



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLAKUAN AKUNTANSI ATAS PENDAPATAN
DAN PIUTANG USAHA PT A**

LAPORAN MAGANG

CINDY SARASWATY

0806391335

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 REGULER AKUNTANSI
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLAKUAN AKUNTANSI ATAS PENDAPATAN
DAN PIUTANG USAHA PT A**

LAPORAN MAGANG

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi**

CINDY SARASWATY

0806391335

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Magang ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cindy Saraswaty

NPM : 0806391335

Tanda Tangan :



Tanggal : 25 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang ini diajukan oleh

Nama : Cindy Saraswaty
NPM : 0806391335
Proram Studi : Akuntansi
Judul Laporan Magang : Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Piutang Usaha PT A

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Nurul Husnah S.E., M.S.Ak

Ketua Dosen Penguji : A. A. Ayu Ratna Dewi S.E., M.Si., Ak

Dosen Penguji : Evony Silvino Violita S.E., Ak., M.Com

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 25 Januari 2012

iii

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini. Penulis menyadari bahwa tanpa kesempatan, arahan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan hingga penyusunan laporan magang sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, perkenankan pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Allah SWT atas semua rahmat dan hidayah-Nya dengan memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan laporan magang ini dan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.
2. Ibu Nurul Husnah S.E., M.S.Ak selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan magang ini.
3. Ibu A. A. Ayu Ratna Dewi dan Ibu Evony Silvino selaku ketua dosen penguji dan dosen penguji sidang karya akhir penulis.
4. Anggota Biro Pendidikan FEUI dan Departemen Akuntansi FEUI yang telah banyak mengeluarkan tenaga dalam mengurus administrasi prosedur pengumpulan karya akhir penulis.
5. Tim audit KAP Siddharta Siddharta & Widjaja yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga laporan magang ini dapat terselesaikan, khususnya Yootapong Soontalinka, Henry Rusli, Mogantara Zega, Linda Waty, Lyani Lukito, Linawati, Karina Tjahjadi, Honsen, Hadi Nugraha, Stephanie, dan Fenny Widjaja.
6. PT A yang telah bersedia membantu penulis dalam menumpulkan data guna penyusunan laporan magang ini.
7. Mama dan Papa yang telah berjuang keras dan meberikan banyak bantuan dan semangat sehingga penulis bisa menjadi seperti sekarang.

8. Kakak dan adik yang telah banyak memberikan arahan dan berbagi pengalaman serta memberikan semangat kepada penulis (Mas Rendy, Mas Wendy, Dendy, dan Sendy)
9. Keluarga besar yang turut mendukung penulis.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan di kampus tempat bertukar pikiran: Sita, Sandra, Wardah, Pradita, Yeishi, Naufal, Isti, Frisky, Jazzy, Intan, Alvi, Raynata, Laila, Karima, Cut Dina, Windrya, dan Stefanie, Amalia, Rebecca, dan Meity.
11. Teman-teman yang bersama-sama magang di KAP Siddharta Siddharta & Widjaja dengan penulis : Ayu, Ines, Dias, Laras, Darwin, Jessica S, Jessica C, Laura, Widia.
12. Teman-teman kuliah yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Para dosen Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia atas ilmu, nasehat, dan tuntunannya baik di dalam maupun di luar kampus.
14. Pihak-pihak lain yang terkait dalam membantu kelancaran penulis selama perkuliahan dan semua masukan yang membantu penyelesaian laporan magang ini.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini tidak terlepas dari segala kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan laporan magang ini. Akhirnya, penulis berharap laporan magang ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam rangka memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 25 Januari 2012

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindy Saraswaty

NPM : 0806391335

Program Studi : Sarjana

Departemen : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Piutang Usaha PT A

beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini. Universitas Indonesia bebas menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tuas akhir saya tanpa meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dari sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 25 Januari 2012

Yang Menyatakan



(Cindy Saraswaty)

ABSTRAK

Nama : Cindy Saraswaty
Pembimbing : **Nurul Husnah S.E., M.S.Ak**
Program Studi : Akuntansi
Judul : Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Piutang Usaha PT A

Laporan magang ini berisi mengenai prosedur perlakuan akuntansi pendapatan dan piutang usaha yang dimiliki PT A pada periode kuartal kedua tahun 2011. PT A merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa periklanan. Terdapat dua sumber pendapatan utama bagi perusahaan, yaitu kegiatan media dan produksi. Untuk kegiatan media, perusahaan mengakui pendapatannya berdasarkan konfirmasi yang diterima dari *media house* bahwa iklan telah ditayangkan. Sedangkan untuk kegiatan produksi, perusahaan mengakui pendapatan ketika material iklan yang telah diproduksi diterima oleh klien. Secara keseluruhan, kontrol internal PT A berjalan dengan baik karena terdapat pemisahan tugas dan hasil pekerjaan telah ditinjau terlebih dahulu oleh *finance director* dan *finance manager*. Selain itu, PT A memiliki sistem pencatatan dan prosedur penyajian akun pendapatan dan piutang yang sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia

Kata Kunci :
Pendapatan, Piutang, Perusahaan Periklanan

ABSTRACT

Name : Cindy Saraswaty
Guidance : Nurul Husnah S.E., M.S.Ak
Study Program : Accounting
Title : Accounting Treatment of Revenue and Trade Receivables at PT A

This report is to investigate the procedures for the accounting treatment of revenue and trade receivables at PT A as of the second quarter of 2011. PT A is an advertising agency. There are two main revenue sources for PT A, which are media and production. For Media activities, the Company recognizes its revenue based on the confirmation received from Media house that the advertisements have been published. Meanwhile, revenue from production activities represents revenue that Company recognizes by providing advertisements material to the clients. Overall, the internal controls work well because there is a separation of duties and the work has been reviewed in advance by the finance director and finance manger. In addition, PT A has a recording system and procedures for the presentation of accounts receivable and revenue in accordance with applicable accounting standards in Indonesia.

Key words :
Revenue, Receivables, Advertising Agency

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Program Magang	1
1.2 Tujuan Program Magang	1
1.2.1 Tujuan Umum	1
1.2.2 Tujuan Khusus	2
1.3 Tujuan Penulisan Laporan Magang	2
1.4 Ruang Lingkup Pelaksanaan Magang	3
1.5 Ruang Lingkup Penulisan Laporan Magang	5
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Magang	5
2. LANDASAN TEORI	7
2.1 Pendapatan	7
2.1.1 Definisi Pendapatan	7
2.1.2 Pengukuran Pendapatan	8
2.1.3 Pengakuan Pendapatan	9
2.1.4 Pengungkapan Pendapatan	12
2.2 Piutang Usaha	12
2.2.1 Definisi dan Klasifikasi Piutang	12
2.2.2 Jenis-Jenis Piutang	13
2.2.3 Pengakuan Piutang	14
2.2.4 Penilaian Piutang	16
2.2.5 Penyajian dan Pengungkapan Piutang	18

3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	20
3.1 Perusahaan Tempat Magang	20
3.1.1 Profil KAP CS	20
3.1.2 Produk KAP CS	20
3.1.3 Sektor Industri pada KAP CS	22
3.1.4 Struktur Organisasi KAP CS	23
3.2 Perusahaan Klien (PT A)	23
3.2.1 Profil Perusahaan Klien (PT A)	23
3.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Klien (PT A)	25
4. PEMBAHASAN DAN ANALISIS.....	30
4.1 Alur Pendapatan dan Piutang PT A	30
4.1.1 Alur Pendapatan dan Piutang Departemen Media	31
4.1.2 Alur Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi	33
4.2 Pencatatan Jurnal Piutang PT A	35
4.2.1 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Media	35
4.2.2 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi	37
4.2.3 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Lainnya	38
4.3 Pengumpulan Piutang PT A	39
4.4 Analisis Akuntansi atas Pendapatan dan Piutang PT A	41
4.4.1 Analisis Pengakuan Pendapatan PT A	41
4.4.2 Analisis Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Media	42
4.4.3 Analisis Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi	44
5. KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR REFERENSI	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 *Accounts Receivable Turnover* PT A Kuartar Kedua 201140

Tabel 4.2 Perbandingan Penyajian Piutang PT A Kuartar Kedua 201140



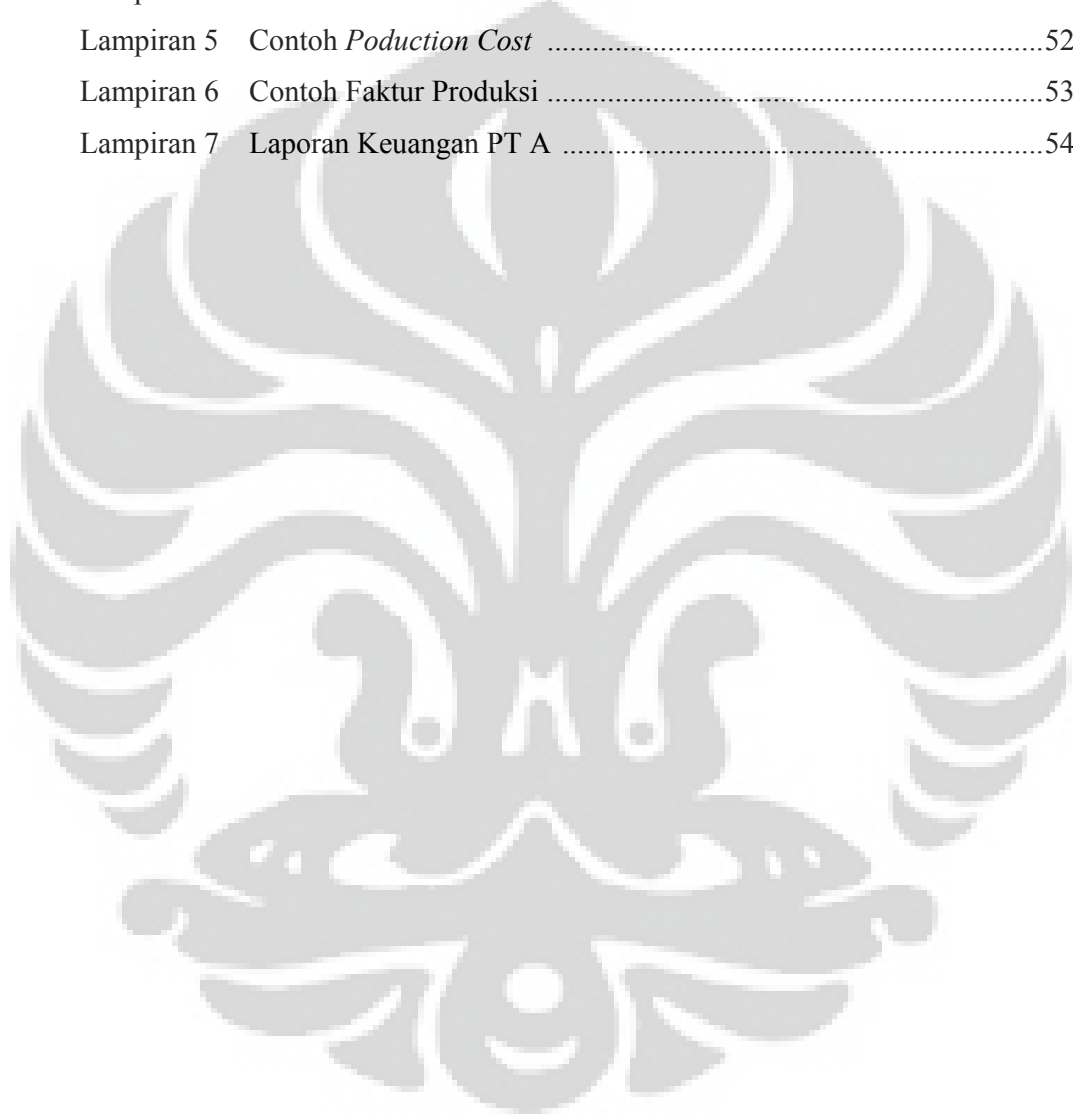
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Struktur Organisasi Divisi Audit PT A	23
Gambar 3.2	Struktur Organisasi PT A	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Arus Kegiatan Usaha Departemen Media	48
Lampiran 2	Arus Kegiatan Usaha Departemen Produksi	49
Lampiran 3	Contoh Media Estimasi	50
Lampiran 4	Contoh Faktur Media	51
Lampiran 5	Contoh <i>Poduction Cost</i>	52
Lampiran 6	Contoh Faktur Produksi	53
Lampiran 7	Laporan Keuangan PT A	54



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Program Magang

Dalam rangka menyelesaikan studi di Program Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI), seluruh mahasiswa diwajibkan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dengan melakukan tugas akhir. Salah satu pilihan untuk tugas akhir tersebut adalah dengan melakukan program magang dan memilih tema untuk dikembangkan sebagai suatu karya tulis.

Program ini sangat berguna dalam memberikan pelajaran praktek kerja kepada mahasiswa sehingga mahasiswa memiliki gambaran dan pengalaman sebelum benar-benar memasuki dunia kerja seutuhnya. Selain itu, program magang juga dianggap mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa, sehingga dengan pembekalan tersebut diharapkan mahasiswa lulusan Program Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dapat menerapkan keahlian dan keterampilan akuntansi yang dimilikinya dengan baik dan mengabdikan kepada masyarakat, bangsa, dan negara.

1.2 Tujuan Program Magang

1.2.1 Tujuan Umum

Secara umum, program magang bertujuan untuk menciptakan keselarasan antara teori akuntansi yang didapat selama masa perkuliahan dengan praktek akuntansi dan audit pada kenyataannya. Selain itu, program magang juga bertujuan untuk mengembangkan kemampuan *soft skill* mahasiswa dengan mengajarkan mahasiswa untuk berkomunikasi dengan baik secara profesional dalam dunia bisnis, manajemen waktu, kepemimpinan, tanggung jawab, dan menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan program magang, diharapkan dapat membangun keseimbangan antara *hard skill* dan *soft skill* mahasiswa.

1.2.2 Tujuan khusus

Secara khusus, program magang ini bertujuan agar:

1. Mahasiswa dapat memahami penerapan berbagai perangkat akuntansi, manajemen, dan sistem informasi akuntansi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan terhadap perusahaan.
2. Mahasiswa dapat mengasah kemampuan penyelesaian masalah pada diri mahasiswa yang dihadapi manajemen perusahaan dengan perangkat-perangkat akuntansi dan manajemen yang telah dipelajari pada masa perkuliahan tersebut.
3. Membiasakan mahasiswa untuk cepat beradaptasi dengan lingkungan baru, yaitu lingkungan pekerjaan yang lebih membutuhkan manajemen waktu, keterampilan komunikasi kerja sama tim serta tekanan yang lebih tinggi dan lebih baik untuk menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.
4. Membina hubungan yang baik antara FEUI dengan perusahaan tempat magang dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan tempat magang.

