

2024

JURNAL AKUNTANSI MUHAMMADIYAH

P - ISSN 2087-9776
E - ISSN 2715-3134

JAM



Vol. 14 No. 2
Edisi: Juli – Desember 2024

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

- PENGARUH AKUNTANSI FORENSIK DAN AUDIT INVESTIGASI TERHADAP PENDETEKSIAN KECURANGAN (STUDI PADA BPKP PERWAKILAN PROVINSI ACEH)**
Maya Agustina, Maidar, Teuku Rival Makshal
- PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**
Zeni Rusmawati
- ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN QRIS DI KOTA BANDA ACEH**
Assyifa Fadma Syouqa, Israk Ahmadsyah, Ismail Rasyid Ridla Tarigan
- PENGARUH CURRENT RATIO, CASH RATIO DAN OPERATIONAL CASH FLOW DALAM MEMREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERKEBUNAN KELAPA SAWIT YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022**
Arya Sukafera, Dewi Maya Sari, Emilda Kadriyani
- PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT PADA PT. ACE HARDWARE INDONESIA TBK YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2020-2023**
Emmi Suryani Nasution, Syamsidar, Fitra Fadilla
- ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PENDAPATAN BERDASARKAN PSAK 72**
Trifiana Senja Pramita, Fitri Nuraini, Tyasha Ayu Melynda Sari
- PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN MELALUI PENGUNGKAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT DAN INTELLECTUAL CAPITAL: STUDI PADA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA**
Rinni Indriyani
- PENGARUH NPL DAN CAR TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM KONVENSIONAL SWASTA YANG TERDAFTAR DI BEI**
Askia Salsabila, Dewi Maya Sari, Sri Rani Fauziah
- Dampak Non-Performing Financing dan Risiko Likuiditas terhadap Profitabilitas Pada PT Bank Central Asia SYARIAH**
Rahma Nurzianti, Rosdaniah, Melisa Paraswati
- MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN MELALUI SKEMA PEMBIAYAAN MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH PADA BANK ACEH SYARIAH**
Surna Lastri, Yusliana,, Silvani Umara

JAM

VOLUME
14

NOMOR
2

HALAMAN
174 - 303

BANDA ACEH
2024

P-ISSN 2087-9776
E-ISSN 2715-3134

DEWAN REDAKSI

PEMBINA

- | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh2. Para Wakil Rektor Unmuha3. Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha4. Para Wakil Dekan Unmuha |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Penanggungjawab:

Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh

Ketua Penyunting:

Budi Safatul Anam, S.E., M.Si.

Wakil Ketua Penyunting:

Intan Rizkia Chudri, S.E., M.Si.

Penyunting Pelaksana:

- | | |
|----------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Dr. Dwi Cahyono, M.Si.. Akt. | (Univ. Muhammadiyah Jember) |
| 2. Dr. Ramli Gadeng, M.Pd. | (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh) |
| 3. Dr. H. Aliamin, SE., M.Si., Ak. | (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh) |
| 4. Dr. Sri Suyanta, M.Ag. | (UIN Ar-Raniry Banda Aceh) |
| 5. Taufik A Rahim, SE., M.Si., Ph.D. | (Univ. Muhammadiyah Aceh) |
| 6. Drs.Tarmizi Gadeng, SE., M.Si.. MM. | (Univ. Muhammadiyah Aceh) |

Staf Pelaksana

- | | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 1. Editor | : Hendri Mauliansyah, S.E., M.Si. |
| 2. Adm.& Keuangan | : Rusnaldi, SE., M.Si. |
| 3. Distribusi & Pemasaran | : Elviza, SE.. M.Si. |
| 4. Pengelola IT | : Devi Kumala, S.Si., M.Si. |

Diterbitkan oleh:

Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Jl. Muhammadiyah No. 91 Desa Batoh
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh

KATA PENGANTAR

REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan Stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk *text book* yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang bernama Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM), kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu akuntansi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

Dr. Aslam Nur., M.A

KATA PENGANTAR

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan Izin Operasional Program Studi Akuntansi berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1630/D/T/K-I/2009 Tanggal 27 Maret 2009. Selanjutnya pada tahun 2015 Program Studi Akuntansi memperoleh hasil akreditasi "B" dari Badan Akreditasi Nasional berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 004/BAN-PT/Akred/S/I/2015 Tanggal 09 Januari 2015.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas,Program Studi Akuntansi membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) dengan nomor P.ISSN 2087-9776 dan E.ISSN 2715-3134 yang dikeluarkan oleh PDII-LIPI serta diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Akuntansi volume 12 no.2 Edisi Juli-Desember 2022 ini bisa terbit sebagai kelanjutan dari edisi sebelumnya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Akuntansi se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu akuntansi.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua sehingga kita mampu menerbitkan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh dengan sebaik-baiknya.

Dekan

Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM.

DAFTAR ISI

Dewan Redaksi	i
Kata Pengantar Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh	ii
Kata Pengantar Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh	iii
Daftar Isi	iv
Pedoman Penulisan	v

Jurnal

1. PENGARUH AKUNTANSI FORENSIK DAN AUDIT INVESTIGASI TERHADAP PENDETEKSIAN KECURANGAN (STUDI PADA BPKP PERWAKILAN PROVINSI ACEH) <i>Maya Agustina, Maidar, Teuku Rival Makshal</i>	174 – 186
2. PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN <i>Zeni Rusmawati.....</i>	187 – 197
3. ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN QRIS DI KOTA BANDA ACEH <i>Assyifa Fadma Syouqa, Israk Ahmadsyah, Ismail Rasyid Ridla Tarigan</i>	198 – 211
4. PENGARUH CURRENT RATIO, CASH RATIO DAN OPERATIONAL CASH FLOW DALAM MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERKEBUNAN KELAPA SAWIT YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022 <i>Arya Sukafera, Dewi Maya Sari, Emilda Kadriyani.....</i>	212 – 231
5. PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT PADA PT. ACE HARDWARE INDONESIA TBK YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2020-2023 <i>Emmi Suryani Nasution, Syamsidar, Fitra Fadilla.....</i>	232 – 240
6. ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PENDAPATAN BERDASARKAN PSAK 72 <i>Trifiana Senja Pramita, Fitri Nuraini, Tyasha Ayu Melynda Sari.....</i>	241 – 255
7. PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN MELALUI PENGUNGKAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT DAN INTELLECTUAL CAPITAL : STUDI PADA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA <i>Rinni Indriyani.....</i>	256 – 265
8. PENGARUH NPL DAN CAR TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM KONVENSIONAL SWASTA YANG TERDAFTAR DI BEI <i>Askia Salsabila, Dewi Maya Sari, Sri Rani Fauziah.....</i>	266 – 280
9. DAMPAK NON-PERFORMING FINANCING DAN RISIKO LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT BANK CENTRAL ASIA SYARIAH <i>Rahma Nurzianti, Rosdaniah, Melisa Paraswati.....</i>	281 – 290
10. MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN MELALUI SKEMA PEMBIAYAAN MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH PADA BANK ACEH SYARIAH <i>Surna Lastri, Yusliana,, Silvani Umara</i>	291 – 303

