

PENERAPAN PENCATATAN KEUANGAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA PERUSAHAAN JASA ADVERTISING BERBASIS SAK ETAP

Article info:

Received February 2,
2022
Revised March 15, 2022
Accepted March 27, 2022

Correspondence:

¹Siti Sundari
sitisundari.ak@upnjatim.ac.id

Recommended citation:

Sundari, S., 2022,
Penerapan Pencatatan
Keuangan pada Usaha
Mikro Kecil dan Menengah
pada Perusahaan Jasa
Advertising Berbasis SAK
ETAP, *Small Business
Accounting Management
and Entrepreneurship
Review*, 2(1), 14-22.

Siti Sundari¹

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya,
Surabaya, Indonesia

ABSTRACT: *This research aimed to find out (1) how the implementation of the recording of financial reports based on SAK ETAP and (2) how the financial reporting on Advertising Service Company. Advertising Service Company is a MSMEs which is involved in advertising services sectors and was still not able to implement financial reports based on SAK ETAP properly. This research uses qualitative case study methods. The sampling technique that is used is purposive sampling. This research was carried out in five steps, such as; 1) data collection, 2) data reduction, 3) data display, 4) data analysis, and 5) verification. The result of this research shows that; 1) In recording transaction, the owner not perform the recording based on SAK ETAP. The owner didn't record a transaction routinely, 2) the recording and reporting its still in manual way, 3) documents that found in the company is only a memorandum sale and the amount is limited, 4) the owner didn't do the seperation of accounts between personal accounts and company's accounts, 5) the owner doesn't record all of the financial components of financial statements such as , income statement, statement of changes of equity, balance sheet, cash flow statement, and notes of the financial statements.*

Keywords: *advertising services, MSMEs, SAK ETAP, Financial reports*

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bagaimana penerapan pencatatan keuangan sesuai SAK ETAP dan (2) bagaimana pelaporan keuangan pada Jasa Advertising. Jasa Advertising merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa advertising dan belum menerapkan pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai dengan SAK ETAP. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Penelitian dilakukan dalam lima tahapan, yakni: 1) pengumpulan data, 2) reduksi data, 3) penyajian data, 4) analisis data, dan 5) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Dalam pencatatan transaksinya, pemilik tidak melakukan pencatatan sesuai dengan SAK ETAP. Pemilik tidak melakukan pencatatan secara rutin, 2) Pencatatan dan pelaporan yang dilakukan masih bersifat manual, 3) Dokumen yang terdapat di perusahaan hanya berupa nota penjualan saja dan jumlahnya juga sangat terbatas, 4) Pemilik tidak melakukan pemisahan rekening antara rekening pribadi dengan rekening perusahaan, 5) Pemilik tidak mencatat semua komponen laporan keuangan seperti laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

Kata Kunci: *Jasa Advertising, UMKM, SAK ETAP, Pelaporan Keuangan.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian Indonesia dan menjadi salah satu sektor andalan yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan, baik pemerintah, maupun lembaga swadaya masyarakat (Kholid dkk, 2020). Pada umumnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah masih menggunakan informasi akuntansi yang masih sangat sederhana, dan bahkan tidak memperdulikan informasi akuntansi seperti pencatatan operasional serta pencatatan beban-beban yang mempengaruhi harga jual suatu barang produksi (Musyafa'ah, 2014).

Untuk mengatasi masalah tersebut Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) pada tahun 2009 telah membuat Standar Akuntansi bagi Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik, yang disebut Standar

Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) (Tuti, dan Dwijayanti, 2014). PSAK ETAP dinilai lebih mudah untuk dipahami dan diterapkan jika dibandingkan dengan PSAK pada umumnya. SAK ETAP memang dirancang untuk digunakan pada sektor UMKM.

Akan tetapi, penerapan SAK ETAP tidak begitu saja dapat diterima oleh UMKM. Masih banyak UMKM yang tidak menerapkan pembukuan yang sesuai standar. Hal tersebut disebabkan oleh banyak hal (Hutagaol, 2012), yaitu tingkat pendidikan yang rendah, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang akuntansi, tidak memiliki tenaga ahli yang dapat melakukan pembukuan sesuai standar, adanya persepsi bahwa pembukuan tidak penting dalam usahanya, persepsi bahwa akuntansi terlalu rumit untuk dilakukan hingga tidak ada pemisahan dana pribadi dan dana yang digunakan dalam proses bisnis.