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Magang

Penulisan laporan magang ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan gambaran mengenai perlakuan akuntansi atas pendapatan dan piutang usaha, suatu agensi periklanan. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk membandingkan praktek akuntansi pada PT A dengan teori akuntansi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia. Dalam laporan ini juga digambarkan arus kegiatan yang dilakukan oleh PT A yang dapat mewakili aktivitas operasi agensi periklanan pada umumnya.

Adapun tujuan lain dalam penulisan laporan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana
2. Sebagai salah satu komponen penilaian prestasi magang
3. Sebagai kontribusi kepada kampus dan perusahaan tempat magang
4. Sebagai sarana latihan bagi mahasiswa untuk menuangkan ide, pengetahuan, dan pengalaman

5. Sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik dengan tema penulisan laporan magang

1.4 Ruang Lingkup Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan program magang di Kantor Akuntan Publik Siddharta Siddharta & Widjaja yang merupakan anggota dari KPMG Internasional yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman. Penulis melaksanakan program magang mulai tanggal 1 Juni 2011 hingga 31 Agustus 2011. Selama magang, penulis menempati posisi sebagai *junior auditor (associate1)* di bagian *assurance service* dengan *sub line* perusahaan manufaktur. Namun, walaupun berada di *sub line* manufaktur, penulis tidak hanya ditugaskan di perusahaan manufaktur saja.

Berikut merupakan kegiatan penulis selama magang pada KAP Siddharta Siddharta & Widjaja:

1 PT A-Q1

PT A merupakan perusahaan yang bergerak di bidang periklanan dan berlokasi di Kebayoran Timur, Jakarta Selatan. PT A merupakan kesempatan pertama penulis dalam melakukan *field work* di perusahaan klien. Selama *field work* pada PT A, penulis belum diberikan tugas untuk menangani sebuah akun. Penulis hanya membantu *Senior In-charge* dan *Senior Auditor* melakukan *vouching* atas pembayaran pajak PPh Pasal 4, 21, 23, dan 26 untuk melihat apakah terdapat kesalahan pencatatan baik dalam jumlah maupun tanggal penyetoran pajak, *Test of Effectiveness (TOE)* terhadap *Billing dan Facilitated Risk Analysis Process (FRAP)* untuk melihat apakah kontrol sudah sesuai dengan prosedur yang ada, dan *Search for Unrecorded Liabilities (SFUL)* untuk melihat apakah terdapat kewajiban yang belum dicatat atau sudah dicatat namun bukan pada periode yang benar oleh perusahaan klien. Hasil pekerjaan penulis kemudian ditinjau oleh *Senior Auditor*.

2 PT. B

PT. B merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif dan berlokasi di Karawang. Selama melaksanakan *fieldwork* pada PT. B, penulis diberikan tugas untuk memegang akun *cash & cash equivalent, prepayment, other assets, other receivables, other income (expense), accrued expense, shareholder equity*, dan *SFUL*. Pada akun-akun tersebut, penulis bertanggung jawab untuk melakukan *tied-up* terhadap *trial balance* dan membuat analisis fluktuasi terhadap akun *cash & cash equivalent dan accrued expense*. Selain itu, penulis juga membantu tim audit lain dalam melakukan *vouching* terhadap data *sales* dan *summarize general ledger*.

3 PT.C

PT. C merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor dan berlokasi di Jakarta Selatan. Selama melaksanakan *fieldwork*, penulis diberi pekerjaan untuk memegang akun *cash & cash equivalent, prepayment and advances, shareholder equity, general & administrative expenses, other income (expense)*, dan *SFUL*. Pada kesempatan kali ini, penulis diberi tugas yang sama seperti pada klien-klien sebelumnya, yaitu melakukan *tied-up* terhadap *trial balance* dan membuat analisis fluktuasi terhadap seluruh akun yang dikerjakan. Selain itu, penulis juga melakukan *vouching* dan membuat konfirmasi untuk Bank, *Shareholder Equity, Confirmation of Receivable, Leasing Confirmation*, dan *Legal Confirmation*.

4 PT A-Q2

PT A merupakan lanjutan atau kuartar kedua dari PT A-Q1. Pada kuartar kedua ini, penulis dipercaya untuk menangani akun kas dan setara kas, *prepayment, other income (expense), operating expense, SFUL, SHE*, dan *TOE*. Penulis ditugaskan tidak jauh berbeda seperti sebelumnya, yaitu *agreed the balance to trial balance* dan membuat analisis fluktuasi. Selain itu, penulis juga membantu *senior auditor* untuk melakukan *vouching*.

1.5 Ruang Lingkup Penulisan Laporan Magang

Ruang lingkup penulisan laporan magang ini adalah menjelaskan bagaimana PT A menyajikan pendapatan dan piutang, mulai dari pengukuran, pengakuan, penyajian, dan pengungkapan. Namun, piutang yang dibahas dalam laporan ini hanya merupakan piutang usaha PT A saja.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Penulisan laporan magang ini dilakukan dengan lima tahap diantaranya adalah:

1 BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang program magang, tujuan program magang, tujuan penulisan laporan magang, ruang lingkup pelaksanaan magang, ruang lingkup penulisan laporan magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

2 BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori mengenai metode akuntansi, standar akuntansi di Indonesia serta teori-teori yang relevan lainnya yang berkaitan dengan penyajian dan pengungkapan pendapatan dan piutang sebagai topik dalam laporan magang ini.

3 BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memberikan gambaran secara garis besar mengenai KAP Siddharta Siddharta & Widjaja dan PT A, meliputi profil dan produk yang dihasilkan masing-masing perusahaan. KAP Siddharta Siddharta & Widjaja merupakan tempat penulis melaksanakan program magang, sedangkan PT A merupakan klien KAP Siddharta Siddharta & Widjaja yang menjadi sumber dalam penulisan laporan magang ini.

4 BAB 4 PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Dalam bab ini dijelaskan mengenai proses kegiatan operasi yang menjadi sumber pendapatan PT A, mulai dari asal mula pendapatan tersebut, proses penjualan dan produksi yang dilakukan PT A hingga perlakuan akuntansi

pengakuan pendapatan dari kegiatan tersebut. Setelah itu, dilanjutkan dengan analisis yang diberikan berdasarkan pemahaman penulis.

5 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan penulisan laporan magang dan saran yang diberikan oleh penulis terhadap PT A atas dasar pengetahuan dan pengalaman selama melakukan proses audit.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pendapatan

2.1.1 Definisi Pendapatan

Di Indonesia, pengaturan mengenai akun penghasilan diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23. Menurut PSAK 23 (revisi 2010), penghasilan didefinisikan dalam *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan* sebagai kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset, atau penurunan liabilitas yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Penghasilan dapat berupa pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gain*). Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda-beda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Pendapatan hanya meliputi arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang diterima dan dapat diterima oleh entitas untuk entitas itu sendiri. Jumlah yang ditagih untuk kepentingan pihak ketiga, seperti pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan bukan merupakan manfaat ekonomi yang mengalir ke entitas dan tidak menyebabkan kenaikan ekuitas perusahaan. Oleh karena itu, hal tersebut dikeluarkan dari ruang lingkup pendapatan.

Pendapatan yang diperoleh oleh suatu entitas dapat bersumber dari transaksi dan kejadian berikut ini :

1. Penjualan Barang

Barang meliputi barang yang diproduksi oleh entitas untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali, seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau tanah dan properti lain yang dimiliki untuk dijual kembali.

2. Penjualan Jasa

Penjualan jasa biasanya menyangkut pelaksanaan tugas yang telah disepakati secara kontraktual untuk dilaksanakan selama satu periode waktu. Jasa tersebut dapat diberikan dalam satu periode atau lebih dari satu periode.

3. Penggunaan aset entitas oleh pihak lain yang menghasilkan pendapatan dalam bentuk :

- a. Bunga, yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas, atau jumlah terutang kepada entitas.
- b. Royalti, pembebanan untuk penggunaan aset jangka panjang entitas, misalnya paten, merek dagang, hak cipta, dan perangkat lunak computer.
- c. Dividen, distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi kepemilikan mereka atas kelompok modal tertentu.

2.1.2 Pengukuran Pendapatan

Dalam PSAK 23 (revisi 2010) paragraf 8 dijelaskan bahwa pendapatan diukur dengan nilai wajar¹ imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Jumlah pendapatan yang timbul dari transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara entitas dengan pembeli atau pengguna aset tersebut. Jumlah tersebut diukur pada nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima dikurangi jumlah diskon dagang dan rabat volume yang diperbolehkan oleh entitas.

Namun, apabila pembayaran imbalan kas dan setara kas ditangguhkan, nilai wajar imbalan tersebut mungkin saja kurang dari jumlah nominal dari kas yang diterima atau yang dapat diterima. Perbedaan antara nilai wajar dan jumlah nominal dari imbalan tersebut diakui sebagai pendapatan bunga.

¹ Nilai wajar adalah jumlah suatu aset dapat dipertukarkan atau suatu liabilitas diselesaikan antara pihak yang berkeinginan dan memiliki pengetahuan memadai dalam suatu transaksi yang wajar.

Isu lainnya terletak pada pertukaran antar barang atau jasa. Apabila barang dan jasa dipertukarkan (*barter*) untuk barang dan jasa yang serupa dan nilai yang sama, maka pertukaran tersebut tidak dianggap sebagai suatu transaksi yang menimbulkan pendapatan. Sebaliknya, pertukaran barang dan jasa untuk barang dan jasa yang tidak serupa, hal tersebut dianggap sebagai transaksi yang menimbulkan pendapatan. Pendapatan tersebut diukur pada nilai wajar dari barang dan jasa yang diserahkan, disesuaikan dengan jumlah kas atau setara kas yang ditransfer.

2.1.3 Pengakuan Pendapatan

Pendapatan diakui ketika ada kemungkinan besar (*probable*) bahwa manfaat ekonomis akan mengalir masuk ke perusahaan dan manfaat tersebut dapat diukur secara handal.

Berikut akan dijelaskan perlakuan pengakuan pendapatan untuk masing-masing transaksi atau kejadian berdasarkan PSAK 23 (revisi 2010):

1. Penjualan Barang

Dalam PSAK 23 (revisi 2010) paragraf 13, pendapatan dari penjualan barang harus diakui bila seluruh kondisi berikut dipenuhi:

- a. Perusahaan telah memindahkan resiko secara signifikan dan memindahkan manfaat kepemilikan barang kepada pembeli.
Pada umumnya, pemindahan resiko dan manfaat kepemilikan atas barang terjadi pada saat yang bersamaan dengan pemindahan hak milik atau penguasaan atas barang tersebut kepada pembeli. Jika entitas menahan resiko signifikan dari kepemilikan, maka transaksi tersebut bukanlah penjualan sehingga pendapatan tidak diakui.
- b. Perusahaan tidak lagi mengelola atau melakukan pengendalian efektif atas barang yang dijual.

Jika entitas hanya menahan resiko yang tidak signifikan atas kepemilikan, maka transaksi tersebut merupakan penjualan dan pendapatan dapat diakui. Misalnya, pada pedagang eceran yang membolehkan barang jualannya dapat dikembalikan dalam selang waktu beberapa hari setelah penjualan apabila pembeli tidak puas

dengan barang tersebut atau terdapat kecacatan atas barang tersebut.

- c. Jumlah pendapatan dapat diukur secara andal.

Pendapatan dalam hal ini diakui pada waktu penjualan dilakukan jika penjual dapat mengestimasi secara andal retur yang akan terjadi dan mengakui liabilitas untuk retur berdasarkan pengalaman sebelumnya dan factor lain yang relevan.

- d. Besar kemungkinan manfaat ekonomi yang dihubungkan dengan transaksi akan mengalir kepada perusahaan tersebut, dan Kadang-kadang kemungkinan mengalirnya manfaat ekonomi ke dalam entitas terkait dengan transaksi yang terjadi sangatlah kecil, sampai imbalan diterima atau suatu ketidakpastian dihilangkan. Bila ketidakpastian tersebut dapat dihilangkan maka pendapatan dapat diakui.

- e. Biaya yang terjadi atau yang akan terjadi sehubungan dengan transaksi penjualan dapat diukur dengan andal.

Pendapatan dan beban sehubungan dengan transaksi atau peristiwa tertentu diakui secara bersamaan. Proses ini biasanya mengacu kepada pengaitan pendapatan dengan beban (*matching revenue & expense*)

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), dalam penjualan barang biasanya perusahaan mengakui pendapatan pada saat tanggal penjualan. Namun pada kenyataannya hal ini tidak selalu terjadi, tergantung pada situasi dan kondisinya. Perusahaan tidak mengikuti pengakuan pendapatan berdasarkan basis penjualan karena beberapa alasan, yaitu

- a. *Earlier recognition* → perusahaan mengakui pendapatan lebih dulu daripada tanggal penjualan. Pengakuan lebih dulu ini dapat dilakukan apabila terdapat tingkat keyakinan yang tinggi mengenai jumlah pendapatan yang akan didapat.
- b. *Delay recognition* → perusahaan mengakui pendapatan lebih lama daripada tanggal penjualan. Pengakuan yang ditunda ini dilakukan

apabila tingkat ketidakyakinan yang tinggi mengenai jumlah pendapatan ataupun biaya atau apabila penjualan tidak merepresentasikan penyelesaian yang substansial.

2. Penjualan Jasa

Menurut PSAK 23 (revisi 2010) paragraf 09, jika hasil transaksi yang terkait dengan penjualan jasa dapat diestimasi secara andal, maka pendapatan sehubungan dengan transaksi tersebut diakui dengan acuan pada tingkat penyelesaian dari transaksi pada akhir periode pelaporan.

Pengakuan pendapatan dengan mengacu pada tingkat penyelesaian dari suatu transaksi sering disebut sebagai metode persentase penyelesaian. Dengan metode ini, pendapatan diakui pada periode akuntansi saat jasa telah dilakukan.

3. Bunga, Royalti, dan Dividen

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), Pendapatan yang timbul dari penggunaan aset perusahaan oleh entitas lain yang menghasilkan bunga, royalti, dan dividen diakui dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Pengakuan pendapatan bunga mengikuti konsep tradisional akuntansi akrual. Pendapatan bunga diakui dalam periode selama aset tersebut menyediakan layanan jasa kepada entitas lain dan harus diakui menggunakan metode suku bunga efektif².
- b. Pendapatan royalti yang diperoleh dari penggunaan aset entitas, seperti hak paten, hak cipta musik, dan film biasanya diakui sesuai dengan substansi perjanjian. Pada umumnya, entitas menggunakan metode garis lurus untuk mengakui pendapatan dalam periode waktu tertentu.