METODE PENULISAN

BENTUK NASKAH

Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*Research Paper*) atau artikel ulasan (*Review*) dan resensi buku (*Book Review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

CARA PENGIRIMAN NASKAH

Penulis mengirimkan 2 (dua) eksemplar naskah serta CD berisi naskah tersebut ke alamat redaksi: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Jl. Muhammadiyah No. 91 Banda Aceh 23245, Telepon 0651-21023, Fax. 0651-21023, e_mail: jurnalfeunmuha@yahoo.com.

FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 15 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah diserahkan dalam bentuk hardcopy (*print out*) dan softcopy dalam CD. Sistematika penulisan disesuaikan dengan kategori artikel yang akan dipublikasikan di Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan dan tujuan penelitian.

II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

Berisikan referensi yang berhubungan dengan penelitian

III. METODE PENELITIAN

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

III. KESIMPULAN DAN SARAN

C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku

Naskah ditulis di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 5 s/d 7 halaman, dengan spasi ganda.

Naskah dilengkapi dengan sac sampul buku dirensensi.

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote atau sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut: Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

Daftar Pustaka

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.

ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PENDAPATAN BERDASARKAN PSAK 72**ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF INCOME ACCOUNTING BASED ON
STATEMENT OF FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS 72****Trifiana Senja Pramita^{1*)}, Fitri Nuraini²⁾, Tyasha Ayu Melynda Sari³⁾**¹⁾ Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya*e-mail korespondensi: trifiana.senja.pramita-2018@fe.um-surabaya.ac.id¹, fitrinuraini@um-surabaya.ac.id², tyasha.ayu.ms@um-surabaya.ac.id³**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang pendapatan yang diperoleh atas transaksi penjualan *online marketplace* menurut PSAK 72. Dimulai dari proses pengakuan dan pengukuran pendapatan hingga penyajian dan pengungkapannya dalam laporan keuangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi lapangan dan studi pustaka. Data yang diolah merupakan data yang berasal dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi berupa kontrak *marketplace*, detail transaksi penjualan periode Februari 2023, rekening koran, serta laporan keuangan periode Februari 2023. Hasil kajian menunjukkan jika pengakuan dan pengukuran pendapatan yang dilakukan oleh PT XYZ belum sesuai dengan PSAK 72. Hal tersebut dikarenakan PT XYZ mengakui dan mencatat pendapatannya pada saat terjadinya pesanan, sedangkan menurut PSAK 72 pendapatan dapat diakui dan dicatat apabila kewajiban pelaksanaan telah dinyatakan selesai. Disamping itu, PT XYZ juga mengukur pendapatannya berdasarkan harga jual bukan berdasarkan harga transaksi. Dalam laporan perubahan posisi keuangan pendapatan yang belum diterima oleh PT XYZ diakui sebagai kas, sedangkan dalam PSAK 72 apabila entitas telah menyelesaikan kewajibannya maka jumlah imbalan yang akan menjadi hak entitas harus diakui dan dicatat sebagai aset kontrak.

Kata Kunci: Akuntansi Pendapatan, Pengakuan Pendapatan, Pengukuran Pendapatan, Penyajian Pendapatan, Pengungkapan Pendapatan.

Abstract

The purpose of this study is to examine the income earned on online marketplace sales transactions according to PSAK 72. Starting from the process of recognizing and measuring revenue to presenting and disclosing it in the financial statements. The method used in this study is a qualitative method with a field study and literature study approach. The data processed is data that comes from observations, interviews, and documentation in the form of marketplace contracts, details of sales transactions for the February 2023 period, checking accounts, and financial reports for the February 2023 period. The results of the study show that the recognition and measurement of income carried out by PT XYZ has not in accordance with PSAK 72. This is because PT XYZ recognizes and records its revenue when an order is made, whereas according to PSAK 72 revenue can be recognized and recorded when the performance obligation has been declared complete. Besides that, PT XYZ also measures its income based on the selling price, not based on the transaction price. In the statement of changes in financial position, income that has not been received by PT XYZ is recognized as cash, whereas in PSAK 72 if the entity has completed its performance obligation, the amount of consideration that will become the right of the entity must be recognized and recorded as a contract asset.

Keywords: Income Accounting, Revenue Recognition, Income Measurement, Income Presentation, Income Disclosure

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat dari tahun ke tahun memberikan dampak perubahan yang sangat signifikan terutama dalam dunia bisnis. Hal ini bisa dibuktikan dari bagaimana transaksi perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara *offline* dapat dilakukan dengan mudah melalui media internet. Kemudahan ini telah memunculkan fenomena baru yang disebut *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-Commerce* adalah proses terjadinya transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik seperti telepon dan internet (Alwendi, 2020). *E-Commerce* merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Bahkan terdapat beberapa perusahaan *e-commerce* yang sengaja menyediakan ruang untuk para pelaku usaha lain agar dapat menampilkan produknya di *website e-commerce* tersebut. Hal tersebut menyebabkan terciptanya suatu pasar elektronik yang disebut dengan istilah *marketplace* (Yustiani & Yunanto, 2017).

Menurut Pujastuti dkk (2014) menjelaskan “*platform online marketplace* dalam transaksi *e-commerce* yang muncul pada pasar aplikasi yang disediakan oleh *third-parties* membawa fase perekonomian tradisional menuju fase berikutnya yang lebih modern. Hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin tingginya permintaan pada pasar aplikasi *marketplace* atau pasar aplikasi seluler yang saat ini sedang mengalami pertumbuhan signifikan” (Mutianingrum, 2019). Hal tersebut sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh Sirclo tahun 2020 lalu yang menunjukkan bahwa *marketplace* menjadi *platform* berbelanja yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, kemudian diikuti oleh *website* dan selanjutnya oleh media sosial (Irawati & Prasetyo, 2021).