Industri di bidang jasa advertising mengalami kemajuan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan semakin banyaknya perusahaan yang menyadari pentingnya mengiklankan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Peluang ini akhirnya membuat banyak pelaku usaha akhirnya memilih untuk menjalankan jenis usaha ini. Saat ini industri advertising tidak hanya dijalankan dalam skala besar saja, tetapi juga terdapat dalam skala kecil seperti UMKM.

Jasa Advertising merupakan salah satu UMKM yang membuka usaha di bidang jasa advertising yang telah berdiri cukup lama yakni semenjak tahun 2006 hingga saat ini. Jasa Advertising berlokasi di Jalan Raya Larangan Ds. Larangan, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan peneliti, Jasa Advertising belum melakukan pencatatan atau pelaporan keuangan untuk setiap transaksi yang dilakukan. Padahal, dengan melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik dapat membantu pemilik usaha untuk memperhitungkan keuntungan yang diperoleh, berapa besarnya tambahan modal yang diperlukan, serta untuk mengukur keseimbangan antara hak dan kewajiban yang dimiliki. Fenomena ini memunculkan pertanyaan, yaitu bagaimana penerapan pencatatan keuangan sesuai SAK ETAP pada Jasa Advertising dan bagaimana pelaporan keuangan pada Jasa Advertising.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktifitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktifitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan (Sugiyono, 2013: 39).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan pencatatan serta pelaporan keuangan berbasis SAK ETAP pada Jasa Advertising. Hasil penelitian ini yaitu 1) Pencatatan yang dilakukan oleh masih sangat sederhana dan bersifat manual serta tidak dilakukannya pencatatan yang rutin atas setiap transaksi, 2) usaha ini juga tidak melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan secara rutin dan rinci, 3) terbatasnya bukti-bukti transaksi dalam perusahaan. dan 4) pemilik tidak paham serta tidak mengerti tentang SAK ETAP, ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dari pihak yang terkait.

Sistematika penulisan dimulai dari tinjauan pustaka (penelitian terdahulu, dan landasan teori), metode penelitian (definisi metode kualitatif, penentuan informan, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data), hasil dan pembahasan, bagian penutup (kesimpulan dan saran), serta daftar pustaka..

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian dan riset terdahulu yang membahas tentang Penerapan Pencatatan Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis SAK ETAP dilakukan oleh Alfitri, et al (2014), Andriani, et al (2014), Putra, et al(2012), Rudiantoro, et al (2011), Sari (2014). Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah untuk mengetahui tentang pencatatan serta pelaporan keuangan pada UMKM. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada paradigma yang digunakan peneliti, metode yang digunakan, serta objek penelitian yang berbeda.

Tabel 1. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.

Riset Terdahulu	Judul	Persamaan	Perbedaan
Alfitri, Ngadiman, dan Sohidin (2014)	Penerapan SAK ETAP pada UMKM Perajin Mebel Ds. Gondangsari Kec. Juwiring Kab. Klaten	Persamaan dengan riset ini adalah untuk membahas tentang pencatatan dan pelaporan keuangan pada UMKM	Perbedaan dalam riset ini terletak pada objek penelitian, dimana riset ini mengambil objek penelitian di Jasa Advertising.
Andriani, A.T. Atmadja, dan N.K. Sinarwati (2014)	Analisis Penerapan Pencatatan Keuangan Berbasis SAK ETAP pada UMKM (Sebuah Studi Intrepetatif pada Peggy Salon)	Persamaan dengan riset ini adalah untuk mengetahui tentang pencatatan dan pelaporan keuangan pada UMKM	Perbedaan dalam riset ini terletak pada paradigman yang digunakan jika dalam riset sebelumnya digunakan paradigma studi intrepetatif maka dalam riset ini digunakan paradigma studi kasus. Perbedaan juga terletak pada objek yang diteliti, dimana riset ini mengambil objek penelitian di Jasa Advertising.
Putra, E.P. Kurniawati (2012)	Penyusunan Laporan Keuangan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis SAK ETAP.	Persamaan dengan riset ini adalah sama-sama membahas tentang pencatatan dan pelaporan keuangan pada UKM	Perbedaan terletak pada objek penelitian yang diambil, dimana objek penelitian dalam riset ini adalah Jasa Advertising.
Rudianto, Siregar (2011)	Kualitas Laporan Keuangan Serta Prospek Implementasi SAK ETAP	Persamaan dengan riset ini adalah untuk membahas tentang pencatatan dan pelaporan keuangan pada UMKM.	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu pada riset sebelumnya menggunakan metode kuantitatif, sedangkan dalam riset ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan juga terdapat pada objek yang diteliti, di mana dalam riset ini mengambil objek penelitian di Jasa Advertising.
Sari (2014)	Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP	Persamaan dalam riset ini yaitu untuk membahas penyusunan dan penyajian laporan keuangan berdasarkan SAK ETAP	Perbedaan dalam riset ini terletak pada objek penelitian di mana riset ini mengambil objek penelitian di Jasa Advertising.