² Metode yang menghitung pendapatan bunga setiap periode berdasarkan tingkat bunga efektif dan berdasarkan saldo buku pinjaman periode sebelumnya.

- c. Dividen diakui ketika hak pemegang saham untuk menerima pembayaran telah ditetapkan (pada saat pembagian dividen diumumkan).

2.1.4 Pengungkapan Pendapatan

Hal-hal yang harus diungkapkan entitas dalam menyajikan pendapatan sesuai dengan PSAK 23 (revisi 2010) paragraf 33 adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan akuntansi yang digunakan untuk pengakuan pendapatan, termasuk metode yang digunakan untuk menentukan tingkat penyelesaian transaksi penjualan jasa
2. Jumlah setiap kategori signifikan dari pendapatan yang diakui selama periode tersebut, termasuk pendapatan yang berasal dari
 - a. penjualan barang
 - b. penjualan jasa
 - c. bunga
 - d. royalti
 - e. dividen
3. Jumlah pendapatan yang berasal dari pertukaran barang atau jasa yang tercakup dalam setiap kategori signifikan dari pendapatan.

2.2 Piutang Usaha

2.2.1 Definisi dan Klasifikasi Piutang

Menurut PSAK 50 (revisi 2006) paragraf 7c, piutang digolongkan sebagai aset keuangan karena memiliki hak kontraktual untuk menerima kas atau aset keuangan lainnya dari entitas lain.

Menurut PSAK 55 (revisi 2006), pinjaman yang telah diberikan atau piutang adalah aset keuangan non derivatif dengan pembayaran tetap atau telah ditentukan dan tidak mempunyai kuotasi di pasar aktif, kecuali:

1. Pinjaman yang diberikan dan piutang yang dimaksudkan oleh entitas untuk dijual dalam waktu dekat, yang diklasifikasikan dalam kelompok diperdagangkan, serta pinjaman yang diberikan dan piutang yang pada saat

pengakuan awal oleh entitas ditetapkan sebagai aset keuangan yang dinilai pada nilai wajar melalui laporan laba rugi.

2. Pinjaman yang diberikan dan piutang yang pada saat pengakuan awal ditetapkan dalam kelompok tersedia untuk dijual
3. Pinjaman yang diberikan dan piutang dalam hal pemilik mungkin tidak akan memperoleh kembali investasi awal secara substansial kecuali yang disebabkan oleh penurunan kualitas pinjaman yang diberikan dan piutang, dan diklasifikasikan dalam kelompok tersedia untuk dijual.

Kepemilikan atas kelompok aset yang bukan merupakan pinjaman yang diberikan atau piutang (seperti kepemilikan atas Reksadana atau sejenisnya) tidak dapat diklasifikasikan sebagai pinjaman yang diberikan atau tagihan.

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), piutang merupakan klaim terhadap pembeli dan pihak-pihak tertentu yang penyelesaiannya diharapkan dalam bentuk kas dan lain-lain untuk pembayaran uang, barang, atau jasa yang telah diserahkan pada waktu sebelumnya.

Untuk tujuan pelaporan keuangan, piutang dapat diklasifikasikan menjadi sebagai berikut:

1. Piutang lancar atau piutang jangka pendek, yaitu piutang yang diharapkan dapat tertagih dalam waktu 1 tahun atau selama siklus operasional berlangsung, tergantung mana yang lebih panjang waktunya.
2. Piutang tidak lancar atau jangka panjang, yaitu piutang yang jangka waktu tertagihnya lebih dari 1 tahun atau 1 periode akuntansi

2.2.2 Jenis – Jenis Piutang

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), Piutang biasanya dikelompokkan menjadi dua jenis:

1. Piutang Usaha (*Trade Receivable*)

Piutang usaha merupakan piutang terhadap pelanggan kepada entitas atas barang yang dibeli dan jasa yang telah diberikan. Piutang ini dibagi lagi menjadi dua, yaitu

a. Piutang Dagang (*Accounts Receivable*)

Piutang dagang adalah janji lisan dari pembeli untuk melakukan pembayaran atas barang yang telah dijual dan jasa yang telah diberikan (Kieso, Weygandt, and Warfield, 2011). Piutang dagang timbul dari penjualan kredit barang atau jasa yang merupakan usaha pokok entitas.

b. Wesel Tagih (*Notes Receivable*)

Pemberian kredit kepada pelanggan dapat pula didukung oleh suatu dokumen kredit yang resmi yang disebut wesel atau promes (*promissory note*). Wesel tagih adalah janji tertulis untuk membayar sejumlah uang pada tanggal yang telah ditentukan. Wesel biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari enam puluh hari, seperti dalam penjualan peralatan dalam sistem cicilan dan untuk transaksi yang menyangkut jumlah nilai yang cukup besar.

2. Piutang Bukan Dagang (*Non-trade Receivable*)

Piutang bukan dagang merupakan piutang yang timbul bukan karena transaksi penjualan dan sering juga disebut sebagai piutang lain-lain (*other receivables*). Contoh dari piutang bukan dagang adalah pinjaman kepada pegawai, setoran yang dibayarkan sebagai jaminan, piutang dividen, dan piutang bunga.

2.2.3 Pengakuan Piutang

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), umumnya jumlah piutang diakui sebesar harga pertukaran (*exchange price*)³ antara kedua belah pihak. Biasanya, entitas memiliki dokumen bisnis berupa faktur sebagai bukti atas jumlah harga pertukaran dengan pembeli atas suatu penjualan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pengukuran harga pertukaran, yaitu: (1) adanya diskon atau potongan berupa diskon dagang (*trade discount*) dan potongan tunai (*cash*

³ Harga pertukaran adalah harga yang harus dibayar oleh debitur (pembeli atau peminjam)

discount), dan (2) perpanjangan waktu antara penjualan dan waktu jatuh tempo pembayaran (elemen bunga).

Jika terdapat diskon dagang, maka perlakuan terhadap piutang adalah langsung mengurangi harga yang tertera, dan harga setelah pengurangan itulah yang ditagih kepada pelanggan sebagai nilai piutang. Sedangkan diskon tunai (*cash discount*) diberikan sebagai dorongan agar pelanggan melakukan pembayaran lebih cepat dari jangka waktu yang telah disepakati. Istilah diskon tunai dikomunikasikan dalam bentuk seperti berikut, 3/10, n/30 yang berarti pelanggan akan diberikan diskon sebesar 3% bila ia mampu membayar paling lambat 10 hari setelah pembelian dan piutang ini jatuh tempo dengan nilai penuh dalam 30 hari. Dalam hal pencatatan, ada dua metode untuk mencatat potongan penjualan :

1. Gross method

Yaitu metode pencatatan dimana perusahaan mengakui potongan penjualan pada saat pembayaran diterima masih di dalam jangka waktu diskon dan selanjutnya diskon penjualan ini disajikan sebagai pengurang di laporan laba rugi.

a. Jurnal pada saat penjualan

Piutang	xxx	
Penjualan		xxx

b. Jurnal saat pembayaran pada periode potongan penjualan

Kas	xxx	
Potongan penjualan	xxx	
Piutang		xxx

c. Jurnal saat pembayaran setelah periode potongan penjualan

Kas	xxx	
Piutang		xxx

2. Net Method

Yaitu metode pencatatan dimana perusahaan mengakui piutang pada jumlah yang *net* setelah dikurangi dengan diskon penjualan.

a. Jurnal pada saat penjualan

Piutang	xxx	
Penjualan		xxx

b. Jurnal pada saat pembayaran pada periode potongan penjualan

Kas	xxx	
Piutang		xxx

c. Jurnal saat pembayaran setelah periode potongan penjualan

Piutang	xxx	
Potongan penjualan		xxx
Kas	xxx	
Piutang		xxx

2.2.4 Penilaian Piutang

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), perusahaan melaporkan piutang jangka pendek pada nilai realisasi bersihnya, yaitu nilai bersih yang mereka perkirakan dapat diterima dalam bentuk kas. Untuk menentukan nilai realisasi bersih diperlukan estimasi untuk piutang tak tertagih dan segala bentuk pengembalian atau penyisihan yang diberikan.

Terdapat dua metode yang digunakan untuk mencatat piutang tak tertagih:

1. Metode penghapusan langsung (*direct write-off method*)

Pada metode ini, tidak ada ayat jurnal yang dibuat sampai ada kepastian bahwa suatu piutang diputuskan untuk tidak akan dapat ditagih. Ketika sudah diputuskan bahwa suatu piutang tidak dapat ditagih, maka akan langsung dicatat dengan mendebit beban penghapusan piutang (*bad debt expense*) dan mengkredit piutang

Beban Piutang Tak Tertagih	xxx
Piutang Usaha	xxx

2. Metode penyisihan (*allowance method*)

Metode ini melakukan estimasi piutang tak tertagih dari setiap penjualan dan piutang yang belum ditagih. Pencatatan dengan metode ini adalah dengan mencatat estimasi piutang tak tertagih sebagai beban dan mengkredit penyisihan piutang tak tertagih (*allowance for doubtful accounts*).

Beban Piutang Tak Tertagih	xxx
Penyisihan Piutang Tak Tertagih	xxx

Apabila suatu piutang usaha dapat dipastikan tak tertagih sama sekali maka piutang tersebut dihapuskan dari perkiraan penyisihan. Ayat jurnal yang diperlukan untuk mencatat penghapusan piutang ini adalah sebagai berikut :

Penyisihan Piutang Tak Tertagih	xxx
Piutang Usaha	xxx

Terdapat kasus dimana pelanggan membayar piutang perusahaan setelah perusahaan memutuskan dan mencatat piutang tersebut menjadi suatu piutang tak tertagih. Apabila hal ini terjadi maka dibuat jurnal sebagai berikut:

Piutang Usaha	xxx
Penyisihan Piutang Tak Tertagih	xxx

(sebagai jurnal pembalik penghapusan piutang sebelumnya)

Kas	xxx
Piutang Usaha	xxx

Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2011), terdapat dua metode yang dapat digunakan untuk menentukan besar suatu piutang tak tertagih:

1. Pendekatan persentase penjualan (*percentage of sales*)

Pada metode ini, perusahaan melakukan estimasi terhadap jumlah persentase penjualan kredit yang tidak dapat ditagih. Metode ini mencocokkan biaya dengan pendapatan karena berkaitan dengan pencatatan pada periode dimana perusahaan mencatat penjualan. Metode ini dilakukan berdasarkan pengalaman perusahaan sebelumnya dan kebijakan kredit yang diantisipasi.

2. Pendekatan persentase piutang (*percentage of receivables*)

Untuk menentukan besar piutang tak tertagih menggunakan metode ini dapat dilakukan dengan menggunakan rasio komposit (*composite rate*) atau dapat juga dengan membuat daftar umur (*aging schedule*) piutang yang penerapannya dapat menggunakan persentase yang berbeda-beda bergantung pada pengalaman sebelumnya untuk setiap kategori umur piutang. Daftar umur piutang juga dapat membantu dalam mengidentifikasi piutang yang perlu diberi perhatian khusus karena telah melewati masa jatuh tempo.

2.2.5 Penyajian dan Pengungkapan Piutang

Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 (revisi 2009) paragraf 64, entitas mengklasifikasikan aset sebagai aset lancar jika:

1. Entitas mengharapkan akan merealisasikan aset, atau bermaksud untuk menjual atau menggunakannya dalam siklus operasi normal;
2. Entitas memiliki aset untuk tujuan diperdagangkan;
3. Entitas mengharapkan akan merealisasi aset dalam jangka waktu 12 (dua) setelah periode pelaporan; atau
4. Berupa kas atau setara kas yang penggunaannya tidak dibatasi.

Apabila suatu aset tidak termasuk pada kategori di atas maka diklasifikasikan sebagai aset tidak lancar.

Piutang yang diperkirakan akan terealisasi dalam bentuk kas dalam waktu satu tahun dikategorikan sebagai aset lancar di suatu neraca. Menurut PSAK 1 (revisi 2009) paragraf 58, entitas harus menyajikan aset lancar dan aset tidak lancar sebagai klasifikasi yang terpisah dalam posisi laporan keuangan.

Menurut PSAK 50 (revisi 2006) paragraf 82, untuk setiap kelompok aset keuangan dan kewajiban keuangan, entitas harus mengungkapkan nilai wajar setiap kelompok aset keuangan dan kewajiban keuangan tersebut dengan cara yang memungkinkan untuk dapat diperbandingkan dengan nilai tercatat pada neraca. Informasi nilai wajar digunakan secara luas untuk tujuan bisnis dalam menentukan posisi keuangan entitas secara keseluruhan dan dalam pengambilan keputusan mengenai instrument keuangan secara individual. Informasi tersebut juga dianggap lebih relevan terhadap berbagai keputusan yang diambil pengguna laporan keuangan. Namun ditegaskan dalam PSAK 50 (revisi 2006) paragraf 84 bahwa piutang dagang tidak perlu diungkapkan pada nilai wajar, apabila nilai tercatatnya sudah dianggap memadai.

Pada setiap tanggal neraca entitas mengevaluasi apakah terdapat bukti yang objektif bahwa piutang mengalami penurunan nilai. Dalam PSAK 55 (revisi 2006) paragraf 60 dijelaskan bahwa suatu aset keuangan mengalami penurunan nilai, jika dan hanya jika, terdapat bukti yang objektif mengenai penurunan nilai tersebut sebagai akibat dari satu atau lebih peristiwa yang terjadi setelah pengakuan awal aset tersebut (peristiwa yang merugikan), dan peristiwa yang merugikan tersebut berdampak pada estimasi arus kas masa depan atas aset keuangan atau kelompok aset keuangan yang dapat diestimasi secara handal. Dijelaskan pada PSAK 50 (revisi 2006) paragraf 91 poin I bahwa apabila ada penurunan nilai, maka entitas mengungkapkan sifat dan jumlah setiap kerugian penurunan nilai yang diakui pada laporan laba rugi untuk aset keuangan, secara terpisah untuk setiap kelompok aset keuangan yang signifikan.