Menurut Apriadi (2017) menjelaskan “*marketplace* adalah sebuah wadah untuk pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi” (Wahyuni *et al.*, 2019). Pada dasarnya *marketplace* memiliki sistem penjualan yang sama dengan pasar *offline*. Apabila calon penjual ingin memulai bisnis di *marketplace* mereka diwajibkan untuk mendaftar dengan cara membuat akun penjual. Akun inilah yang nantinya akan menjadi toko *online* penjual dimana penjual bisa mengunggah informasi tentang produk yang dijualnya. Pembuatan toko *online* ini sebenarnya tidak selamanya digratiskan, melainkan ada biaya yang harus dibayar oleh *seller*. Di pasar *offline* biasanya disebut dengan biaya sewa lapak. Perbedaannya adalah jika biaya sewa lapak di pasar *offline* dibayar dengan menggunakan uang tunai, maka pembayaran sewa lapak *marketplace* ini dibayar dengan memberikan komisi.

Selain memudahkan dalam melakukan pemasaran produk atau jasa, *platform marketplace* juga memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran transaksi. Kemudahan ini disebabkan karena adanya metode pembayaran *cashless* atau non-tunai seperti pembayaran dengan saldo akun, pembayaran dengan fitur *paylater* (bayar nanti), atau dengan menghubungkan *platform marketplace* dengan bank-bank tertentu. Menurut (Prastiwi & Fitria, 2021) fitur *paylater* merupakan fasilitas keuangan yang memungkinkan seseorang melakukan pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit. Kemudahan pembayaran inilah yang kemudian menjadi salah satu alasan meningkatnya transaksi penjualan yang terjadi melalui *platform marketplace*..

Banyaknya transaksi penjualan yang terjadi dan ketidaksesuaian antara pendapatan yang seharusnya diterima perusahaan, membuat pengakuan dan pengukuran pendapatan sering berubah-ubah. Akibatnya banyak pekerjaan yang seharusnya telah selesai tetapi harus diulang kembali. Perlakuan akuntansi yang tidak benar yang disebabkan karena kesalahan dalam penyajian pos dapat

menyebabkan ketidakakuratan dalam pengakuan dan pengukuran pendapatan. Hal tersebut tentu sangat berpengaruh pada laporan keuangan, karena pendapatan yang disajikan dapat lebih kecil (*understate*) atau lebih besar (*overstate*) sedangkan untuk mengetahui laba yang sesungguhnya pendapatan harus menunjukkan jumlah yang sebenarnya diperoleh oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk membuat kebijakan akuntansi khususnya pendapatan agar tidak ada pengulangan pekerjaan yang menghambat proses pelaporan.

Selain itu, penyajian pos dalam mengakui pendapatan juga hanya berdasarkan pada keputusan pimpinan yang mana hal tersebut sama sekali tidak sesuai dengan standar akuntansi. Perusahaan menggunakan metode accrual basis dimana seharusnya penjualan tetap diakui meskipun perusahaan belum menerima pembayaran. Namun, untuk memudahkan pemahaman pimpinan terkait laporan keuangan, perusahaan menyepakati agar semua penjualan diakui sebagai pembayaran tunai meskipun uangnya belum ada sehingga pada kondisi ini perusahaan tidak mengakui adanya piutang penjualan. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan XYZ guna memberikan gambaran mengenai perlakuan akuntansi dengan konsep pengakuan, pengukuran, penyajian, dan pengungkapan pendapatan sesuai dengan PSAK yang berlaku yaitu PSAK 72.

LANDASAN TEORI

Pendapatan

Menurut Martani *et al* (2019:204) menjelaskan bahwa dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan (KDP2LK) penghasilan merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama periode akuntansi yang berbentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan liabilitas yang mengakibatkan adanya kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan sendiri terdiri dari pendapatan (*revenue*) dan keuntungan (*gain*). Pendapatan diartikan sebagai penghasilan yang berasal dari aktivitas normal entitas seperti penjualan (*sales*), pendapatan jasa (*fees*), bunga (*interest*), dividen (*dividend*), royalti (*royalty*). Sedangkan keuntungan merupakan penghasilan yang timbul atau tidak timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan. Keuntungan juga mencerminkan kenaikan manfaat ekonomi sehingga hakikatnya tidak berbeda dengan pendapatan. Contohnya adalah kenaikan ekonomi karena penjualan aset tetap.

Akuntansi

Menurut APB (*Accounting Principles Board*) *Statement 4* akuntansi merupakan kegiatan jasa yang memiliki fungsi untuk menyediakan informasi kuantitatif, terutama yang bersifat keuangan dan dimaksudkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Menurut ASOBAT (*A Statement of Basic Accounting Theory*) akuntansi didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi ekonomi untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh pengguna informasi (Ervina *et al.*, 2022:30).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 72

PSAK 72 merupakan pernyataan standar akuntansi yang bertujuan untuk menetapkan prinsip yang diterapkan entitas untuk melaporkan informasi yang berguna kepada pengguna laporan keuangan tentang sifat, jumlah, waktu dan ketidakpastian pendapatan dan arus kas yang timbul dari kontrak dengan pelanggan (IAI, 2018:72.1).

1. Pengakuan Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan

PSAK 72 menjelaskan bahwa pendapatan dapat diakui ketika (atau selama) entitas tersebut memenuhi kewajibannya dengan mengalihkan barang atau jasa kepada pelanggan atau selama pelanggan memperoleh pengendalian atas barang atau jasa tersebut (IAI, 2018:72.7). Menurut

PSAK 72 dalam mengakui pendapatan dari kontrak dengan pelanggan terdapat 3 langkah utama yang harus dilakukan, diantaranya: 1) Mengidentifikasi kontrak dengan pelanggan, 2) Mengidentifikasi kewajiban pelaksanaan, 3) Pemenuhan kewajiban pelaksanaan

2. Pengukuran Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan

PSAK 72 paragraf 46 pendapatan diakui atas sejumlah harga transaksi. Harga transaksi adalah jumlah imbalan yang diperkirakan menjadi hak entitas dalam pertukaran untuk mengalihkan barang atau jasa yang dijanjikan kepada pelanggan, tidak termasuk jumlah yang ditagih atas nama pihak ketiga. Imbalan yang dijanjikan dalam kontrak dengan pelanggan dapat mencakup jumlah tetap, jumlah variabel, atau keduanya (IAI, 2018:72.10). Menurut PSAK 72 dalam mengukur pendapatan dari kontrak dengan pelanggan terdapat 2 langkah utama yang harus dilakukan, diantaranya: 1) Menentukan harga transaksi, 2) Mengalokasikan harga transaksi terhadap kewajiban pelaksanaan lain.

