

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Pencatatan produk konsinyasi saat produk dikirim oleh pihak pengamanat dan diterima oleh lapak XYZ selaku komisioner belum sesuai dengan konsep ilmu akuntansi atas penjualan konsinyasi. Lapak XYZ hanya melakukan rekapan harian saja dan tidak melakukan pencatatan sebagaimana semestinya.
2. Penjurnalan saat produk terjual tidak dilakukan sesuai dengan penjurnalan penjualan konsinyasi yang berlaku dan hanya tercatat pada rekapan harian saja.
3. Pencatatan atas penjualan konsinyasi tidak dikelompokkan per brand dan disatukan layaknya penjualan pada umumnya.
4. Lapak XYZ tidak melakukan pencatatan atas pengeluaran beban-beban operasional seperti pembayaran WIFI, gaji karyawan, dan gedung. Pencatatan hanya dilakukan secara manual sehingga pihak lapak XYZ tidak memiliki pencatatan laba rugi.
5. Lapak XYZ tidak dapat menyediakan laporan keuangan yang dapat dengan mudah dipahami oleh pengamanat dikarenakan pencatatan keuangan belum sesuai dengan akuntansi atas penjualan konsinyasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti yang turun langsung kelapangan, ada beberapa keterbatasan yang peneliti alami dan beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan untuk menyempurnakan penelitian ini karena penelitian ini tentunya memiliki kekurangan-kekurangan yang membutuhkan perbaikan untuk kedepannya.

1. Penelitian dilaksanakan ditengah pandemi sehingga membatasi ruang peneliti untuk mengeksplor lebih lanjut perihal laporan keuangan mitra-mitra lapak XYZ yang dapat berpengaruh pada ketersediaan data untuk dieksplor lebih lanjut.
2. Objek penelitian belum memiliki sistem pencatatan akuntansi keuangan yang baik dikarenakan pencatatan yang dilakukan masih sangat tradisional. Dalam penelitian ini, peneliti hanya dapat membantu memberikan guideline perihal pencatatan keuangan yang baik dan benar. Akan tetapi akan sangat membantu jika peneliti kedepannya dapat menciptakan suatu sistem keuangan untuk bisnis model seperti Lapak XY

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka berikut adalah saran untuk lapak XYZ.

1. Sebaiknya pihak lapak XYZ menyediakan kontrak sederhana perihal kerjasama yang terjalin dengan vendor atau pengamanat untuk menjaga

keepakatan kedua belah pihak dan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

2. Lapak XYZ sebaiknya melakukan penjurnalan sesuai dengan brand atau vendor masing-masing agar dapat menyediakan informasi yang lebih jelas dan mendukung penjurnalan akuntansi sebagaimana semestinya.
3. Sebaiknya pihak lapak XYZ menyediakan laporan keuangan akuntansi atas penjualan konsinyasi sebagaimana semestinya agar dapat menyediakan informasi keuangan yang dengan mudah bisa dipahami oleh pihak-pihak lain jika dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Pradipto Balowo. (2015). Analisis Pencatatan Penjualan Konsinyasi Pada Apotek Obor. Universitas Gunadarma. Depok.
- Adian, Donny Gahral. (2005). Percik Pemikiran Kontemporer: Sebuah Pengantar Komprehensif. Yogyakarta: Jalasutra.
- Afriyanto. (2014). Akuntansi Keuangan Lanjutan I. Modul. Rokan Hulu
- Agustuliani, A. dan J. Majid. (2016). Implementasi Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual pada Pasar Pannampu Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 1(1): 21-40.
- Ajanthan, A. (2014). *Advanced Financial Accounting-Volume 01*.
- Benedek, A., & Veszelszki, Á. (2016). *In the Beginning was the Image: The Omnipresence of Pictures: Time, Truth, Tradition*. Peter Lang International Academic Publishers.
- Cahyani, E. (2016). Pelaksanaan Penjualan Sepeda Motor Dengan Sistem Konsinyasi Antara Pt. Capella Dinamik Nusantara Dengan Chanel Honda Tend Di Kecamatan Kampar Kiri Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Dewi, H. P., & Oktaviani, R. (2019). Analisis Pengakuan Pendapatan Penjualan Konsinyasi dan Biaya Penjualan Untuk Akuntabilitas Laporan Keuangan Pada PT. Bumi Aksara Group. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).
- Ediraras, D. (2010). Akuntansi Dan Kinerja Ukm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(2), 5936. <https://doi.org/10.35760/eb>
- Greco, G., Tambolini, R., Ambruosi, P., & Fischetti, F. (2017). Negative effects of smartphone use on physical and technical performance of young footballers. *Journal of Physical Education and Sport*, 17(4), 2495-2501.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.1

- Hopperq.com, (2020). Engagement Rate. <https://www.hopperhq.com/social-media-marketing-glossary-2020/engagement-rate/>
- Karouw, D. E., Worang, F. G., & Pandowo, M. H. (2019). Millennial Trust Through Endorser Credibility On Local Influencer Endorsement On Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Madjid, A. (2014). Fenomenologi dan Hermeneutik: Perbandingan Dua Epistemologi. *ETNOHISTORI: Jurnal Ilmiah Kebudayaan Dan Kesejarahan*, 1(1), 1–21. <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/etnohis/article/view/803>
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya
- Mursyidi. (2011). *Akuntansi Zakat Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktaviani, R., Studi, P., Fakultas, A., Krisnadwipayana, U., Dewi, H. P., Studi, P., Fakultas, A., & Krisnadwipayana, U. (2019). Analisis Pengakuan Pendapatan Penjualan Konsinyasi. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS KRISNADWIPAYANA* Vol. 6 No. 3 (September – Desember) 2019, 6(3), 8–13.
- Pinti, E. (2013). Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi Dalam Mengembangkan Usaha Pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rahmawati, I. D., & Shofianti, W. (2014). EVALUASI AKUNTANSI PENJUALAN KONSINYASI DAN PENYAJIANNYA PADA LAPORAN LABA RUGI PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE SIDOARJO. *Jurnal Analisa*, 3(2), 59-71.
- Ratnaningsih, D. (2015). *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Ritonga, C. T. F. (2016). Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi pada PT Surya Putra Sumatra (Sps) II Pasir Pengaraian. In Skripsi.: Vol. Rokan Hulu.
- Simamora, M. (2005). *Analisa Penerapan Akuntansi Konsinyasi Studi Kasus pada PT. Nusa Bakti Pratama*.

- Statista.com. (2020). Most popular social networks worldwide as of October 2020, ranked by number of active users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Sugiyono, S. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Tabé, R. (2020). The Influence of Accounting Knowledge, Age of Company and Sales Turnover on Micro and Small and Medium Enterprises Profit (MSME) in North Sulawesi (No. 2928). EasyChair.
- Website Universitas Gajah Mada. (2020). Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia, <https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>. 3 Februari 2020 (15.00)
- Wijaya, R. (2018). Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada Koperasi Karyawan Prima Rumah Sakit Wijaya Kusuma. Lumajang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lumajang.
- Young, M. (2013). Cultural Influences on Accounting and Its Practices. Senior Thesis. Honors Program of Liberty University.
- Zuhdi, R. (2011). Makna Informasi Akuntansi sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis di Usaha Kecil dan Mikro (UKM). *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2(3), 446-458.
- Zulkarnain, H. (2012). Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis Dan Kecekapan Menjual. Graha Ilmu.