BAB 3

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Perusahaan Tempat Magang

3.1.1 Profil KAP Siddharta Siddharta & Widjaja

KAP Siddharta Siddharta & Widjaja adalah salah satu Kantor Akuntan Publik di Jakarta. KAP Siddharta Siddharta & Widjaja merupakan anggota dari KPMG Internasional di Indonesia. KAP Siddharta Siddharta & Widjaja berlokasi di Jl. Jenderal Sudirman dan didirikan pada tahun 1957. Pada tahun 2002, KPMG Hadibroto yang merupakan divisi pajak didirikan sebagai entitas yang terpisah. Divisi ini menyediakan layanan konsultasi bisnis berfokus pada isu-isu perpajakan dan bisnis terkait. Siddharta *Consulting* didirikan pada tahun 1986 untuk menyediakan berbagai layanan untuk Indonesia dan komunitas bisnis internasional.

3.1.2 Produk KAP Siddharta Siddharta & Widjaja

Kantor Akuntan Publik Siddharta Siddharta & Widjaja menyediakan layanan dalam bidang:

1. *Audit Services*

Jasa ini dibagi menjadi dua konsentrasi, yaitu

- a. *Atestation Services*

Jasa ini merupakan pelayanan atestasi yang dirancang untuk membantu klien memahami isu-isu khusus. Perusahaan kadang-kadang dapat mempersiapkan informasi keuangan prospektif dimana ada persyaratan peraturan untuk informasi keuangan prospektif untuk dilaporkan oleh sebuah perusahaan eksternal yang independen. Dalam hal ini, KAP Siddharta Siddharta & Widjaja membantu klien untuk mengeluarkan laporan tentang pemeriksaan, ulasan, atau prosedur yang telah disepakati. Layanan ini mencakup banyak kebutuhan untuk atestasi yang berada di luar persyaratan audit laporan keuangan.

b. *Financial Statement Audit*

Jasa ini memberikan keyakinan yang bersifat independen terhadap suatu laporan keuangan. Tujuan jasa ini adalah untuk melihat opini yang dikeluarkan oleh pihak independen yang kompeten, sehingga laporan keuangan tersebut dapat digunakan dan memberikan tingkat keyakinan yang *reasonable* bagi pengguna dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan. Pemberian jasa ini dilakukan berdasarkan prosedur dan ketentuan yang ada dalam audit, termasuk laporan keuangan tengah tahun maupun tahunan, pelaporan kepatuhan di masing-masing sektor industri, jasa konversi ke IFRS (*International Financial Reporting Standard*), tata kelola perusahaan, dan jasa internal audit yang termasuk di dalamnya pengawasan dan manajemen resiko pengendalian internal.

2. *Tax Services*

Jasa ini memberikan pelayanan dalam hal perpajakan dan kasus-kasus terkait. KPMG Hadibroto memberikan pemahaman tentang pemerintahan pajak, keterampilan khusus dan pengetahuan industri yang mendalam yang membantu klien untuk tetap kompetitif dan sesuai dengan peraturan yang ada. Pendekatan KPMG Hadibroto untuk perencanaan pajak adalah multi-yurisdiksi. Dengan professional yang diambil dari berbagai latar belakang, yaitu industri spesialisasi, spesialisasi layanan telepon, eksposur internasional, dan pelatihan lanjutan akan dapat memberikan performa kerja dengan kualitas nasional dan saran pajak internasional dan menjad penasihat klien mereka dalam spektrum yang luas dari proses bisnis mereka.

3. *Advisory Services*

Jasa ini merupakan pelayanan yang diberikan oleh penasihat professional kepada klien untuk mengatasi tantangan yang berkaitan dengan pertumbuhan, kinerja, dan tata kelola perusahaan dalam transaksi dan restrukturisasi, kinerja dan teknologi, dan resiko dan kepatuhan. Selain itu,

penasihat Siddharta *Consulting* juga membantu klien dalam meningkatkan efisiensi performa perusahaannya.

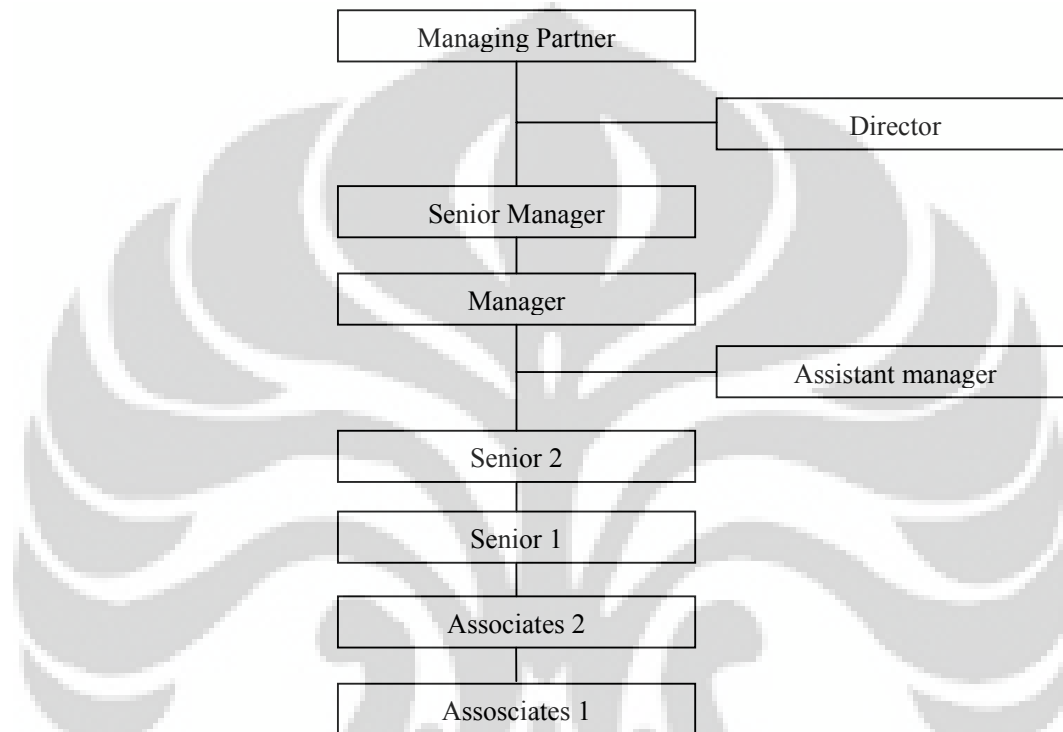
3.1.3 Sektor Industri pada KAP Siddharta Siddharta & Widjaja

KAP Siddharta Siddharta & Widjaja membagi sektor pasar menjadi 16 grup industri berbeda agar jasa yang diberikan memiliki dampak yang maksimal. Pembagian sektor pasar tersebut adalah:

- 1 *Automotive*
- 2 *Building, Contruction & Real Estate*
- 3 *Chemicals*
- 4 *Communications & Media*
- 5 *Diversified Industrials*
- 6 *Electronics, Software & Services*
- 7 *Energy & Natural Resources*
- 8 *Financial Services*
- 9 *Food, Drink & Consumer Goods*
- 10 *Government*
- 11 *Healthcare*
- 12 *Infrastructure*
- 13 *Pharmaceuticals*
- 14 *Private Equity*
- 15 *Retail*
- 16 *Transport*

3.1.4 Struktur Organisasi KAP Siddharta Siddharta & Widjaja

Berikut merupakan gambaran secara singkat mengenai struktur organisasi divisi audit mengenai jabatan dan kegiatan yang dilakukan di KAP Siddharta Siddharta & Widjaja:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi KAP Siddharta Siddharta & Widjaja

Sumber : Dokumentasi KAP Siddharta Siddharta & Widjaja yang telah diolah kembali

3.2 Perusahaan Klien (PT A)

3.2.1 Profil Perusahaan Klien (PT A)

PT A berdiri pada tahun 2000 dan memulai aktifitas bisnis periklanan pada tahun 2001 dengan lingkup bisnis yang bergerak di bidang periklanan dan jasa komunikasi, promosi, dan desain grafis. PT A merupakan entitas kecil dengan rata-rata jumlah karyawan 60 pada tahun 2009. PT A berlokasi di Jakarta.

Visi dan misi perusahaan adalah :

1. Agensi jaringan dari Asia yang menyediakan solusi komunikasi pemasaran strategis dengan kualitas pelayanan kepada klien perusahaan dengan hati dan pikiran yang penuh semangat.
2. Agensi yang memiliki peningkatan keahlian secara global dan sumber daya manusia yang terampil.
3. Gabungan agensi yang melayani cakupan klien yang luas, baik internasional maupun lokal.

PT A merupakan perusahaan yang bergerak di jasa periklanan dengan memberikan kepada kliennya pemikiran mengenai rencana strategis, konsep dan program-program kreatif serta media iklan dari suatu produk. Selain itu, PT A juga dapat berperan sebagai agen yang melaksanakan program periklanan yang telah disetujui klien, seperti pemasangan iklan pada media, pelaksanaan kegiatan promosi, dan lain-lain.

PT A sebagai suatu agensi periklanan *full-service* memberikan jasa periklanan secara lengkap, yang meliputi:

1. Jasa konsultasi periklanan, seperti:
 - a. Ide mengenai rencana promosi dan periklanan
 - b. Ide mengenai strategi media
 - c. Ide mengenai pengembangan produk dan bisnis klien, meliputi bagian pemasarannya.
2. Jasa kreatif periklanan, seperti:
 - a. Pengembangan konsep kreatif
 - b. Pemikiran mengenai layout desain
 - c. Pemikiran kreatif mengenai kampanye promosi dan periklanan
3. Jasa media periklanan, seperti:
 - a. Perencanaan media
 - b. Pembelian media
 - c. Pengawasan terhadap proses media

3.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Klien (PT A)

Bagan organisasi dalam PT A dibagi-bagi sesuai fungsi yang dilayaninya, fungsi-fungsi tersebut adalah:

1. *Client Service Department*

Departemen ini memiliki fungsi untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh permasalahan pekerjaan atas suatu klien yang sedang dikerjakan oleh perusahaan agar berjalan sesuai rencana. Fungsi ini bertanggung jawab untuk menjaga hubungan klien dengan perusahaan. Terdapat beberapa bagian penting dalam departemen ini, yaitu:

a. *Senior Account Director*

Memiliki fungsi sebagai penghubung antara perusahaan dengan kliennya, dan juga bertanggung jawab untuk mengawasi standar kualitas pekerjaan yang akan diserahkan kepada klien.

b. *New business development*

Memiliki fungsi yang bertugas dalam melaksanakan pencarian klien baru

c. *Account planner*

Berperan dalam mengembangkan kampanye iklan untuk berbagai produk dan layanan, dan bertindak sebagai suara konsumen dalam perusahaan

2. *Creative Service Department*

Departemen yang bertanggung jawab atas konseptualisasi dan penciptaan materi iklan, baik iklan dalam media cetak maupun media seperti radio dan televisi.

a. *Traffic*

Bertugas membantu administrasi pekerjaan antara *creative service department* dan *client service department*. Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mengelola pekerjaan tim kreatif, produksi, dan studio agar pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu,

dan mengurus penyimpanan (*filing*) materi iklan setiap klien perusahaan.

b. *Production*

Tanpa departemen produksi, iklan yang dibuat oleh *copywriter* dan *art director* tidak akan lebih dari sekedar kata-kata dan gambar dalam kertas. Departemen produksi bertugas untuk mengawasi dan memastikan produksi iklan cetak dan bahan promosi, pembuatan film iklan, dan rekaman untuk iklan radio telah selesai tepat waktu. Mereka bertanggung jawab sebagai penghubung antara perusahaan dengan vendor eksternal, seperti *production house*¹.

c. *Copy*

Copywriter adalah orang yang bertugas dalam pembuatan dan pengeditan *copy* iklan. Mereka berkolaborasi dengan *art director* dalam hal konseptualisasi kampanye iklan dan pengembangan ide-ide untuk periklanan.

d. *Art*

Art director adalah orang yang bertugas dalam pembuatan *layout* iklan, dan juga merekomendasikan strategi untuk kampanye iklan. Mereka sering bekerja dengan *copywriter* untuk mengembangkan isi iklan, baik visual maupun verbal. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab untuk mengawasi kampanye iklan dari awal hingga produksi akhir (*finishing*).

e. *Graphic designer*

Bertanggung jawab dalam menghasilkan solusi untuk mengomunikasikan pesan-pesan klien dengan dampak visual yang tinggi. Mereka mengembangkan ide-ide kreatif dan konsep memilih media yang tepat untuk memenuhi tujuan klien.

¹ Perusahaan yang bergerak di bidang jasa produksi/pembuatan kreatif suatu iklan.

3. *IT Department*

Bertanggung jawab dalam bekerja pada program-program pengembangan IT yang akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya dan melayani kliennya.

4. *Media Department*

Departemen yang mempersiapkan perencanaan dan melaksanakan pemasangan material iklan di berbagai media. Bagian-bagian penting dalam departemen ini adalah:

a. *Media planner*

Orang yang membuat media estimasi (*media estimate*) atas produk suatu klien di berbagai media dan melakukan pemeriksaan secara rutin, serta melakukan revisi apabila diperlukan.

b. *Media buyer*

Orang yang melakukan pembelian ruang (*space*) di berbagai media untuk penempatan materi iklan.

c. *Dispatcher*

Pekerjaan mereka adalah untuk mempersiapkan sebuah laporan rinci tentang hampir semua kegiatan yang terjadi selama *shift* mereka. Mereka menggunakan sistem computer untuk melaksanakan tugas-tugas mereka.