3. Penyajian Pendapatan

Untuk memudahkan penyajian kontrak dalam laporan posisi keuangan entitas dapat menggunakan metode pendekatan aset-liabilitas. Sebagai gambaran apabila entitas telah mengirimkan produk kepada pelanggan (menyelesaikan kewajiban pelaksanaan) maka entitas berhak untuk mendapatkan imbalan dari pelanggan dan oleh karena itu entitas mempunyai aset kontrak. Tetapi apabila pelanggan terlebih dahulu membayar imbalan sebelum produk dikirimkan oleh entitas maka entitas mempunyai liabilitas kontrak. Entitas harus menyajikan aset kontrak atau liabilitas kontrak ini pada laporan keuangannya (Kieso *et al.*, 2020:1571).

4. Pengungkapan Pendapatan

Paragraf 110 menjelaskan syarat pengungkapan dalam pengakuan pendapatan diciptakan untuk membantu pengguna laporan keuangan dalam memahami sifat, jumlah, waktu, dan ketidakpastian dari pendapatan dan arus kas yang timbul dari kontrak dengan pelanggan.

Marketplace

Secara sempit *marketplace* berarti pasar, namun dalam perkembangannya *marketplace* secara spesifik merupakan sebuah laman (*website*) yang menyediakan wadah bagi penjual dan pembeli melalui internet. Model bisnis ini berperan sebagai pihak ketiga yang menghubungkan penjual dan pembeli pada satu tempat tanpa harus bertatap muka. *Marketplace* juga memiliki istilah lain yaitu *brokerage* dimana *marketplace* akan mendapatkan keuntungan dari biaya layanan atas penggunaan *platform*, komisi penjualan, maupun jasa iklan untuk penjual. *Marketplace* berbisnis dengan mengumpulkan sebanyak-banyaknya penjual dan pembeli (Andriani *et al.*, 2022:70).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah (Sugiyono, 2018:8). Penelitian ini berfokus untuk mendalami studi kasus yang terjadi di PT XYZ dan juga melakukan analisis data terkait informasi tentang bagaimana suatu pendapatan dapat dikur dan diakui menurut PSAK 72. Adapun jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan lapangan dan studi pustaka. Metode studi lapangan adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung serta menelusuri data perusahaan yang diperoleh penulis selama melaksanakan kegiatan penelitian. Sementara, metode kepustakaan adalah metode yang dilakukan dengan cara mempelajari,

membaca, serta mengumpulkan referensi dari catatan, buku, laporan, dan bacaan lainnya yang terkait dengan proses pengakuan pendapatan menurut PSAK 72.

Penelitian ini dilaksanakan di PT XYZ yang berlokasi di Kota Surabaya dan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang dagang retail alat rumahtangga, kosmetik, makanan, serta produk import yang memanfaatkan *marketplace* sebagai media pemasarannya.

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berasal dari hasil observasi, yaitu dengan cara melihat dan mengamati kegiatas di perusahaan secara langsung. Selanjutnya dengan melakukan wawancara atau *interview*, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada staf divisi keuangan serta pimpinan. Kemudian peneliti juga menggunakan metode dokumentasi, dimana peneliti menggunakan dokumen yang berupa kontrak *marketplace*, detail transaksi penjualan, serta rekening koran, dan laporan keuangan milik PT XYZ. Metode ini digunakan sebagai metode penunjang dalam penelitian.

Menurut Bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan hasil temuan dapat disampaikan kepada orang lain (Sugiyono, 2018:130). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data dari Miles dan Huberman, yaitu:

- a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)
- b. *Data Reduction* (Reduksi Data)
- c. *Data Display* (Penyajian Data)
- d. *Conclusion Drawing/Verifivation* (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)

HASIL ANALISIS

Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan, selain pendapatan yang berasal dari penjualan retail, PT XYZ juga memperoleh pendapatan dari jasa penyimpanan barang (*storage*), jasa pemenuhan pesanan (*fulfillment*), jasa pengiriman (*logistic*), serta jasa pengurusan ijin BPOM.

Pengakuan Pendapatan Menurut PT XYZ

PT XYZ mengakui pendapatan pada tanggal yang sama saat terjadinya pesanan atau *order* di situs *marketplace*. Pendapatan ini kemudian di akui sebagai kas oleh perusahaan meskipun pembayaran sebenarnya baru akan terjadi beberapa hari kemudian. Dalam hal ini, PT XYZ juga mencatat pendapatan dengan mendebit akun atau pos Kas *Marketplace*. Akun atau pos Kas *Marketplace* ini digunakan oleh PT XYZ dengan tujuan untuk memudahkan pimpinan dalam memahami informasi terkait penjualan *online* yang belum dibayar (piutang) oleh pihak *Marketplace*. Berikut ini adalah contoh jurnal entri saat terjadinya penjualan:

Akun / Pos	Debit	Kredit
Kas <i>Marketplace</i>	Rp. 140.000	
Penjualan		Rp. 140.000

Kemudian pada saat terjadinya penarikan dana atau saldo dari situs *marketplace* dan kemudian masuk ke rekening PT XYZ maka jurnal entri yang terjadi adalah sebagai berikut:

Akun / Pos	Debit	Kredit
Kas Bank	Rp. 130.935	
Kas <i>Marketplace</i>		Rp. 130.935

Perbedaan nominal dalam jurnal entri diatas disebabkan karena perusahaan mencatat nominal bruto dari transaksi penjualan, sedangkan pada saat pihak *marketplace* melakukan pembayaran nominal tersebut sudah dikurangi dengan beban-beban seperti beban layanan dan beban administrasi. Beban-beban tersebut nantinya oleh perusahaan akan di akumulasikan dan di jurnal entri pada saat akhir bulan atau pada saat perusahaan menerima faktur atas biaya dan faktur pajak dari pihak *marketplace*.

Pengukuran Pendapatan Menurut PT XYZ

PT XYZ mengukur pendapatan berdasarkan harga jual barang secara umum, pajak, beban-beban *marketplace*, serta beban bungkus seperti plastik, *bubble wrap*, dan isolasi. Perusahaan juga mencatat pendapatan sebesar harga jual sebelum dikurangi dengan beban-beban terkait penjualan *online*.