Landasan Teori

Pengertian Akuntansi

Akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan transaksi dan kejadian yang bersifat keuangan dengan cara mengumpulkan, menganalisis, disajikan dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan. akuntansi adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisis, menyajikan dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan (Rudianto, 2012: 16). Siklus akuntansi secara umum adalah proses pengumpulan data/informasi akuntansi yang dilakukan secara sistematis yang dimulai dari pencatatan akuntansi hingga penutupan akuntansi. Menurut Rudianto (2012: 16) siklus akuntansi merupakan urutan kerja yang harus dilakukan oleh akuntan sejak awal hingga menghasilkan laporan keuangan perusahaan.

Persamaan dasar akuntansi dapat digunakan untuk melihat pengaruh semua transaksi yang dilakukan perusahaan terhadap posisi keuangan perusahaan pada suatu saat (Rudianto, 2012: 29). Menurut Pura (2013: 21) prinsip dasar persamaan dasar akuntansi menyatakan bahwa aset perusahaan harus sebanding dengan kewajiban (utang) dan ekuitas perusahaan. Menurut Pura (2013: 26), ada beberapa konsep terkait dengan perlakuan akuntansi yaitu konsep pengakuan, konsep pengukuran/penilaian, konsep pencatatan, konsep penyajian, dan konsep pengungkapan. Dalam proses pencatatan hingga penyusunan laporan keuangan, akuntansi didasarkan pada beberapa prinsip dasar akuntansi. Salah satunya adalah matching principle (prinsip penandingan), yaitu menandingkan

pendapatan dengan beban yang timbul untuk memperoleh pendapatan (Rudianto, 2012: 17).

Laporan Keuangan

Setelah transaksi dicatat dan dirangkum, laporan kemudian disiapkan bagi para pengguna. Laporan akuntansi yang menyediakan informasi ini disebut laporan keuangan (Warren, 2015: 16). Menurut Pura (2013: 86) laporan keuangan merupakan media komunikasi dan pertanggungjawaban antara perusahaan dan pemiliknya atau pihak lain yang mempunyai hubungan dengan perusahaan tersebut.

- a) **Laporan Laba Rugi**
Laporan laba rugi menyajikan pendapatan dan beban untuk suatu periode waktu tertentu berdasarkan konsep penandingan (*matching concept*), yang disebut juga konsep pengaitan atau pepadanan, antara pendapatan dan beban yang terkait. Laporan laba rugi juga menyajikan selisih lebih pendapatan terhadap beban yang terjadi (Warren, 2015: 17).
- b) **Laporan Perubahan Ekuitas**
Menurut Sumarsan (2013: 22) laporan perubahan ekuitas menggambarkan jumlah ekuitas yang diinvestasikan ke dalam perusahaan, besarnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh perusahaan dan saldo ekuitas akhir perusahaan.
- c) **Laporan Posisi Keuangan**
Laporan posisi keuangan adalah laporan tentang posisi laporan keuangan perusahaan pada satu titik tertentu seperti yang tertera dalam laporan posisi keuangan, baik pada akhir bulan, kuartal, semester, atau tahun (Sumarsan, 2013: 23).
- d) **Laporan Arus Kas**
Laporan arus kas adalah laporan yang menunjukkan aliran uang yang diterima dan yang digunakan perusahaan selama satu periode akuntansi, beserta sumber-sumbernya. Secara umum semua aktivitas perusahaan dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok aktivitas utama yang berkaitan dengan penyusunan laporan arus kas (Rudianto, 2012: 19).
- e) **Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK)**
Menurut Rudianto (2012: 20), Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK) adalah suatu informasi tambahan yang harus diberikan menyangkut berbagai hal yang terkait secara langsung dengan laporan keuangan yang disajikan entitas tertentu, seperti kebijakan akuntansi yang digunakan perusahaan, dan berbagai informasi yang relevan dengan laporan keuangan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008: UMKM memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni :
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar

Definisi SAK ETAP

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) menyatakan bahwa Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dimaksudkan untuk digunakan entitas tanpa akuntabilitas publik. Entitas tanpa akuntabilitas publik adalah entitas yang tidak memiliki akuntabilitas publik signifikan serta

menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum (general purpose financial statement) bagi pengguna eksternal (IAI, 2013:1).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sugiyono (2013: 347) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan).