5. *Finance Department*

Departemen yang berfungsi dalam mengelola keuangan perusahaan. Departemen ini terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

a. *Finance*

Bertugas untuk menagih pembayaran kepada klien atas biaya pemasangan media atau produksi materi iklan dan tagihan lainnya. Selain itu, berfungsi untuk menyiapkan pembayaran kepada pihak ketiga atas jasa yang dilakukan oleh perusahaan, serta melakukan tugas keuangan lainnya, seperti gaji dan lain-lain.

b. Accounting

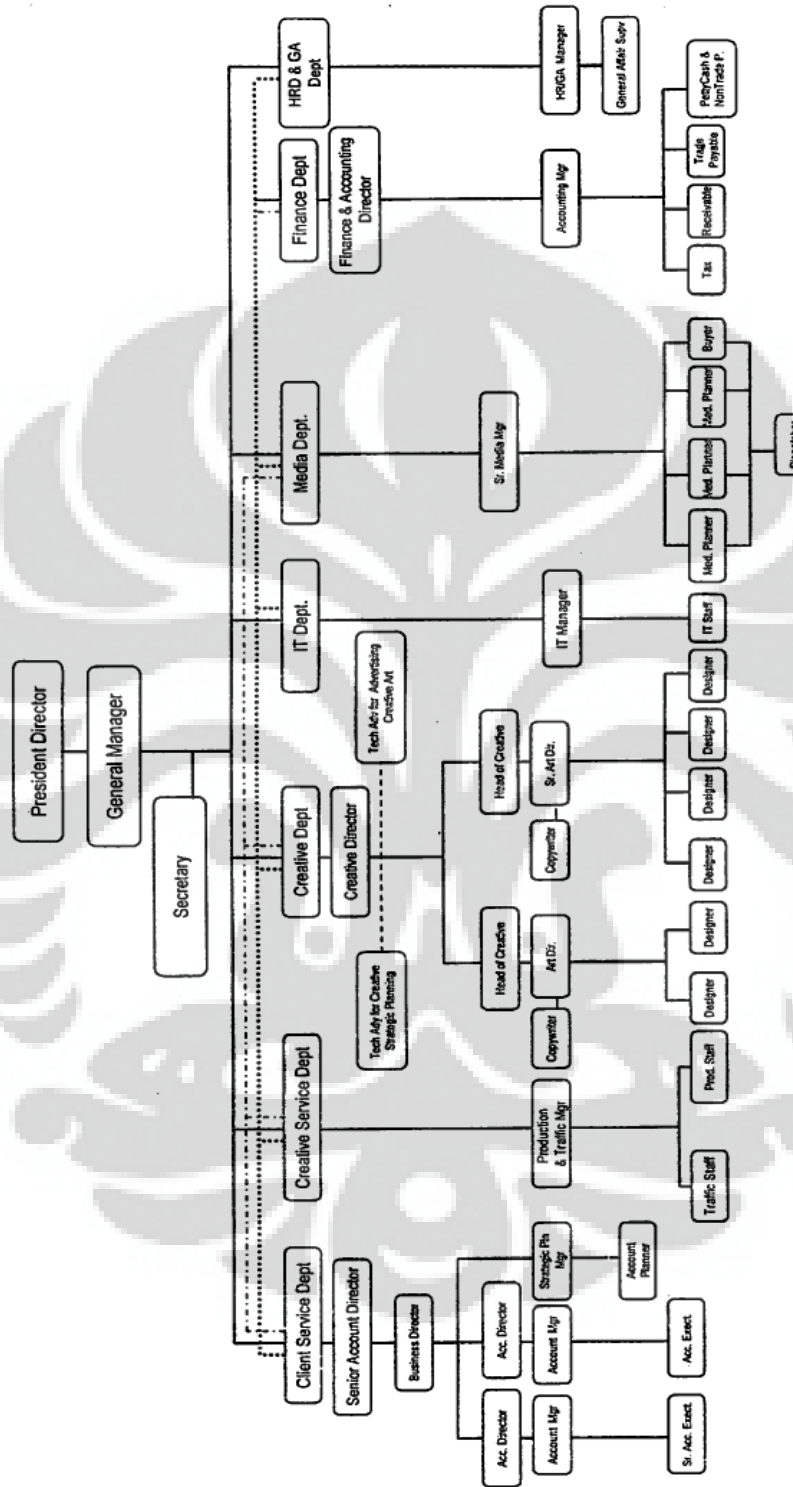
Bertugas menyelenggarakan pembukuan dan menyusun laporan keuangan perusahaan

c. Cost accounting

Bertugas dalam menyiapkan pembukuan biaya produksi, menyiapkan tagihan produksi, dan mengevaluasi biaya produksi.

6. *HRD & GA Department*

HRD Bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia pada PT A, seperti perekrutan pekerja atau pemberhentian karyawan. Sedangkan, GA bertugas untuk membantu dan memperlancar pekerjaan suatu departemen dalam urusan administrasi manajemen, seperti pengarsipan, pengetikan, dan lain-lain. Selain itu, GA juga bertugas untuk mengatur sarana transportasi untuk keperluan perusahaan.



Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT A

Sumber: Do Sumber: Dokumentasi KAP CS yang telah diolah kembali ah diolah kembali

BAB 4

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Bab ini berisikan pembahasan mengenai siklus pendapatan dan piutang yang terjadi di departemen media maupun departemen produksi PT A. Selain itu, dibahas juga mengenai perlakuan akuntansi atas pendapatan dan piutang PT A dari kuartal kedua tahun 2011, disaat penulis melakukan program magang.

Pendapatan PT A berasal dari kegiatan media, kegiatan produksi, dan pendapatan lain-lain. Namun, sumber utama pendapatan PT A berasal dari departemen media dan departemen produksi.

Pendapatan yang diperoleh PT A dari kegiatan media dan kegiatan produksi merupakan jumlah penagihan (*billing*) dari ketiga jasa *full service* yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan kegiatan usahanya, pendapatan untuk PT A dikelompokkan dalam tiga kategori:

1. Komisi dari jasa penempatan media baik pada media cetak, seperti surat kabar dan majalah atau media elektronik, seperti radio, televisi, dan iklan bioskop
2. Komisi dari jasa *outside production* yaitu produksi yang sebagian besar disubkontrakkan kepada pihak ketiga
3. Penjualan atas jasa kreatif pada *in-house production*, seperti desain *layout* iklan.

4.1 Alur Pendapatan dan Piutang PT A

Sebagian besar, klien PT A di Indonesia berasal dari PT A di Jepang dan Singapura yang berpartisipasi pada suatu *pitching event*¹ yang diadakan oleh klien tersebut. Selanjutnya, setelah klien setuju untuk menggunakan jasa PT A, klien akan mengajukan permintaan kerja (*job request*) kepada bagian pelayanan klien (*client service department*) PT A. Oleh bagian pelayanan klien, permintaan kerja

¹ Istilah yang biasa dipakai dalam industri periklanan yang merupakan mekanisme proses penyeleksian untuk sebuah karya desain agar dapat dipilih oleh perusahaan yang akan membeli desain mereka.

tersebut akan diberikan kepada *traffic department* untuk diberi nomor urut. Setelah itu, bagian pelayanan klien akan menyerahkan pekerjaan ke departemen media atau departemen produksi tergantung pengklasifikasian permintaan kerja klien. Berikut pembahasan mengenai kegiatan usaha pada masing-masing departemen.

4.1.1 Alur Pendapatan dan Piutang Departemen Media

Departemen media adalah bagian dalam perusahaan yang mempersiapkan perencanaan media dan melaksanakan pemasangan material iklan di berbagai media. Pada departemen media, proses pengakuan pendapatan dan piutang dimulai dengan perencanaan media, pembelian media, dan penempatan media media.

Pada perencanaan media, perencana media² (*media planner*) menyiapkan media estimasi (*media estimate*) yang harus ditinjau oleh manajer media dan disetujui oleh klien. Media estimasi adalah jadwal pemasangan iklan dan media yang digunakan serta perkiraan biaya penempatannya berdasarkan proyek media tersebut. Media estimasi akan dibuat rangkap tiga yang masing-masing akan dipegang oleh klien, bagian keuangan, dan departemen media.

Berdasarkan media estimasi yang telah disetujui oleh klien, pembeli media³ (*media buyer*) akan menyiapkan pesanan media (*media order*) untuk pembelian ruang pada media. Pesanan media harus disetujui oleh manajer media dan direktur media kepada *media house*⁴ beserta materi iklan berupa rekaman untuk radio, *positive film/color separation*⁵ untuk media cetak, dan kaset video untuk media TV.

Apabila terjadi kesalahan, pembeli media dapat melakukan revisi atas pesanan media dan membatalkan pembelian media berdasarkan persetujuan klien, manajer media, dan direktur media. Apabila terjadi revisi berulang, maka pembeli

² Bagian perusahaan yang bertanggung jawab dalam memilih media untuk penempatan iklan atas nama klien mereka.

³ Bagian dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk membeli ruang dan waktu pada media untuk penempatan iklan yang telah diestimasi.

⁴ Pihak yang menyediakan sarana pemasangan iklan, seperti koran, majalah, radio, dan TV.

⁵ Proses pewarnaan materi iklan cetak

media dapat melakukan pembatalan pesanan media dengan prosedur yang sama seperti sebelumnya. Oleh karena itu, perusahaan biasanya mengirimkan email atau konfirmasi kepada klien sebelum menyelesaikan secara final pesanan media tersebut. Setiap pesanan media diberi nomor urut sehingga tidak ada revisi pesanan media dengan nomor yang sama. Secara garis besar, gambaran alur kegiatan media PT A dapat dilihat pada Lampiran 1.

Tagihan dari media radio dan televisi biasanya datang pada akhir bulan untuk pemasangan bulan yang bersangkutan. Setelah pesanan media dieksekusi oleh *media house*, pihak *media house* akan mengirimkan faktur (*invoice*) dan bukti seperti catatan harian (*log proof*)⁶ yang merinci tanggal dan waktu siar iklan pada media televisi.

Sementara, untuk media cetak, tagihan diterima pada setiap penerbitan berupa faktur dan tiga foto kopi surat kabar atau majalah sebagai dokumen pada bagian penyimpanan file media, bagian keuangan, dan bagian pemasaran dalam PT A.

Setiap faktur dan bukti iklan yang diterima dari *media house* akan diperiksa kesesuaiannya oleh pembeli media terhadap pesanan media. Jika cocok dan tidak ada kesalahan, bagian administrasi media akan menyiapkan faktur untuk klien yang ditandatangani oleh direktur media. Pembuatan faktur ini sudah terkomputerisasi yaitu dengan memasukkan data faktur dari *media house* untuk membuat faktur untuk klien PT A (*client invoice*).

Selanjutnya, faktur dari *media house* dan faktur untuk klien dikirim ke departemen keuangan. Faktur dari *media house* ditangani oleh bagian *account payable*, sedangkan faktur penagihan terhadap klien perusahaan akan dikirimkan ke bagian *account receivable* untuk dibuatkan faktur pajak. Kemudian staf keuangan akan menginput jurnal (*billing and cost of billing*) dan memastikan jumlahnya telah cocok dengan faktur media dan media estimasi. Jurnal tersebut akan diperiksa oleh manajer keuangan setiap akhir bulannya. Setelah itu, faktur tersebut akan diserahkan kepada manajer keuangan dan direktur keuangan untuk mendapat persetujuan dan kemudian dikirimkan kepada klien.

⁶ Catatan harian mengenai rincian iklan yang ditempatkan pada media tersebut.

Penagihan kepada klien disertai dengan lampiran bukti pemasangan iklan dan foto kopi faktur media. Jangka waktu pembayaran adalah 30 hari dari tanggal faktur media. Apabila pembayaran tidak dilakukan oleh klien sampai batas waktu yang ditentukan, maka PT A akan mengenakan denda sebesar 2.5% atas faktur yang belum dibayar.

PT A memiliki kebijakan bahwa klien akan ditagih dan pembayaran diharapkan dapat dilakukan sebelum PT A melunasi pembayaran terhadap *media house* atau paling lama sampai dengan batas waktu yang diberikan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar kemungkinan besar PT A memperoleh pembayaran piutang dari klien lebih dulu sebelum membayar hutang kepada *media house*.

4.1.2 Alur Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi

Kegiatan produksi pada suatu perusahaan periklanan adalah pembuatan materi iklan yang dilakukan oleh *creative department* berdasarkan materi/pesanan klien. Kegiatan produksi perusahaan dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *inhouse production* dan *outside production*. *Inhouse production* merupakan jasa kreatif perusahaan, seperti desain *layout*, *finished artwork*⁷, *copy writing*, dan *art material*. Sedangkan *outside production* merupakan jasa produksi yang sebagian besar disubkontrakkan kepada pihak ketiga, seperti fotografi dan *color separation*.

Pertama-tama, klien akan melakukan pemesanan dan memberikan penjelasan mengenai suatu produk yang akan diiklankan kepada perusahaan. Penjelasan dari klien tersebut akan diolah menjadi suatu *creative brief/media brief*⁸ sebagai petunjuk dan arahan bagi *creative director*, *copywriter*, dan *art director* dalam pembuatan materi/pelaksanaan kreatif suatu iklan.

Selanjutnya, staf produksi akan menyiapkan *production estimate*⁹ yang akan diperiksa bagian akuntansi biaya sebelum diajukan ke klien. *Production estimate* tersebut harus mendapat persetujuan dari *creative service manager* dan klien. Setelah mendapat persetujuan, dibuat tiga rangkap *production estimate* yang

⁷ Rancangan materi iklan yang sudah selesai dan tinggal menunggu proses pewarnaan

⁸ Gambaran mengenai produk yang akan diiklankan dan/atau konsep suatu produk

⁹ Taksiran atas biaya produksi materi iklan, baik biaya untuk *in-house production* maupun untuk pekerjaan yang disubkontrakkan kepada pemasok.

masing-masing akan diberikan kepada klien, bagian keuangan, dan departemen produksi sebagai dasar untuk melakukan kegiatan produksi iklan.

Pembuatan *production estimate* dapat dilakukan secara keseluruhan setelah semua proses pembuatan materi iklan telah selesai atau secara terpisah-pisah sesuai dengan proses tahapan produksi tergantung kesepakatan yang dilakukan dengan klien.

Apabila dilakukan secara keseluruhan, maka proses pembayaran dilakukan dengan pembayaran uang muka saat perjanjian kontrak antara perusahaan dengan klien dan sisa pembayaran akan dilakukan di akhir setelah proses produksi selesai sepenuhnya. Sedangkan apabila dilakukan secara terpisah-pisah sesuai tahapan proses produksi, pembayaran akan dilakukan setelah tiap tahapan-tahapan produksi tersebut selesai. Proses pembayaran secara terpisah-pisah sesuai tahapan produksi yang telah selesai akan lebih menguntungkan perusahaan dari segi likuiditas.

Materi iklan berupa *layout*¹⁰ yang telah mendapat persetujuan klien akan dikirimkan ke bagian studio untuk dibuat *finished artwork*. Setelah itu, bagian produksi akan melakukan subkontrak terhadap pihak ketiga untuk dibuatkan *film/color separation* untuk produk iklan media cetak. Dari *script*¹¹ dibuat rekamannya di *audio production house* untuk iklan radio, dan dari *storyboard*¹² dibuat produksi iklan untuk iklan televisi.

Departemen produksi akan menandatangani *Goods Receipt Note* (GRN) atau *Delivery Order* (DO) untuk setiap penerimaan barang dari pemasok atau pihak ketiga tersebut. Hasil akhir dari produk iklan tersebut akan dipresentasikan kepada klien untuk mendapat persetujuan klien. Apabila telah mendapat persetujuan, maka iklan akan ditempatkan pada media iklan yang telah disepakati bersama sebelumnya oleh departemen media. Secara garis besar, gambaran alur kegiatan produksi PT A dapat dilihat pada Lampiran 2.