Penyajian Pendapatan

Perusahaan menyajikan pendapatan atas kontrak dalam laporan posisi keuangan sebagai kas hal tersebut dikarenakan PT XYZ tidak mengakui adanya piutang untuk transaksi penjualan *online*. Selanjutnya dalam laba rugi, perusahaan mengakui beban yang timbul dalam transaksi *marketplace* sebagai Komisi Penjualan *Marketplace*. Akun ini menampung segala jenis beban seperti beban administrasi, beban layanan, beban lain-lain, beban promo, serta beban pengiriman yang ditanggung penjual.

PEMBAHASAN

1. Mengidentifikasi Kontrak dengan Pelanggan

Mengidentifikasi kontrak dengan pelanggan merupakan langkah pertama untuk mengetahui apakah kontrak tersebut valid atau tidak. Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kontrak maka terdapat 5 kriteria yang harus dipenuhi, diantaranya:

Tabel 1.1 Mengidentifikasi Kontrak dengan Pelanggan

PSAK 72	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
Apakah para pihak menyetujui kontrak?	PT XYZ dan pembeli setuju untuk menggunakan <i>marketplace</i> Shopee sebagai penyedia tempat dan peluang untuk penjualan barang.	Pasal 1.2 “Layanan termasuk layanan platform online yang menyediakan tempat dan peluang untuk penjualan barang antara pembeli (“Pembeli”) dan penjual (“Penjual”) (secara bersama-sama disebut “anda”, “Pengguna” atau “Para Pihak”). Kontrak penjualan yang sebenarnya adalah secara langsung antara Pembeli dan Penjual dan Shopee bukan merupakan pihak di dalamnya atau setiap kontrak lainnya antara Pembeli dan Penjual serta tidak bertanggung jawab sehubungan dengan kontrak tersebut. Para Pihak dalam transaksi tersebut akan sepenuhnya bertanggung jawab untuk kontrak penjualan antara mereka, daftar barang, garansi pembelian dan sebagainya. Shopee tidak terlibat dalam transaksi antara Pengguna. Shopee dapat atau tidak dapat melakukan penyaringan awal terhadap Pengguna atau Konten atau informasi yang diberikan oleh Pengguna. Shopee berhak untuk

PSAK 72	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
		menghapus setiap Konten atau informasi yang diposting oleh anda di Situs sesuai dengan Bagian 6.4 di sini. Shopee tidak dapat memastikan bahwa Pengguna akan benar-benar menyelesaikan transaksi.”
Apakah entitas dapat mengidentifikasi hak setiap pihak mengenai barang atau jasa yang dialihkan?	PT XYZ menerima hak atas pembayaran dari pembeli dikurangi dengan biaya penangangan setelah pembeli melakukankonfirmasi penerimaan barang. Pembeli setuju untuk membayar harga produk beserta dengan biaya penanggannya.	Pasal 13.2(a) Pembeli mengirimkan konfirmasi kepada Shopee bahwa Pembeli telah menerima barangnya, dalam hal mana, kecuali 13.2(d) berlaku, Shopee akan mengeluarkan Uang Pembelian Pembeli (dikurangi Biaya Penanganan dan Jumlah Pajak (sebagaimana didefinisikan di bawah)) di Rekening Garansi Shopee kepada Penjual;
Apakah entitas dapat mengidentifikasi jangka waktu pembayaran?	PT XYZ akan menerima pembayaran dari pihak <i>marketplace</i> Shopee setelah transaksi dinyatakan selesai.	Pasal 11.2 “Uang dari penjualan barang anda di Shopee akan dikreditkan ke Saldo Penjual Shopee anda dalam waktu satu (1) hari setelah barang diterima oleh Pembeli berdasarkan status pengiriman termutakhir dari penyedia jasa pengiriman atau segera setelah Pembeli mengkonfirmasi di Situs bahwa mereka telah menerima barang tersebut.”
Apakah kontrak memiliki substensi komersil?	Pembeli setuju untuk melakukan pembayaran dan pembayaran yang dilakukan akan masuk ke dalam garansi Shopee.	Pasal 13.1 “Setelah Pembeli melakukan pembayaran untuk pesannya (“Uang Pembelian Pembeli”), Uang Pembelian Pembeli akan disimpan di Rekening Garansi Shopee”
Apakah entitas memiliki kemungkinan besar untuk menagih imbalan yang akan menjadi hak-nya?	PT XYZ dapat melakukan penarikan dana dari saldo penjual yang akan diteruskan ke rekening penjual.	Pasal 12.1 “Anda dapat mentransfer dana dari ShopeePay atau Saldo Penjual Anda (hingga jumlah saldo ShopeePay Anda atau sebagaimana ditentukan oleh Shopee) dengan mentransfer dana ke Rekening terhubung Anda dengan mengirimkan permintaan transfer (“Permintaan Penarikan”) dalam frekuensi harian yang wajar untuk ShopeePay sebagaimana ditentukan oleh Shopee atau maksimal sekali per hari untuk Saldo Penjual. Shopee dapat juga secara otomatis mentransfer dana dari Saldo Penjual Anda ke Rekening Tertaut Anda secara regular, sebagaimana ditentukan oleh Shopee. Transfer tersebut mungkin

PSAK 72	PT XYZ	Kontrak Marketplace Shopee
		membutuhkan waktu hingga dua hari kerja, atau periode lain yang ditentukan oleh bank penerima, untuk dikreditkan ke Rekening Tertaut Anda.”

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan kriteria diatas, kontrak yang disetujui oleh PT XYZ dan pembeli merupakan kontrak yang valid karena telah memenuhi semua kriteria yang terdapat dalam PSAK 72.