Penentuan Informan

Informan penelitian di dalam penelitian kualitatif berkaitan dengan bagaimana langkah yang ditempuh peneliti agar data atau informasi dapat diperolehnya. Menentukan informan bisa dilakukan oleh peneliti apabila peneliti memahami masalah umum penelitian serta memahami pula anatomi masyarakat di mana penelitian itu dilaksanakan (Bungin, 2011: 107). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive. Menurut Bungin (2011: 107) prosedur purposif adalah teknik yang menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.

Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Ada dua jenis sumber data menurut Bungin (2011: 129) yaitu:

1. Sumber Data Primer
Sumber data ini adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. Sumber data yang dimaksud adalah bagian yang terkait dengan pencatatan keuangan pada Jasa Advertising. Data primer diperoleh dengan wawancara dengan bagian yang terkait dengan pencatatan keuangan Jasa Advertising.
2. Sumber Data Sekunder
Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa beberapa dokumen pendukung seperti faktur penjualan, nota penjualan, dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survey pendahuluan untuk mendapatkan data awal mengenai gambaran umum perusahaan serta untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam usaha tersebut untuk diteliti, wawancara secara mendalam (penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling). Observasi terhadap praktik pencatatan akuntansi serta studi dokumen seperti nota.

Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Sugiyono (2013: 404) mengemukakan bahwa aktivitas data dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data ini terdiri atas data reduction, data display, dan conclusion drawing.

1. Reduksi Data
Data yang diperoleh dalam perusahaan, peneliti melakukan wawancara seputar usaha yang dijalankan dan bentuk pencatatan dan pelaporan keuangan yang dilakukan di Jasa Advertising.
2. Penyajian Data
Peneliti menyajikan data-data dalam bentuk uraian singkat sehingga mempermudah peneliti untuk memahami bagaimana usaha ini berjalan dan pencatatan keuangan yang dilakukan. Peneliti menyajikan data berbentuk teks yang bersifat naratif sehingga mudah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan
Setelah penyajian data, peneliti bisa menarik kesimpulan dengan melihat kebenaran hasil analisis yang dapat dipercaya.

Uji Keabsahan Data

Uji Keabsahan Data meliputi:

1. Uji Kredibilitas. Uji Kredibilitas data atau kepercayaan data wawancara penelitian meliputi:
 - a) Perpanjangan Pengamatan. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru (Sugiyono, 2013: 436)
 - b) Peningkatan Ketekunan. Menurut Sugiyono (2013: 437-438) meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.
2. Triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2013: 439). Peneliti melakukan triangulasi teknik dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.
3. Menggunakan bahan referensi. Menurut Sugiyono (2013: 442) yang dimaksud bahan referensi di sini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti merekam hasil wawancara dari para informan dan tulisan tangan sebagai bukti pendukung telah dilaksanakan wawancara..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Profil Jasa Advertising

Jasa Advertising merupakan usaha di bidang advertising. Usaha ini didirikan sekitar tahun 2006 setelah sebelumnya pemilik memiliki usaha di bidang sablon. Pada sekitar tahun 2000-an pemilik bekerja dalam jasa pembuatan washing label serta pita untuk brand pakaian untuk sebuah perusahaan yang dikhususkan untuk pasar ekspor ke beberapa negara di Eropa. Lalu sekitar tahun 2006 perusahaan tersebut mengalami pailit. Sejak saat itu, Pemilik usaha memulai usaha sendiri yaitu usaha jasa advertising. Dalam pengelolaan usahanya, Pemilik usaha juga dibantu oleh kerabatnya yang bertugas sebagai bagian pembukuan dalam Jasa Advertising.

Dalam proses produksinya, Pemilik usaha dibantu oleh empat orang pegawai yang masing-masing bertugas sebagai bagian pengerjaan dan bagian design yang juga merangkap sebagai front office. Jasa Advertising juga melayani design untuk produk yang akan dikerjakan. Hasil produksi dari Jasa Advertising adalah berbagai macam banner, spanduk, stempel, undangan, id card, papan struktur, name card, dan lain sebagainya. Pemilihan bahan baku langsung dilakukan oleh Pemilik usaha sendiri. Dalam proses pengerjaannya seperti dalam produksi papan struktur organisasi, Jasa Advertising mengerjakannya sudah menggunakan mesin stiker berukuran besar. rapi, lebih halus, serta sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan. Proses produksi ini diawasi secara langsung oleh Pemilik usaha. Pengiriman barang pesanan pelanggan biasanya dikirim langsung dari pihak pengelola usaha, atau terkadang diambil langsung oleh pelanggan.