¹⁰ Rancangan dasar materi kreatif iklan

¹¹ Naskah untuk pembuatan iklan di radio

¹² Suatu set gambar yang digunakan untuk menunjukkan urutan dari suatu ide iklan TV atau bioskop

Departemen produksi kemudian menginformasikan kepada *traffic sub-department* bahwa pekerjaan telah mendapat persetujuan klien. *Traffic sub-department* kemudian akan membuat *traffic report*¹³ yang akan dikirimkan ke bagian keuangan.

Berdasarkan *production estimate* dan *traffic report*, staf keuangan akan membuat faktur yang harus ditinjau oleh manajer keuangan terlebih dulu dan disetujui oleh *finance director*. Pada umumnya, perusahaan juga melampirkan faktur vendor (*vendor invoice*). Apabila vendor memberikan diskon, perusahaan mengakui diskon tersebut sebagai pengurang biaya.

Jangka waktu pembayaran adalah 30 hari dari tanggal yang tertera pada faktur yang diterima klien. Seperti halnya pada kegiatan media, perusahaan akan mengenakan denda sebesar 2.5% apabila klien belum membayar sampai dengan batas waktu yang ditentukan.

4.2 Pencatatan Pendapatan dan Piutang PT A

PT A memiliki dua bentuk *accounts receivable*, yaitu *accounts receivable trade* dan *accounts receivable media billable*. *Accounts receivable trade* merupakan piutang yang penagihannya sudah dikirimkan kepada klien, sementara *accounts receivable media billable* merupakan akun piutang internal perusahaan yang merepresentasikan *accrued receivable* dimana penagihannya belum dikirimkan kepada klien.

4.2.1 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Media

Pendapatan yang timbul dari kegiatan media merupakan pendapatan yang diakui perusahaan dalam menayangkan iklan di media, baik media cetak maupun media seperti radio dan TV. Perusahaan mengakui pendapatan media ketika iklan sudah ditayangkan.

Media Berikut merupakan kondisi yang mungkin timbul saat pengakuan pendapatan:

¹³ Laporan mengenai pekerjaan produksi yang telah selesai

1. Pada saat perusahaan sudah menerima bukti bahwa iklan telah ditayangkan berupa *log proof* dan faktur dari *media house*, perusahaan akan membuat ayat jurnal sebagai berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	xxx
<i>Media Billing Actual</i>	xxx
<i>VAT Out</i>	xxx

Media Billing Actual merupakan akun yang merepresentasikan penjualan atas jasa penempatan iklan yang telah diselesaikan.

2. Apabila iklan sudah ditayangkan pada media, namun perusahaan belum mendapatkan bukti *log proof* dan faktur dari *media house* sebagai dasar pembuatan faktur kepada klien, perusahaan akan membuat ayat jurnal berikut:

<i>Accounts Receivable Media Billable</i>	xxx
<i>Media Billing Estimate</i>	xxx

Media Billing Estimate merupakan akun perusahaan untuk mencatat estimasi pendapatan yang besar jumlahnya berdasarkan media estimasi.

PT A memiliki catatan rekaman *media house* yang memuat setiap iklan yang ditayangkan oleh *media house* setiap bulannya. Dari catatan rekaman ini, PT A dapat mengetahui kapan suatu iklan akan atau sudah ditayangkan.

Ketika perusahaan sudah menerima bukti *log proof* dan faktur dari *media house*, perusahaan akan membuat jurnal balik sebagai berikut:

<i>Media Billing Estimate</i>	xxx
<i>Media Billing Actual</i>	xxx

Pengakuan *media billing actual* dilakukan untuk menghapus *media billing estimate* yang terjadi di periode yang sama.

3. Terdapat kasus dimana proyek pekerjaan telah selesai, namun klien meminta untuk tidak ditagih di akhir bulan yang bersangkutan. Oleh karena itu, perusahaan ditagih pada periode selanjutnya. Hal ini dikarenakan persetujuan *production cost* yang terlambat. Perusahaan akan membuat ayat jurnal sebagai berikut:

<i>Accrued Income</i>	xxx
<i>Media Billing Actual</i>	xxx

Accrued income merupakan akun temporer untuk kasus ketika pekerjaan telah selesai dikerjakan, namun perusahaan belum mengirimkan faktur atas permintaan klien

Setelah perusahaan telah membuat faktur dan mengirimkan ke klien, maka perusahaan akan membuat ayat jurnal berikut

<i>Accounts Receivable Trade</i>	xxx
<i>Accrued Income</i>	xxx

4.2.2 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi

Pendapatan yang timbul dari kegiatan produksi merupakan pendapatan yang diakui perusahaan dengan menyediakan material iklan untuk klien. PT A mengakui pendapatan pada tahap-tahap produksi yang telah diselesaikan atau pada saat selesainya produksi secara keseluruhan. Besar pendapatan yang diakui sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat sebelumnya.

Terdapat beberapa tipe pendapatan dari kegiatan produksi, yaitu:

1. Pendapatan produksi dari kegiatan pembuatan materi iklan kepada klien, seperti TVC yaitu material iklan untuk media televisi dan *cinema*, *printing*¹⁴, dan *final recording*. Perusahaan mengakui penjualan ketika ada bukti bahwa material iklan sudah diterima oleh klien.

Transaksi tersebut akan dicatat perusahaan dengan ayat jurnal berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	xxx
<i>Production Billing</i>	xxx
<i>VAT Out</i>	xxx

Production Billing merupakan akun penjualan dari kegiatan produksi yang telah selesai diberikan kepada klien.

2. Pendapatan produksi berupa *retainer fees*, yaitu biaya komisi yang diperoleh perusahaan dari setiap kali iklan yang diproduksi perusahaan disiarkan oleh suatu *media house*. Besar biaya komisi sudah ditetapkan jumlahnya (*fixed amount*) kepada perusahaan sebesar jumlah persentase

¹⁴ Pencetakan suatu materi iklan ke dalam suatu bentuk yang siap untuk dipasang di media.

tertentu dari tagihan kotor *supplier* yang telah disepakati bersama. Tingkat persentase yang sering diperoleh perusahaan adalah 12.5%, 15%, dan 17.65%. Transaksi ini akan dicatat perusahaan dengan ayat jurnal berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	xxx
<i>Retainer Fees</i>	xxx
<i>VAT Out</i>	xxx

3. Terdapat kasus dimana suatu proyek produksi yang dikerjakan perusahaan belum selesai, namun klien sudah meminta perusahaan untuk mengirimkan faktur. Dalam hal ini, tidak ada pendapatan yang diakui oleh perusahaan.

Selanjutnya, perusahaan akan mencatat transaksi ini dengan ayat jurnal berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	xxx
<i>Client Pre billing</i>	xxx
<i>VAT Out</i>	xxx

(Jurnal dibuat berdasarkan *production estimate* yang telah disetujui sebelumnya)

Akun ini merupakan akun liabilitas untuk mencatat pendapatan diterima dimuka. Saat ini perusahaan belum mengakui adanya pendapatan karena pekerjaan jasa belum selesai dilakukan.

Ketika proyek tersebut telah selesai, maka pendapatan sudah dapat diakui dengan membuat ayat jurnal berikut:

<i>Client pre billing</i>	xxx
<i>Production Billing</i>	xxx

4.2.3 Pencatatan Pendapatan dan Piutang Lainnya

Merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan selain dari kegiatan media dan produksi, misalnya dari hasil penelitian yang dilakukan perusahaan. Dalam mengiklankan suatu produk, perusahaan perlu mengetahui seperti apa yang diinginkan oleh target pasar mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui kesukaan, ketidaksukaan, keinginan, dan gaya yang

diinginkan oleh target pasar mengenai produk yang diiklankan. Penelitian ini dibebankan kepada klien yang sementara harus dibayar oleh perusahaan. Jurnal untuk mencatat transaksi tersebut adalah sebagai berikut:

<i>Accounts Receivables Trade</i>	xxx
<i>Other Billings</i>	xxx
<i>VAT Out</i>	xxx

Kebanyakan klien membayar piutang tersebut melalui bank. Selanjutnya, bank akan mengirimkan *bank receipt voucher*¹⁵ kepada perusahaan setiap menerima pembayaran dari klien.

Ketika piutang perusahaan telah dibayarkan oleh klien, maka perusahaan akan membuat ayat jurnal sebagai berikut:

<i>Bank</i>	xxx	
		<i>Accounts Receivable Trade</i> xxx

(jurnal dibuat berdasarkan *bank receipt voucher* yang diterima perusahaan dan telah ditinjau oleh manajer keuangan dan mendapat persetujuan *finance director*)

4.3 Pengumpulan Piutang PT A

Berdasarkan tanya jawab yang dilakukan dengan staf keuangan PT A, pengembalian atas piutang oleh klien rata-rata diperoleh selama 45 hari setelah tanggal yang tertera pada faktur.

Tabel 4.1 merupakan gambaran tingkat pengembalian piutang yang diperoleh PT A. Rasio pengembalian piutang PT A pada kuartal pertama tahun 2011 (Q1 2011) adalah 3.33, sedangkan pada kuartal kedua tahun 2011 (Q2 2011) adalah 1.89. Penurunan sebesar 1.44 pada rasio pengembalian piutang menyebabkan jangka waktu pengumpulan piutang menjadi lebih lama, yaitu dari 27 hari di kuartal pertama tahun 2011 menjadi 48 hari pada kuartal kedua tahun 2011. Penambahan hari pengumpulan piutang menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam melakukan penagihan piutang menurun dibandingkan kuartal sebelumnya.

¹⁵ Pergerakan jumlah saldo pada bank setiap harinya

Tabel 4.1 *Accounts receivable turnover* PT A Kuartal Kedua Tahun 2011

Deskripsi	Q2 2011	Q1 2011	Q2 2010
Pendapatan	17,000,000,000	15,000,000,000	7,000,000,000
Piutang	12,000,000,000	6,000,000,000	3,663,000,000
<i>Accounts receivable turnover ratio</i>	1.89	3.33	0.84
<i>Accounts receivable collection days</i>	48	27	103

Sumber: Dokumentasi KAP Siddharta Siddharta & Widjaja yang telah diolah kembali

Tabel 4.2 merupakan gambaran rinci mengenai piutang PT A. Tabel tersebut menunjukkan bahwa peningkatan piutang yang terjadi selama tengah tahun 2011 (lihat perbandingan Q1 2011 dengan Q2 2011) secara signifikan disebabkan oleh peningkatan piutang usaha yang meningkat sebesar 100% (dari Rp 6.000.000.000 menjadi Rp 12.000.000.000). Berdasarkan tanya jawab yang dilakukan dengan staf keuangan PT A, peningkatan piutang disebabkan oleh kenaikan permintaan iklan yang signifikan.

Tabel 4.2 Perbandingan Penyajian Piutang PT A Kuartal Kedua Tahun 2011

Description	Audited Balance	Audited Balance	Audited Balance	Flucs Q2 2011 vs Q1 2011		Flucs Q2 2011 vs Q2 2010	
	Q2 2011	Q1 2011	Q2 2010	Amount	%	Amount	%
Trade Account Receivables							
A/R TRADE	12.000.000.000	6.000.000.000	3.663.000.000	6.000.000.000	100%	8.337.000.000	228%
Total Trade Accounts Receivable	12.000.000.000	6.000.000.000	3.663.000.000	6.000.000.000	100%	8.337.000.000	228%
Other Account Receivables							
A/R OTHERS-OTHER R.G/L	12.000.000	37.000.000	5.745.000	(25.000.000)	-68%	6.255.000	109%
LOANS LOCAL STAFF	431.000.000	425.000.000	456.000.000	6.000.000	1%	(25.000.000)	-5%
Total Other Accounts Receivable	443.000.000	462.000.000	461.745.000	(19.000.000)	-4%	(18.745.000)	-4%
Allowance For Doubtfull Account							
	-	-	-	-	0%	-	0%
	12.443.000.000	6.462.000.000	4.124.745.000	5.981.000.000	93%	8.318.255.000	202%

Sumber: Dokumentasi KAP Siddharta Siddharta & Widjaja yang telah diolah kembali

Selain piutang usaha, dapat dilihat pada tabel bahwa besar piutang PT A pada kuartal kedua tahun 2011 juga dipengaruhi oleh pinjaman karyawan yang mencapai Rp 431 juta dan piutang lain-lain yang mencapai Rp 12 juta.

Piutang tak tertagih (*allowance for doubtful account*) merupakan akun yang menjelaskan mengenai piutang yang tidak dapat ditagih perusahaan terhadap kliennya. Berdasarkan tabel 4.2, PT A tidak memiliki piutang tak tertagih selama kuartal kedua di tahun 2011, bahkan saat di tahun 2010. Hal ini dikarenakan para klien selama ini menyelesaikan utangnya pada PT A tepat pada waktunya.

4.4 Analisis Akuntansi atas Pendapatan dan piutang PT A

4.4.1 Analisis Pengakuan Pendapatan PT A

PT A merupakan agensi periklanan *full service* dimana kegiatan usaha perusahaan tidak hanya melakukan penempatan media atas produk iklan klien, tetapi juga melakukan kegiatan produksi materi iklan atas suatu produk. PT A mengakui pendapatan dari kegiatan penempatan media setelah menerima bukti konfirmasi, seperti *log proof* untuk media televisi dari *media house* bahwa iklan telah ditayangkan. Sedangkan untuk kegiatan produksi, perusahaan mengakui pendapatan setelah menyelesaikan proses produksi dan perusahaan sudah menerima konfirmasi bahwa material iklan sudah berada di tangan klien. Hal ini sesuai dengan pernyataan PSAK 23 paragraf 21 dimana pendapatan diakui ketika ada kemungkinan besar bahwa manfaat ekonomis akan mengalir masuk ke perusahaan dan manfaat tersebut dapat diukur dengan handal. Ketika ada bukti bahwa iklan telah ditayangkan atau material iklan sudah diberikan kepada klien, perusahaan tidak lagi mengelola atau melakukan pengendalian efektif atas barang yang dijual.

Untuk kegiatan produksi, pendapatan dapat diakui dengan dua cara, yaitu setelah keseluruhan jasa telah diberikan perusahaan kepada klien atau secara bertahap sesuai tahapan proses produksi bergantung pada kesepakatan antara perusahaan dan klien. Hal ini sesuai dengan PSAK 23 paragraf 3 yang menyatakan bahwa penjualan jasa biasanya menyangkut pelaksanaan tugas yang telah disepakati secara kontraktual untuk dilaksanakan selama suatu periode. Jasa tersebut dapat diserahkan dalam satu periode atau lebih dari satu periode.