2. Mengidentifikasi Kewajiban Pelaksanaan

Mengidentifikasi kewajiban pelaksanaan merupakan tahapan kedua, tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengetahui jenis kewajiban pelaksanaan yang dimiliki oleh entitas dalam mengalihkan barang atau jasa yang dijanjikan. Barang atau jasa yang dialihkan harus memenuhi 2 kriteria berikut ini:

Tabel 1.2
Mengidentifikasi Kewajiban Pelaksanaan

PSAK 72	PT XYZ
Apakah pelanggan telah memperoleh manfaat dari barang atau jasa itu sendiri atau bersama dengan sumberdaya lain yang siap tersedia kepada pelanggan?	Setelah barang diterima oleh pembeli, maka pembeli telah memperoleh manfaat dari barang tersebut karena barang yang dibeli dapat langsung digunakan, dikonsumsi atau dijual kembali sehingga menghasilkan manfaat ekonomik.
Apakah janji entitas kepada pelanggan dapat diidentifikasi secara terpisah dari janji lain dalam kontrak?	PT XYZ memproses pesanan dari pembeli sesuai dengan notifikasi pesanan yang masuk dan mengirimkannya sesuai dengan jumlah yang diminta sehingga tidak mungkin dalam satu pesanan akan dikirim sebanyak dua kali atau lebih. Jika Pelanggan telah menerima barang maka PT XYZ telah dianggap memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu, kewajiban pelaksanaan yang dimiliki oleh PT XYZ dalam kontrak adalah kewajiban pelaksanaan terpisah. Apabila terdapat pesanan lain akan dianggap sebagai kewajiban pelaksanaan terpisah lainnya. PT XYZ tidak menyediakan produk yang saling bergantung atau terkait satu sama lain atau dengan kata lain PT XYZ tidak menjual barang atau jasa yang bersifat kombinasi sehingga kewajiban pelaksanaannya tidak dapat dianggap sebagai kewajiban pelaksanaan tunggal.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan penjelasan dari tabel diatas, PT XYZ menunjukkan jika barang yang dijanjikan kepada pelanggan adalah barang yang dapat dibedakan dan kewajiban pelaksanaan yang dimiliki merupakan kewajiban pelaksanaan terpisah.

3. Pemenuhan Kewajiban Pelaksanaan

Tabel 1.3 Pemenuhan Kewajiban Pelaksanaan

PSAK 72	Keterangan
Entitas memiliki hak kini atas pembayaran	PT XYZ memiliki hak kini atas pembayaran yang dilakukan oleh pihak pelanggan, namun sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak, PT XYZ berhak menerima pembayaran dari pelanggan apabila transaksi telah dinyatakan selesai.
Pelanggan memiliki hak kepemilikan legal atas aset	Ketika pelanggan telah menyelesaikan pembayaran, maka pelanggan telah memiliki hak kepemilikan legal atas barang yang dibeli meskipun barang secara fisik belum diterima. Hal

PSAK 72	Keterangan
	ini biasanya terjadi pada kasus penjualan <i>dropship</i> dimana pelanggan melakukan pembelian atas barang, namun barang akan dikirim kepada penerima lain. Oleh sebab itu, pelanggan dikatakan memiliki hak legal atas aset tetapi belum tentu memiliki hak fisik atas aset.
Entitas telah mengalihkan kepemilikan fisik atas aset	PT XYZ telah mengalihkan kepemilikan fisik atas barang yang dibeli oleh pelanggan setelah barang diserahkan kepada pihak jasa pengiriman atau logistik. Jika terjadi kasus dimana barang mengalami kerusakan atau kehilangan maka pihak <i>marketplace</i> hanya akan menjadi perantara antara penjual, pembeli, dan pihak pengiriman untuk menemukan solusi terbaik.
Pelanggan memiliki risiko dan manfaat signifikan atas kepemilikan aset	Pelanggan memiliki risiko untuk tidak dapat melakukan pengembalian atau retur jika pelanggan tidak memiliki bukti nyata nyata terkait pesanan yang diterima. Biasanya proses pengembalian dapat dilakukan jika terdapat kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli, namun beberapa penjual hanya menerima pengembalian barang apabila pembeli mengirimkan video saat membuka paket (<i>unboxing video</i>)
Pelanggan telah menerima aset	Pelanggan yang telah menerima barang sebaiknya segera melakukan konfirmasi penerimaan barang ke situs <i>marketplace</i> . Jika masa garansi yang diberikan oleh pihak <i>marketplace</i> telah habis dan pelanggan tidak melakukan konfirmasi penerimaan barang, maka transaksi dianggap telah selesai

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

4. Menghitung Harga Transaksi

Dalam menentukan harga transaksi PT XYZ telah mempertimbangkan biaya-biaya yang ada dan kemudian akan dijadikan sebagai harga jual barang itu sendiri. Berikut ini adalah beberapa hal yang dipertimbangkan oleh PT XYZ dalam menentukan harga jual, diantaranya:

Tabel 1.4 Menghitung Harga Transaksi

Pertimbangan	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
Peringkat penjual	Peringkat penjual merupakan apresiasi yang diberikan oleh pihak Shopee kepada penjual karena telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh pihak Shopee. Peringkat penjual akan menentukan besaran biaya layanan yang akan dibebankan oleh pihak Shopee kepada penjual.	Pasal 17.1 “Penjual Star merupakan sebuah apresiasi yang diberikan oleh Shopee untuk Penjual yang aktif, memiliki pelayanan pelanggan yang baik dan telah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh Shopee (selanjutnya akan disebut sebagai “Penjual Star”). Produk-produk yang dijual oleh Penjual Star selanjutnya disebut sebagai “Produk Penjual Star”. Penjual Star berhak atas beberapa hak-hak istimewa dan keuntungan, sebagaimana diatur di dalam Situs.” Pasal 18.1 “Penjual Star+ merupakan apresiasi yang diberikan oleh Shopee untuk Penjual Star yang aktif,

Pertimbangan	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
		<p>memiliki pelayanan pelanggan yang baik dan telah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh Shopee (selanjutnya disebut sebagai “Penjual Star+). Produk-produk yang dijual oleh Penjual Star selanjutnya disebut sebagai “Produk Penjual Star+”. Penjual Star+ berhak atas beberapa hak-hak istimewa dan keuntungan, sebagaimana diatur di dalam Situs.”</p> <p>Pasal 19.3 “Penjual Non-Star adalah Penjual yang bukan Penjual Star dan juga Penjual Star+ dan juga bukan Penjual Mall (sebagaimana didefinisikan pada ketentuan Layanan Shopee Mall) (“Penjual Non-Star”).”</p>
Biaya administrasi	<p>PT XYZ mengakui biaya administrasi sebagai <i>platform fee</i> atau komisi platform. Dalam pencatatannya PT XYZ menggabungkan biaya administrasi dengan biaya layanan. Dimana biaya administrasi dikenakan sebesar 1%-5% tergantung kategori produk sedangkan biaya layanan dikenakan sebesar 6,8%. Dengan begitu total platform fee yang diakui oleh PT XYZ adalah sebesar 7,8% hingga 11,8%.</p>	<p>Pasal 19.2(a) “Kecuali disepakati lain antara Shopee dan Penjual Star atau Penjual Star+ mengakui dan setuju untuk membayar kepada Shopee suatu biaya administrasi untuk setiap Produk Penjual Star atau Penjual Star+ yang terjual di Situs (“Biaya Administrasi Penjual Star atau Penjual Star+”).”</p> <p>Pasal 19.2(b) “Untuk setiap produk yang berhasil terjual di Situs, Biaya Administrasi Penjual Star dan Penjual Star+ yang dibayarkan untuk Produk Penjual Star atau Penjual Star+ akan dihitung sebagai berikut: Biaya Administrasi Penjual Star atau Penjual Star+ = (Harga original produk Penjual Star atau Penjual Star+ - total potongan dan/atau voucher diskon dari Penjual Star atau Penjual Star+) x 4,7% / 4,0% / 3,3% (tergantung kategori produk A/B/C/D/E*)”</p> <p>Pasal 19.3(d) “Penjual Non-Star mengakui dan memahami bahwa persentase Biaya Administrasi untuk Penjual Non-Star akan dihitung berdasarkan jumlah pesanan yang terselesaikan oleh Penjual sebagai berikut: (“Persentase</p>

