

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan tumbuhnya usaha-usaha start up kuliner kecil, keberadaan akuntansi diantara peningkatan pertumbuhan tersebut semakin gencar dipertanyakan. Sudah bukan hal yang tabu jika praktik akuntansi tidak diterapkan dengan semestinya oleh entitas-entitas usaha berskala kecil. Dengan kata lain, semakin marak usaha-usaha kecil yang menerapkan akuntansi dengan cara pandang dan pengakuan yang berbeda. Pada akhirnya, Young (2013: 34) menyebutkan bahwa praktik akuntansi yang dilakukan pada organisasi yang berbeda dapat membentuk praktik akuntansi yang berbeda pula. Namun hal ini tidak membuat esensi akuntansi menjadi remeh. Malah patut diapresiasi karena dengan cara pandang yang berbeda, akuntansi menjadi bukti bahwa pada dasarnya ilmu pengetahuan dan praktiknya bersifat tidak bebas nilai melainkan syarat akan nilai. (Agustuliani dan Majid, 2016:29).

Selanjutnya dalam praktiknya, Akuntansi memiliki ranah yang luas dengan berbagai cakupan yang sesuai dengan berbagai bentuk eksistensi bisnis. Mulai dari perusahaan jasa, hingga perusahaan dagang, Akuntansi menyediakan jalan keluar dalam pengaturan, pemantauan, serta pengambilan keputusan tanpa melihat skala perusahaan atau usaha. Salah satu teknik pencatatan keuangan yang tidak bisa lepas dari badan Akuntansi itu sendiri

adalah Akuntansi Konsinyasi. Akuntansi atas penjualan konsinyasi ini merupakan praktik akuntansi yang digunakan dalam penjualan berbasis konsinyasi. Penjualan berbasis konsinyasi ini pun dapat kita temukan dimana-mana, mulai dari penjualan konsinyasi berskala department store, hingga skala koperasi. Akuntansi penjualan konsinyasi seringkali kita temukan dalam sektor-sektor penjualan konsinyasi formal, hingga setahun yang lalu, muncul usaha non-formal berbasis konsinyasi online yang memanfaatkan peningkatan pengguna sosial media untuk mencari keuntungan.

Jika berbicara perihal mencari keuntungan, di era ini banyak peluang-peluang kreatif yang tercipta untuk para peminat usaha *start-up*. Berbisnis adalah cara yang paling mudah untuk meraup keuntungan. Mulai dari bisnis kuliner, hingga fashion, berbisnis merupakan jalan ninja kebanyakan orang untuk mencari sumber penghasilan. Di Gorontalo, bisnis kuliner sedang marak-maraknya berkembang sejak 3 tahun yang lalu. Masyarakat berbondong-bondong menciptakan berbagai dessert atau hidangan menarik untuk diperjualbelikan melalui sosial media. Hingga lahirlah bisnis online yang memberikan banyak peluang bagi pengusaha-pengusaha baru dan mendorong bisnis konvensional sedikit demi sedikit menuju kepunahan.

Penjualan bisnis online bisa dibagi dalam bentuk *marketplace* dan sosial media. Salah satu alternatif yang mulai digemari banyak kawula muda sebagai bentuk usaha *start up* adalah Usaha Jasa Titip *Food and Beverage* online atau penjualan konsinyasi berbasis online. Usaha jasa titip online ini

kerap menggunakan sosial media sebagai alat promosi. Individu yang memiliki pengikut yang lebih banyak seringkali menjadi pemilik lapak (*Consignee*). Semakin banyak pengikut berarti semakin banyak calon pembeli, oleh karena itu penjual (*Consignor*) akan lebih tertarik menjualkan barangnya kepada pemilik lapak yang memiliki banyak pengikut.

Penjualan konsinyasi berbasis online merupakan sebuah alternatif penjualan yang memiliki banyak keuntungan. Selain penjual (*consignor*) tidak memiliki keharusan untuk menyediakan tempat berjualan dan memasarkan produknya, tingkat kelakuan produk cenderung cepat. Hal ini didukung oleh Penelitian Harahap Amanah (2018) yang menyatakan bahwa dari sumber data *Social Research* dan *Monitoring SociaAB*, Kadin, Kemkominfo, *Accenture* tahun 2015 dari jumlah pengguna internet di Indonesia, ada sebanyak 77% menggunakan internet untuk mencari produk yang diinginkan dan belanja secara *online*.