Pengakuan pendapatan secara bertahap akan ditentukan dengan menggunakan metode persentase penyelesaian sesuai dengan PSAK 23 paragraf 20 dimana pendapatan dapat diakui dengan mengacu pada tingkat penyelesaian dari suatu transaksi.

Pendapatan perusahaan berupa komisi dari kegiatan media diakui ketika iklan sudah ditayangkan, sedangkan komisi kegiatan produksi diakui saat tahapan proses produksi atau saat keseluruhan produksi selesai tergantung perjanjian antara klien dan perusahaan yang telah disetujui sebelumnya.

Pengakuan pendapatan komisi perusahaan sudah tepat sesuai dengan lampiran PSAK 23 yang menyatakan bahwa untuk komisi media diakui ketika iklan atau komersial terkait muncul sebelum dipublikasikan, sedangkan komisi produksi diakui dengan mengacu pada tingkat penyelesaian proyek.

4.4.2 Analisis Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Media

Untuk pengakuan pendapatan media, ketika iklan sudah ditayangkan namun klien belum bisa ditagih dikarenakan masalah kelengkapan dokumen, perusahaan akan mencatat dengan akun *Accounts Receivables Media Billable*. Ketika dokumen sudah lengkap dan faktur sudah ditagih kepada klien, penulis menyarankan perusahaan mencatat jurnal balik sebagai berikut agar lebih mudah dipahami dan memberikan gambaran yang lebih jelas:

<i>Accounts Receivables Trade</i>	xxx	
<i>Media Billing Estimate</i>	xxx	
<i>Media Billing Actual</i>		xxx
<i>Accounts Receivables Media Billable</i>		xxx
<i>VAT Out</i>		xxx

Sebagai ilustrasi, diestimasikan biaya penempatan iklan sebesar Rp 75. Ketika iklan sudah ditayangkan, namun perusahaan belum menerima bukti konfirmasi dari *media house*, perusahaan akan membuat jurnal sebagai berikut:

<i>Accounts Receivable Media Billable</i>	75	
<i>Media Billing Estimate</i>		75

Setelah perusahaan menerima bukti konfirmasi iklan, dan ternyata biaya untuk pemasangan iklan yang bersangkutan sebesar Rp 100, maka perusahaan akan membuat jurnal sebagai berikut:

<i>Accounts Receivables Trade</i>	<i>110</i>
<i>Media Billing Estimate</i>	<i>75</i>
<i>Media Billing Actual</i>	<i>100</i>
<i>Accounts Receivables Media Billable</i>	<i>75</i>
<i>VAT Out</i>	<i>10</i>

Accrued income merepresentasikan akun temporer untuk kasus saat dimana perusahaan tidak mau ditagih ketika pekerjaan jasa sudah selesai. Oleh karena itu, klien akan ditagih pada periode berikutnya. Saat ini perusahaan sudah mengakui pendapatan namun karena penagihan belum dilakukan kepada klien, perusahaan mencatat kejadian berikut dengan akun *accrued income* sebagai pencatatan pendapatan yang akan ditagih.

Penulis menyarankan perusahaan untuk mencatat PPN keluaran pada transaksi tersebut sebagai tanda bahwa pendapatan sudah diakui karena pekerjaan telah selesai. Sebagai ilustrasi, biaya untuk jasa penempatan media adalah sebesar Rp 100, namun klien meminta untuk tidak ditagih pada periode tersebut. Perusahaan akan membuat ayat jurnal sebagai berikut:

<i>Accrued Income</i>	<i>110</i>
<i>Media Billing Actual</i>	<i>100</i>
<i>VAT Out</i>	<i>10</i>

Selanjutnya, setelah faktur dikirimkan kepada klien, perusahaan membuat jurnal sebagai berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	<i>110</i>
<i>Accrued Income</i>	<i>110</i>

4.4.3 Analisis Pencatatan Pendapatan dan Piutang Departemen Produksi

Ketika klien perusahaan meminta untuk ditagih walaupun pekerjaan belum selesai, perusahaan mencatat transaksi tersebut dengan akun *client pre billing*. Menurut penulis, seharusnya perusahaan tidak mencatat akun PPN keluaran untuk transaksi ini karena belum ada pendapatan yang diakui dan tidak ada kas yang diterima. Namun, jumlah pada *client pre billing* sudah harus mencerminkan biaya kegiatan produksi termasuk PPN keluarannya.

Sebagai ilustrasi, diestimasikan besar biaya untuk kegiatan produksi pembuatan *color separation* untuk iklan sebesar Rp 100. Sebelum proses pekerjaan selesai, klien sudah meminta perusahaan untuk mengirimkan faktur penagihan. Perusahaan sebaiknya mencatat transaksi tersebut sebagai berikut:

<i>Accounts Receivable Trade</i>	110
<i>Client Pre Billing</i>	110

Setelah proses pekerjaan selesai, perusahaan sudah bisa mengakui pendapatan dan membuat jurnal sebagai berikut:

<i>Client Pre Billing</i>	110
<i>Production Billing</i>	100
<i>Vat out</i>	10

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Piutang pada PT A diklasifikasikan menjadi dua bagian: piutang usaha yang penagihannya sudah dikirimkan kepada klien (*accounts receivables trade*) dan piutang yang belum ditagihkan kepada klien (*unbilled receivables*). Piutang usaha pada PT A merupakan piutang yang muncul karena adanya pemberian jasa dari kegiatan media, kegiatan produksi, komisi kegiatan media atau produksi, dan hasil penelitian yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui seperti apa yang diinginkan oleh target pasar mereka. Sedangkan, piutang yang belum ditagihkan kepada klien merupakan akun internal perusahaan yang merepresentasikan *accrued receivable* dimana jasa telah selesai dilakukan, namun faktur belum ditagihkan kepada klien dikarenakan masalah kelengkapan dokumen.

Pendapatan PT A bersumber dari dua sumber utama, yaitu kegiatan media dan kegiatan produksi. Selain itu, terdapat juga pendapatan yang berasal dari komisi kegiatan media atau produksi dan pendapatan lain-lain seperti dari hasil penelitian yang dilakukan perusahaan. Perusahaan mengakui pendapatan ketika sudah menerima bukti konfirmasi bahwa iklan telah ditayangkan pada media.

Secara keseluruhan, kontrol internal PT A berjalan dengan baik karena terdapat pemisahan tugas dan hasil pekerjaan telah ditinjau terlebih dahulu oleh *finance director* dan *finance manager*. Dokumentasi PT A tersusun dan terorganisir dengan baik. Semua dokumen-dokumen yang penting telah didokumentasikan dan tersusun dengan rapi dan diberikan nomor urut sehingga memudahkan proses pencarian bukti-bukti dokumen yang diperlukan.

Secara garis besar, PT A telah melakukan pencatatan dan memiliki prosedur penyajian akun pendapatan dan piutang sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia.

5.2 **Saran**

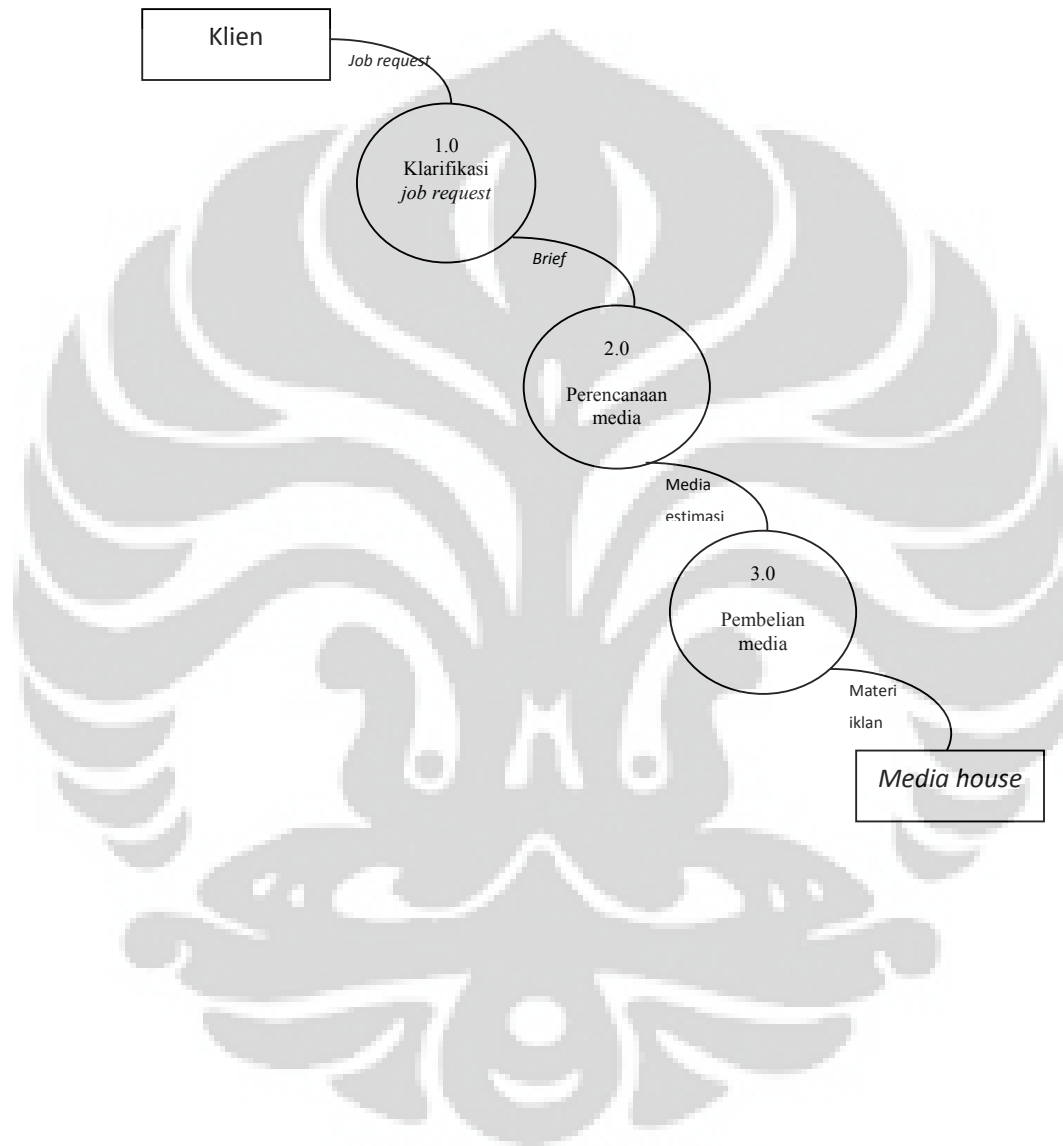
Penulis mengajukan saran kepada PT A sebagai bahan analisis dan pembahasan dari laporan ini. Penulis menyarankan PT A untuk mengkaji ulang kebijakan piutang perusahaan yang menerapkan denda pada piutang yang belum dibayar melebihi dari 30 hari setelah tanggal yang tertera pada faktur menjadi 45 hari setelah tanggal yang tertera pada faktur, mengingat banyak klien perusahaan yang secara rata-rata melunasi piutangnya dalam waktu 45 hari. Hal ini dapat meningkatkan kerja sama antara perusahaan dengan klien perusahaan.



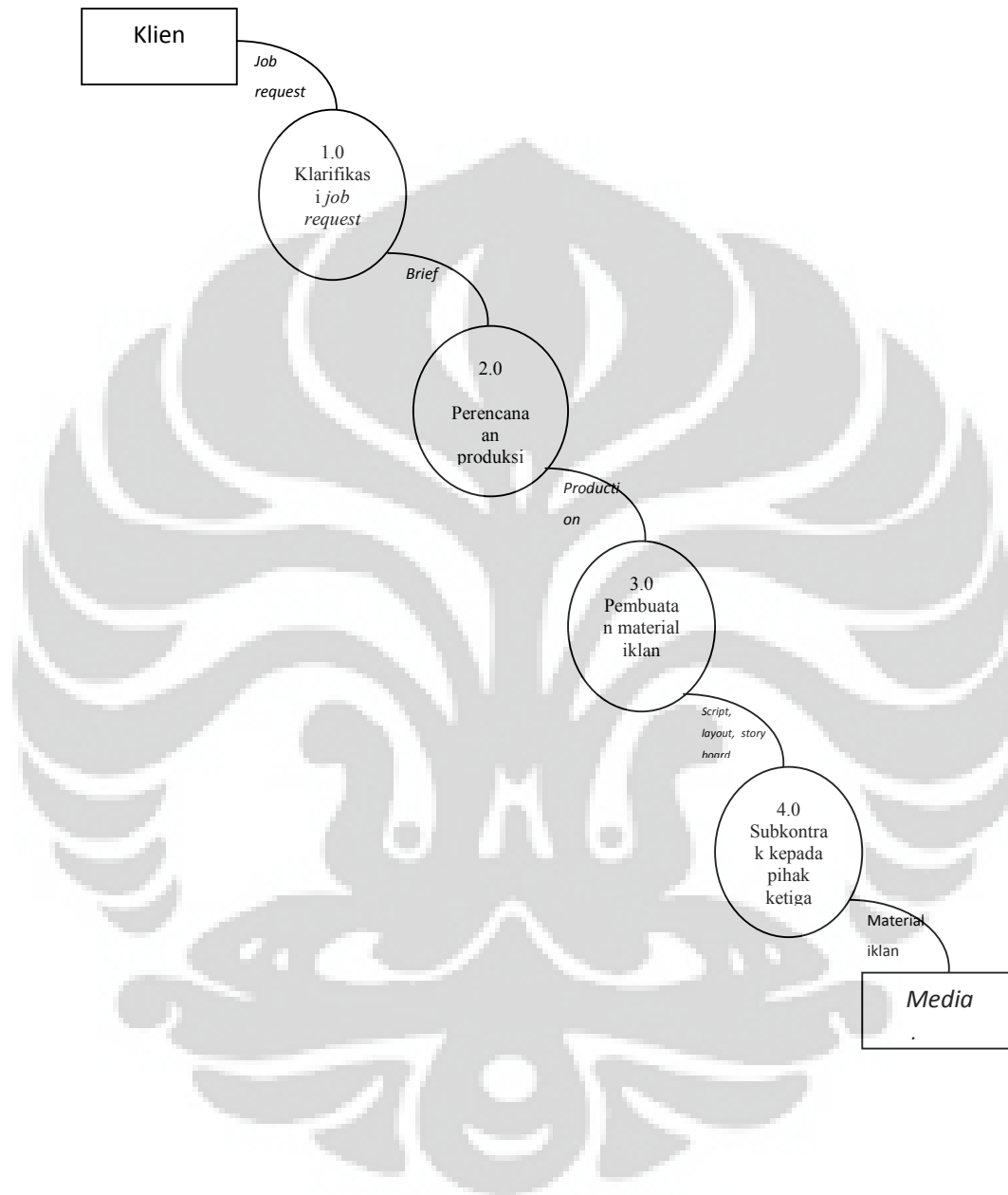
Daftar Referensi

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 Revisi 2009*. Jakarta: IAI.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2010). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.23 Revisi 2010*. Jakarta: IAI.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2006). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.50 Revisi 2006*. Jakarta: IAI.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2006). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.55 Revisi 2006*. Jakarta: IAI.
- Kieso, D. E., Weygandt, J., and Warfield, T. D. (2011). *Intermediate Accounting IFRS Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- KPMG. (n.d.). October 20, 2011.
<http://kpmg.com/id/en/whatwedo/Pages/default.aspx>
- KPMG. (2010). *Test of Design and Implementation of Revenue and Collection Cycle*. Jakarta: KPMG
- Laboratorium Akuntansi FEUI. *Lab Komputer Sistem Informasi Akuntansi DFD, Flowchart, dan MYOB*. Depok: FEUI