Pertimbangan	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
		<p>Biaya Administrasi Penjual Non-Star”)</p> <p>Jika pesanan yang terselesaikan diatas 50, 4,0% / 3,2% / 2,8% (tergantung kategori produk A/B/C/D*). Jika dibawah 50 maka 0%.”</p>
Biaya layanan	PT XYZ mengakui biaya layanan ini sebagai <i>platform feeyang</i> digabung dengan biaya administrasi. Biaya layanan ini termasuk dengan biaya penarikan.	<p>Pasal 25.1(b) Terhitung sejak tanggal 23 Oktober 2022, Biaya layanan sebesar Rp 1.000 untuk setiap transaksi melalui situs maupun aplikasi Shopee (“Biaya Layanan”). Untuk diketahui Pengguna, bahwa:</p> <p>(i) Biaya Layanan hanya akan dikenakan kepada pengguna setelah 4 (empat) kali bertransaksi dengan menggunakan metode pembayaran apapun tanpa minimum pembelian.</p> <p>(ii) Biaya Layanan tidak berlaku untuk transaksi produk digital seperti keuangan, zakat, dan donasi yang dibeli melalui halaman Pulsa, Tagihan dan Tiket.</p> <p>(iii) Biaya Layanan sudah termasuk biaya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku.</p> <p>(iv) Shopee dapat mengubah besaran Biaya Layanan sewaktu-waktu dengan pemberitahuan kepada Pengguna.</p> <p>Pasal 25.2 Shopee mengenakan biaya untuk seluruh penarikan berhasil yang dilakukan melalui dompet Penjual atau ShopeePay (“Biaya Penarikan”) dan dihitung sebagai berikut dengan pembulatan kepada Rupiah terdekat.</p>
Biaya iklan	Biaya iklan merupakan biaya tersendiri yang tidak menjadi bagian dari biaya komisi. Karena iklan merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh pihak Shopee.	<p>Pasal 23.1 1 Shopee menawarkan iklan pencarian (“Search Ads”) dan layanan iklan lainnya, termasuk partisipasi dalam penawaran kilat (“Flash Deal Advertising”), Iklan Halaman Utama (“Display Ads”), iklan produk serupa</p>

Pertimbangan	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
		<p>(“Discovery Ads”) dan iklan produk otomatis (“Boost Ads”) (Search Ads, Display Ads, Discovery Ads, Boost Ads, dan Flash Deal Ads selanjutnya disebut bersama-sama sebagai “Iklan Berbayar”) di Situs Iklan Berbayarnya dan situs lain secara berkelanjutan. Penjual dapat membeli layanan Iklan Berbayar. Shopee menyediakan layanan Iklan Berbayar sesuai dengan Ketentuan Layanan ini dan setiap materi penjelasan yang dipublikasikan di Situs ini, Situs Iklan Berbayar atau dengan cara lain dikomunikasikan kepada Penjual secara tertulis (selanjutnya disebut sebagai “Aturan Iklan Berbayar”). Penjual yang membeli layanan Iklan Berbayar setuju untuk terikat oleh Aturan Iklan Berbayar. Jika Anda tidak setuju untuk terikat oleh Aturan Iklan Berbayar, jangan membeli Layanan Iklan Berbayar.</p>
Voucher	PT XYZ menyetujui penggunaan Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee untuk pembeli yang memenuhi syarat seperti syarat pembelian yang melebihi nilai minimum. Voucher dapat digunakan oleh pembeli untuk mengurangi harga beli produk (diskon).	<p>Pasal 16.2 Shopee dapat mengizinkan Penjual untuk menerbitkan Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee (masing-masing disebutkan sebagai “Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee dari Penjual”), yang mana para Pembeli dapat menggunakannya untuk transaksi yang memenuhi syarat dari toko Penjual tersebut. Apabila anda adalah Penjual yang menerbitkan Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee dari Penjual, anda akan dianggap telah menyetujui syarat dan ketentuan yang tercantum di dalam Bagian ini.</p> <p>Pasal 16.3 Ketika menerbitkan Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee dari Penjual, nilai Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee akan ditentukan oleh Penjual sesuai dengan kebijaksanaan</p>

Pertimbangan	PT XYZ	Kontrak <i>Marketplace</i> Shopee
		<p>Penjual. Penjual secara tunggal bertanggung jawab penuh untuk keakuratan nilai Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee.</p> <p>Pasal 16.4 Untuk setiap transaksi yang telah diselesaikan dimana Pembeli telah berhasil menggunakan Voucher Cashback Dalam Bentuk Koin Shopee, Penjual wajib membayar Shopee sejumlah nilai dari Koin Shopee tambahan yang dikreditkan kepada Pembeli (“Harga Koin Cashback”).</p> <p>Pasal 16.5 Setelah transaksi diselesaikan, Shopee akan memotong Harga Koin Cashback dari Uang Pembelian Pembeli, dan mengembalikannya kembali ke Penjual sesuai dengan Bagian 11.2. Untuk menghindari keragu-raguan, Harga Koin Cashback akan diterapkan sebagai tambahan dari Biaya Transaksi dan Jumlah Pajak berdasarkan Syarat Layanan.</p> <p>Pasal 16.6 Harga Koin Cashback dan Jumlah Pajak Koin Cashback secara tegas tidak dapat dikembalikan.</p>

Sumber: Olahan Peneliti, 2023Mengalokasikan Harga Transaksi

PT XYZ merupakan Perusahaan Kena Pajak (PKP) yang mana dalam setiap transaksi penjualannya PT XYZ akan mengenakan Pajak Pertambahan Nilai sebesar 11%. Oleh sebab itu, PT XYZ akan mengalokasikan harga transaksi sebesar 11% dari kewajiban pelaksanaannya.