Di Gorontalo, eksistensi lapak online ini menjadi inovasi yang segar bagi para produsen dan konsumen. Terlebih lagi untuk para produsen yang baru memulai bisnis. Tahap awal yang patut dijadikan fokus ketika akan memulai bisnis adalah meningkatkan *Brand Awareness*. Dengan adanya lapak *Online* ini, *consignor* tidak perlu khawatir jika brandnya tidak dikenal, karena seiring waktu berjalan, brand akan semakin dikenal melalui promosi yang dilakukan oleh *consignee*. Promosi yang dilakukan oleh *consignee* ini juga sangat biasa, akan tetapi memiliki dampak yang sangat besar untuk

menyokong kesadaran konsumen atas *brand* terkait. Hal ini didukung oleh banyaknya jumlah pengikut sosial media oleh *consignee*. Banyaknya jumlah pengikut akun sosial media pemilik lapak online menjadi bukti mengapa keberadaan lapak online ini sangat digemari oleh konsumen. Selain memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat menu apa saja yang tersedia di lapak terkait, konsumen juga dapat melakukan pemesanan secara langsung melalui akun sosial *consignee*.

Lapak XYZ merupakan lapak *online food and beverage* pertama yang berdiri di Gorontalo pada tahun 2019. Meskipun dengan umur usaha yang belum tergolong lama, Lapak XYZ berhasil mengembangkan usaha lapak online ini dimulai dengan 3 produk hingga 140 produk dari 30 *brand* yang berbeda-beda. walaupun akhirnya jumlah ini menurun dengan pesat selepas pandemi, Lapak XYZ masih saja menjadi kepercayaan banyak konsumen untuk mencari makan siang atau sekedar cemilan. Yang paling menarik dari lapak ini adalah bagaimana tumbuhnya usaha ini hanya dengan memanfaatkan sosial media dan *marketing* organik (tanpa iklan). Lapak XYZ inilah yang kemudian memicu tumbuhnya lapak-lapak *online* lainnya di Gorontalo.

Seperti usaha-usaha lainnya, usaha lapak *online* juga membutuhkan sistem pencatatan keuangan yang dapat menghasilkan laporan keuangan. Lapak *online* berbasis konsinyasi ini tentunya tidak dapat dilepaskan dari Akuntansi Konsinyasi. Meskipun usaha lapak *online* masih tergolong usaha

informal dan tidak terdaftar secara legal, dibutuhkan suatu laporan keuangan sebagai pengambil keputusan usaha.

Akuntansi dalam penjualan konsinyasi sangat dibutuhkan untuk menyalurkan laporan keuangan, tepatnya pendapatan dari kedua belah pihak. Fahmi (2011) dalam Tabe (2019) menyebutkan bahwa laporan keuangan memiliki peran untuk menyediakan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Akuntansi atas penjualan konsinyasi turut serta menyediakan media penting yang akan menjaga transparansi, akuntabilitas serta berperan sebagai pengambil keputusan dalam pengembangan usaha Pengamanat (*Consignee*) dan Komisioner (*Consignor*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menganalisa lebih lanjut perihal penerapan akuntansi atas penjualan konsinyasi di Gorontalo dengan mengambil 1 lapak sebagai bahan penelitian. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah judul “Analisis Praktik Akuntansi pada Lapak *Online XYZ*.”

1.2. Fokus Penelitian

Laporan keuangan merupakan data yang krusial bagi perusahaan. Maju tidaknya suatu usaha dapat kita ketahui melalui laporan keuangan. Fokus penelitian ini adalah penerapan pencatatan keuangan akuntansi konsinyasi dari pemilik-pemilik lapak online yang menerima jasa titipan

makanan dan minuman (*consignee*) di Kota Gorontalo. Adapun data-data yang mendukung penelitian ini adalah laporan keuangan beberapa bulan terakhir dari lapak Online.

Lapak ini adalah Lapak XYZ (Kota Gorontalo). Dipilihnya lapak dalam penelitian ini berdasarkan lama berdirinya lapak serta banyaknya pengikut instagram dan pengamanat (*Consignor*) yang mempercayakan produknya untuk dititipkan di lapak terkait.

1.3. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah; Bagaimanakah implementasi praktik akuntansi konsinyasi dalam bisnis jasa titip makanan dan minuman yang menggunakan lapak online?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menguraikan tujuan penelitian yakni; untuk mengetahui implementasi praktik akuntansi konsinyasi dalam bisnis jasa titip makanan dan minuman yang menggunakan lapak online.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut;

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menggali akuntansi konsinyasi lebih dalam lagi serta pengaplikasiannya terhadap fenomena-fenomena bisnis digital yang mulai berkembang. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya terkait Akuntansi Konsinyasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemilik Lapak (*Consignee*) sehingga dapat menerapkan akuntansi konsinyasi yang efektif serta menghasilkan laporan keuangan yang dapat berperan sebagai pengambil keputusan dalam pengelolaan usaha.