di atas yang tidak memiliki manfaat ekonomi dan peningkatan ekuitas bagi perusahaan dikeluarkan dari pendapatan. Sinar Baru Karanganom Kabupaten Lumajang merupakan Minimarket yang terletak di Desa Karanganom yang bergerak di bidang perdagangan Dalam kegiatannya, sumber utama pendapatan perusahaan diperoleh dari penjualan barang dagang dan penjualan konsinyasi.

Pada kegiatan operasionalnya sehari-hari, sistem penjualan ini tidak disertai dengan bukti penjualan, yang akan menghambat pengakuan dan pengukuran pendapatan yang efektif. Kesalahan dalam pengakuan dan pengukuran pendapatan ini tentunya juga akan berdampak pada laba atau rugi yang akan dialami oleh perusahaan. Selain itu, sering sekali ditemukan kelalaian pada penerapan metode pengakuan pendapatan ini yang membuat kesalahan dalam pencatatan dan bahkan pengakuan pendapatan yang mengakibatkan tidak disajikannya pendapatan secara akuntabel dan andal. Selain pengakuan pendapatan, terdapat kesulitan dalam mengukur pendapatan pada Sinar Baru Karanganom karena pemilik usaha kurang memperhatikan dalam membuat laporan atau nota pada setiap penjualan konsinyasi. Hal ini memungkinkan kesalahan dan ketidakakuratan dalam mengukur pendapatan pada perusahaan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Perlakuan Akuntansi Transaksi Penjualan Konsinyasi Menurut PSAK No. 23 Pada Mini Market Sinar Baru Karanganom.

1.2. Batasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis hanya membatasi masalah pada data barang yang di terima oleh Sinar Baru dari konsignor (pihak yang menitipkan barang) untuk tahun 2019. Karena masalah yang ada dalam akuntansi konsinyasi dalam perusahaan ini sangat luas terutama dalam hal penggolongan barang reguler dan barang konsinyasi di dalam departemen yang sama, maka penulis mengambil satu departemen nyata yang ada di perusahaan tersebut.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah maka dari rumusan masalah tersebut yaitu bagaimana Perlakuan Akuntansi Transaksi Penjualan Konsinyasi Menurut PSAK No 23 pada Sinar Baru Karanganom Kecamatan Pasrujambe Kabupaten Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Perlakuan Akuntansi Transaksi Penjualan Konsinyasi Pada Minimarket Sinar Baru Karanganom, disesuaikan dengan PSAK No.23.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan yang lebih mendalam terhadap pencatatan akuntansi penjualan konsinyasi.

2. Bagi Perusahaan

Semoga menjadikan masukan dengan adanya informasi mengenai pencataan penjualan konsinyasi.

3. Bagi Peneliti Lain

Menambah referensi penelitian khususnya untuk mengkaji dari topik tentang akuntansi penjualan konsinyasi.