5. Penerapan PSAK No. 72 Pada PT XYZ

Penerapan PSAK 72 pada PT XYZ dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.5 Penerapan PSAK 72 pada PT XYZ

PSAK 72	Keterangan	PT XYZ
Langkah 1 Mengidentifikasi Kontrak dengan Pelanggan	Kontrak merupakan sebuah kesepakatan antara dua pihak yang menciptakan hak untuk memaksa atau kewajiban. Pada langkah ini, PT XYZ dan pembeli telah menyepakati Syarat dan Ketentuan yang dibuat oleh pihak Shopee.	Tidak dilakukan pencatatan
Langkah 2 Mengidentifikasi	PT XYZ hanya mempunyai satu kewajiban pelaksanaan	Tidak dilakukan pencatatan

PSAK 72	Keterangan	PT XYZ
Kewajiban Pelaksanaan Dalam Kontrak	kepada pembeli yaitu mengirimkan produk atau barang yang dipesan oleh pembeli melalui situs <i>marketplace</i> . Jika PT XYZ menerima pesanan dari pembeli yang sama dengan nomer pesanan yang berbeda maka akan dianggap sebagai kewajiban pelaksanaan lainnya.	
Langkah 3 Menentukan Harga Transaksi	Harga transaksi merupakan jumlah yang dipertimbangkan oleh PT XYZ yang diperkirakan akan diterima. Pada tahap ini, PT XYZ menentukan harga transaksi setelah dikurangi dengan biaya admin, biaya layanan, biaya pengiriman yang ditanggung penjual, serta biaya promo. Harga Jual yang ditampilkan Rp. 145.000 Biaya admin (Comission Fee) 2,5% dari harga jual Rp. 3.625 Biaya layanan (Service Fee) 7.2% dari harga jual Rp. 10.440 Biaya voucher/promo (jika ada) Rp. 1.000 Harga transaksi = Rp. 129.935	Harga Jual Rp. 145.000 Beban Admin Rp. 3.600 Beban Layanan Rp. 10.368 Beban Promo <u>Rp. 1.000</u> - Harga Transaksi Rp. 130.032
Langkah 4 Mengalokasikan harga transaksi terhadap kewajiban pelaksanaan	PT XYZ merupakan PKP (perusahaan kena pajak) sehingga PT XYZ memiliki kewajiban pelaksanaan lain yaitu mengenakan pajak pada setiap barang atau produk yang terjual Harga jual sebesar Rp. 145.000 x 11% = Rp. 14.369	Saat terjadi Penjualan Aset Kontrak Rp. 145.000 PPN Keluaran Rp. 14.369 Penjualan Rp. 130.631 Saat melaporkan PPN PPN Keluaran Rp. 14.369 Kas/Bank Rp. 14.369
Langkah 5 Mengakui pendapatan ketika kewajiban pelaksanaan terpenuhi	PT XYZ mengakui pendapatan ketika pesanan dianggap selesai oleh pihak <i>marketplace</i> .	Saat terjadinya pesanan tanggal 26 Januari 2023, tidak ada pencatatan apapun Saat pesanan dinyatakan selesai oleh pihak <i>marketplace</i> tanggal 02 Februari 2023 Aset Kontrak Rp. 130.032 Beban Admin Rp. 3.600 Beban Layanan Rp. 10.368 Beban Promo Rp. 1.000

PSAK 72	Keterangan	PT XYZ
		PPN Keluaran Rp. 14.369
		Penjualan Rp. 130.631

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang sesuai dengan rumusan masalah mengenai pengakuan dan pengukuran pendapatan menurut PSAK 72 pada PT XYZ, maka dapat diambil kesimpulan bahwa PT XYZ belum sesuai dengan PSAK 72. Hal tersebut dikarenakan antara lain pengakuan pendapatan PT XYZ tidak sesuai dengan PSAK 72 dimana PSAK 72 mengakui pendapatan pada saat pesanan telah selesai dilakukan sedangkan PT XYZ mengakui pendapatan pada saat terjadinya pesanan. Selanjutnya PT XYZ mengukur pendapatannya berdasarkan harga jualnya, sedangkan dalam PSAK 72 pendapatan diukur berdasarkan harga transaksi, yaitu harga yang diperkirakan diterima oleh PT XYZ. Dalam menyajikan pendapatannya, PT XYZ mencatat transaksi penjualan sebagai kas, padahal kenyataannya PT XYZ dapat melakukan pencatatan ketika pihak *marketplace* telah membayarkan hak penjual. Untuk menyajikan beban, PT XYZ mencatat beban yang timbul dari transaksi penjualan setiap akhir bulan sekali setelah menerima invoice atas komisi dan mencatatnya ke dalam akun Komisi Penjualan Marketplace. Hal tersebut tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, karena beban yang timbul tidak hanya sebatas komisi, tetapi juga terdapat beban admin, beban layanan, beban pengiriman, beban promo, dan beban lain-lain yang mana beban-beban tersebut harus diklasifikasikan sesuai dengan tujuannya. Dan dalam pengungkapan, PT XYZ belum menyusun pengungkapan atau menerapkan pengungkapan berdasarkan PSAK 72.

REFERENSI

- Andriani, D. A., Yuniawati, I. R., & Pandriadi. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Tohar Media. https://www.google.co.id/books/edition/Transformasi_Indonesia_Menuju_Cashless_S/_ml7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Transformasi+Indonesia+Menuju+Cashless+Society&pg=PA76&prints=frontcover
- Ervina, N., Zuhra, S., & Werastuti, D. N. S. (2022). *Teori Akuntansi*. Media Sains Indonesia. <https://play.google.com/books/reader?id=uWdgEAAAQBAJ&pg=GBS.PP4&hl=id>
- IAI, I. A. I. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan*. Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Penelitian Manajemen Terapan*, 6, 114–133.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate Accounting: IFRS 4th Edition*.
- Martani, Dwi; Siregar, Sylvia Veronica; Wardhani, Ratna; Farahmita, Aria; Tanujaya, E. (2019). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasik PSAK*. Salemba Empat.
- Mutianingrum, retno asih. (2019). Penjualan Via Platform Online Market Place Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Pelaku Ukm. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2).
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi

Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Wahyuni, N., Irman, A., Mutaqin, S., & Gunawan, A. (2019). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 6(1).

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>