Lampiran 1: Arus Kegiatan Usaha PT A Departemen Media



Lampiran 2: Arus Kegiatan Usaha PT A Departemen Produksi



Lampiran 3: Contoh Media Estimasi

MEDIA ESTIMATE

GRAND : Product X
 CLIENT : PTX
 NR : 051136 N VIII 11 Date 04/08 11

MEDIUM	SPACE SIZE	UNIT COST	FREQ	TOTAL COST	%	DISC	INSERTION DATE
NEWS PAPER:							
<u>JAKARTA</u>							
SUARA PEMBERANUAN	4 Cool*270*15.000	16.200.000	1X	16.200.000	20,00	3.240.000	06
SUARA PEMBERANUAN	4 Cool*270*15.000	16.200.000	1X	16.200.000	20,00	3.240.000	15
SUARA PEMBERANUAN	4 Cool*270*15.000	16.200.000	1X	16.200.000	20,00	3.240.000	22
SUARA PEMBERANUAN	4 Cool*270*15.000	16.200.000	1X	16.200.000	20,00	3.240.000	28
SUARA PEMBERANUAN	4 Cool*270*15.000	16.200.000	1X	16.200.000	20,00	3.240.000	29
<u>LAMPUNG</u>							
LAMPUNG POS	3 Cool*270*2.000	1.620.000	1X	1.620.000	40,00	648.000	05
<u>SEMARANG</u>							
SUARA MERDEKA	4 Cool*270*7.500	8.100.000	1X	8.100.000	30,00	2.430.000	15
<u>BANJARMASIN</u>							
BANJARMASIN POS	4 Cool*270*6.000	6.480.000	1X	6.480.000	30,00	1.944.000	22
<u>PONTIANAK</u>							
PONTIANAK POST	4 Cool*270*5.000	5.400.000	1X	5.400.000	30,00	1.620.000	29
	TOTAL			102.600.000		22.842.000	
	TOTAL DISCOUNT			22.842.000			
	PAYABLE TO MEDIA			79.758.000			
	AGENCY FEE (15%)			11.963.700			
	ADVERTISING COST			91.721.700			
	VAT (0%)			9.172.170			
	TOTAL ADV. COST			100.893.870			

Universitas Indonesia

Lampiran 4: Contoh Media Invoice

MEDIA INVOICE**PT A**

BANK X CABANG JAKARTA – KUNINGAN Jl. HR Rasuna Said Jakarta Selatan ACCOUNT No xxxxxxxxxxxx

To : PT X
Address : Jl. XXX, Jakarta

Estimate No. 051/136/N/VIII/11

Media Month	Client. PO.	Product	Invoice No.
Aug. 2011	2810	Product X	DD/9/22/VIII/11

Payment:		Gross	%	Discount
Suara Pembaruan	Aug 06 '11	16,200,000	20	3,240,000
Suara Pembaruan	Aug 15 '11	16,200,000	20	3,240,000
Suara Pembaruan	Aug 22 '11	16,200,000	20	3,240,000
Suara Pembaruan	Aug 28 '11	16,200,000	20	3,240,000
Suara Pembaruan	Aug 29 '11	16,200,000	20	3,240,000
Lampung Post	Aug 05 '11	1,620,000	40	648,000
Suara Merdeka	Aug 15 '11	8,100,000	30	2,430,000
Banjarmasin Pos	Aug 22 '11	6,480,000	30	1,944,000
Pontianak Post	Aug 29 '11	5,400,000	30	1,620,000
		102,600,000		22,842,000
Discount		22,842,000		
Payable to Media		79,758,000		
Agency Commission (15%)		11,963,700		
		91,721,700		
VAT (10%)		9,172,170		
Total Amount of this Invoice		100,893,870		

Universitas Indonesia

Lampiran 5: Contoh Production Estimate

PRODUCTION ESTIMATE

Client : PT ABC
 Product : Product ABC
 Media : Color Separation
 Job : JH/No.108/VIII/11
 Date : August, 8, 2011

THE RATES QUOTED ARE CURRENT RATES BUT SINCE MANY SUPPLIERS RESERVE THE RIGHT TO INCREASE RATES DUE TO UNCERTAINTIES OF FUTUTRE PRODUCTION COSTS, WE CANNOT GUARANTEE PRICES FOR MORE THAN ONE MONTH FROM THE DATE OF ISSUE.

CHARGES FOR CREATIVE ORINATION WORK SUCH AS COPY/SCRIPT AND DESIGN/LAYOUT ARE INVARIABLY DIFFICULT TO ESTIMATE IN ADVANCE AS THEY ARE BASED ON THE TIME TAKEN BY INDIVIDUALS TO PRODUCE THE WORK. THEREFORE, THE AMOUNIS SHOWN ON THIS ESTIMATE FOR THOSE FUNCTIONS ARE SUBJECT TO A TOLERANCE OF PLUS OR MINUS TEN PERCENT.

SHOULD CREATIVE WORK BE ALTERED BY A CHANGE IN BRIEF OR CLIENT'S REQUIREMENT, THEN AGENCY RESERVES THE RIGHT TO RENEGOTIATE THIS ESTIMATE.

AGENCY IS NOT TO BE HELD RESPONSIBLE FOR DELAYS OR ADDITIONAL COSTS CAUSED BY STRIKES, FIRES OR OTHER CAUSES BEYOND CONTROL.

THE AGENCY CANNOT ACCEPT FULL FINANCIAL RESPONSIBIITY FOR WORK PERFORMED BY INDEPENDENT SUPPLIERS ALTHOUGH EVERY CARE WILL BE TAKEN TO ENSURE DEADLINES AND QUALITY STANDARTD ARE MET

DESCRIPTION:

Cost of producing 2 duplication of product ABC Color Separation (Full Page Color).

QUOTATIONS:ESTIMATE RECCOMENDATIONS:

Copy/Script	Rp 150,000
Design/Layout	Rp 300,000
Printing	Rp 200,000
Others (Duplication)	Rp 800,000
Artwork	-
Sub Total	Rp 1,450,000
Agency Fee (15%)	Rp 217,500
VAT (10%)	Rp 166,750
Grand Total	Rp 1,834,250

Prepared By:

Checked By:

Client Approval:

Universitas Indonesia

Lampiran 6: Contoh Production Invoice

PRODUCTION INVOICE

PT A

BANK X CABANG JAKARTA – KUNINGAN Jl. HR Rasuna Said Jakarta Selatan ACCOUNT No xxxxxxxxxxxx

PT ABC

Date : 29 August 2011

Estimate JH/No.108/VIII/11

Invoice No.HL/9/002/VIII/11

Client PO No.

Product ABC

Amount

Cost of producing 2 duplication
of product ABC Color Separation

(Full Page Color).	1,450,000
--------------------	-----------

Agency (15%)	217,500
--------------	---------

VAT (10%)	<u>166,750</u>
-----------	----------------

Total Amount of this Invoice	1,834,250
------------------------------	-----------

Universitas Indonesia

Lampiran 7: Laporan Keuangan PT A

BALANCE SHEETS
31 DECEMBER 2010 AND 2009

ASSETS	Notes	2010	2009
		Rp 000	Rp 000
<u>CURRENT ASSETS</u>			
Cash and cash equivalents	2a,3	10,237,409	16,550,597
Short term deposits		-	1,057,973
Trade accounts receivable	4	60,315,129	6,827,236
Other receivables		615,009	462,186
Unbilled receivables	5	-	1,441,793
Work in process		997,910	512,537
Prepaid taxes	13	-	389,753
Prepaid expenses, current portion		<u>276,898</u>	<u>416,492</u>
TOTAL CURRENT ASSETS		<u>72,442,355</u>	<u>27,658,567</u>
<u>NON-CURRENT ASSETS</u>			
Deferred tax assets	2h,13	708,728	511,711
Fixed assets, net book value	2d,6	761,433	936,309
Long-term prepaid rental		1,666,667	-
Other non-current assets		<u>1,214,819</u>	<u>57,250</u>
TOTAL CURRENT ASSETS		<u>4,351,647</u>	<u>1,505,270</u>
TOTAL ASSETS		<u>76,794,002</u>	<u>29,163,837</u>

(lanjutan)

BALANCE SHEETS (Continued)
31 DECEMBER 2010 AND 2009

LIABILITIES AND EQUITY	Notes	2010	2009
		Rp 000	Rp 000
<u>CURRENT LIABILITIES</u>			
Trade accounts payable	7	46,728,505	6,351,787
Other Payables		866,640	170,280
Advances from customer		-	1,132,421
Taxes payable	13	2,230,222	188,713
Accrued expenses		<u>1,953,595</u>	<u>58,291</u>
TOTAL CURRENT LIABILITIES		<u>51,778,962</u>	<u>7,901,492</u>
<u>LONG TERM LIABILITY</u>			
Employee benefits obligation	2f,8	<u>2,615,500</u>	<u>1,867,989</u>
<u>EQUITY</u>			
Share capital at par value of Rp 500,000 per share			
Authorized, fully issued and paid-up -51,400 shares	9	25,700,000	25,700,000
Additional paid-in capital	2g	1,046,954	-
Accumulated deficit		<u>(4,347,414)</u>	<u>(6,305,644)</u>
TOTAL EQUITY		<u>22,399,540</u>	<u>19,394,356</u>
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY		<u>76,794,002</u>	<u>29,163,837</u>

(lanjutan)

STATEMENT OF INCOME
YEARS ENDED 31 DECEMBER 2010 AND 2009

	<u>Notes</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
		Rp 000	Rp 000
REVENUE FROM SERVICES, net	2b,10	145,119,529	49,510,785
COST OF SERVICES	11	<u>(120,927,920)</u>	<u>(34,678,874)</u>
GROSS PROFIT		24,191,609	14,831,911
OPERATING EXPENSES	12	<u>(21,314,334)</u>	<u>(15,154,658)</u>
OPERATING PROFIT (LOSS)		<u>2,877,275</u>	<u>(322,747)</u>
OTHER INCOME (EXPENSES):			
(Loss) gain in foreign exchanges, net	2c	(59,842)	102,193
Interest income		364,510	717,577
Gain on disposal of fixed assets		8,742	205,682
Bank charges		(31,352)	(31,241)
Others - net		<u>117,246</u>	<u>(16,080)</u>
		<u>399,304</u>	<u>978,131</u>
PROFIT BEFORE TAX		3,276,579	655,384
INCOME TAX EXPENSE	2h,13	<u>(1,318,349)</u>	<u>(470,406)</u>
NET PROFIT		<u>1,958,230</u>	<u>184,978</u>

(lanjutan)

STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY
YEARS ENDED 31 DECEMBER 2010 AND 2009

	<u>Share capital</u>	<u>Additional paid-in capital</u>	<u>Accumulated deficit</u>	<u>Total equity</u>
	Rp 000	Rp 000	Rp 000	Rp 000
Balance as of 31 December 2008	25,700,000	145,119,529	(6,490,622)	19,209,378
Net profit for the year			184,978	184,978
Balance as of 31 December 2009	25,700,000	145,119,529	(6,305,644)	19,394,356
Net profit for the year			1,958,230	1,958,230
Stock-based compensation (Note 2g)		1,046,954		1,046,954
Balance as of 31 December 2010	<u>25,700,000</u>	<u>146,166,483</u>	<u>(4,347,414)</u>	<u>22,399,540</u>

(lanjutan)

STATEMENT OF CASH FLOWS
YEARS ENDED 31 DECEMBER 2010 AND 2009

	2010	2009
	Rp 000	Rp 000
CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES		
Profit before tax	3,276,579	655,384
Adjustments to reconcile profit before tax to net cash (used in) provided by operating activities:		
Depreciation of fixed assets	468,204	460,647
Amortization of computer software	59,924	37,647
Gain on disposal of fixed assets	(8,742)	(205,682)
Interest income	(364,510)	(717,577)
Shared-based compensation	1,046,954	-
Changes in assets and liabilities:		
Short-term deposits	1,052,973	(1,052,973)
Trade accounts receivable	(53,487,893)	755,155
Other receivable	(152,823)	139,764
Unbilled receivable	1,441,793	(1,373,419)
Work in process	(480,373)	(129,724)
Prepaid taxes	272,417	205,927
Prepaid expenses	(1,527,073)	422,332
Other non-current assets	(1,061,243)	(500)
Trade accounts payable	40,376,718	2,292,485
Other payables	696,360	(78,540)
Advances from customers	(1,132,421)	1,132,421
Taxes payable	1,485,491	(240,681)
Accrued expenses	1,895,304	(1,002,349)
Employee benefits obligation	747,511	561,666
Receipts of tax refund	117,336	420,646
Payments of corporate income taxes	(959,348)	(1,250,299)
Receipts of interest	364,510	717,577
Net cash (used in) provided by operating activities	<u>(5,872,352)</u>	<u>1,749,907</u>
CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES		
Proceeds from disposal of fixed assets	12,495	205,682
Acquisition of fixed assets	(297,081)	(225,962)
Acquisition of computer software	(156,250)	(18,529)
Net cash used in investing activities	<u>(440,836)</u>	<u>(38,809)</u>
NET (DECREASE) INCREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(6,313,188)	1,711,098
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT BEGINNING OF YEAR	<u>16,550,597</u>	<u>14,839,499</u>
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT END OF YEAR	<u><u>10,237,409</u></u>	<u><u>16,550,597</u></u>

Universitas Indonesia