Alasan, Kendala, dan Kegiatan Produksi dalam Usaha Advertising

Pemilik usaha yaitu Bapak Hisyam menyatakan bahwa alasan untuk membuka usaha advertising ini pada awalnya hanya untuk melanjutkan usaha yang sebelumnya sudah pernah dijalankan yaitu di bidang sablon. Barang yang di produksi di usaha ini adalah berbagai macam undangan, stempel, banner, spanduk, name card, id card, stiker. Pemilik mengaku dalam menjalankan usaha ini ditemukan berbagai kendala yaitu usaha ini masih belum memiliki gudang untuk penyimpanan bahan baku, selain itu usaha ini ingin menambah mesin produksi serta memiliki pick up untuk memudahkan proses pengiriman barang.

Proses Pencatatan dan Pelaporan Keuangan serta Pentingnya Pencatatan Keuangan bagi Jasa Advertising

Jasa Advertising merupakan sejenis jasa advertising yang berskala kecil yang berdiri sejak tahun 2006. Pengelolaan usaha masih dilakukan oleh pemilik sendiri yang dalam hal pembelian bahan baku hingga pengawasan produksi. Dalam menjalankan usahanya, pemilik tidak pernah melakukan proses pencatatan atau pembukuan dalam pengelolaan usahanya, dan sudah sejak dulu semua transaksi menjadi satu dalam

rekening pribadi. Pengelola usaha juga tidak melakukan pencatatan secara rutin dan hanya mencatat untuk pengeluaran saja. Pengelola juga hanya menyimpan bukti dokumen seperti nota dan slip tagih dari pelanggan saja. Pengelola sendiri memahami pentingnya dilakukan pencatatan dalam usahanya yakni untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran dalam usaha serta berapa keuntungan serta kerugian yang di dapatkan.

Bentuk Pelaporan Keuangan

Proses menghasilkan informasi keuangan suatu organisasi bagi berbagai pihak yang memerlukan dan tidak bisa dilakukan sesuai dengan selera setiap orang dan berbeda satu dengan lainnya. Jasa Advertising termasuk sektor UMKM yang seharusnya mengadaptasi penggunaan SAK ETAP dalam pelaporan keuangannya. Namun, temuan di lapangan mengungkapkan bahwa Jasa Advertising belum mengadaptasi SAK ETAP dalam setiap pelaporan keuangannya. Selama ini, usaha tersebut tidak pernah melakukan pelaporan keuangan dalam setiap transaksinya. Semua pencatatan dan pelaporan hanya dilakukan secara manual.

Penerapan Akuntansi pada Jasa Advertising

Penerapan pencatatan akuntansi pada Jasa Advertising masih sangat sederhana dan hanya secara manual. Pemilik Jasa Advertising dalam kesehariannya hampir tidak pernah mencatat setiap transaksi yang terjadi. Pencatatan hanya dilakukan saat ada order dari pelanggan serta untuk mencatat pengeluaran untuk pembelian bahan baku. Pencatatan juga hanya dilakukan oleh satu orang serta tidak memiliki buku besar atau buku khusus untuk pembukuan keuangan. Pemilik Jasa Advertising hanya melakukan pencatatan untuk pengeluaran dalam pembelian bahan baku saja, Bukti nota tersebut lalu hanya disimpan saja tanpa dibukukan kembali.

Untuk pesanan dari Pemasok, pemilik hanya menggunakan slip tagihan yang berasal dari PT. Ecco sebagai bukti telah ada penjualan. Nota yang tersedia di perusahaan juga hanya berupa nota penjualan saja. Pemilik Jasa Advertising juga tidak melakukan pencatatan keuangan atas usahanya secara rutin baik pencatatan bulanan maupun pencatatan dalam satu periode. Dalam pencatatan akuntansinya, Jasa Advertising tidak menerapkan standar khusus dalam pencatatannya serta pelaporan keuangannya. Pemilik Jasa Advertising tidak paham serta tidak mengerti tentang standar akuntansi yang benar.

Peneliti mendapatkan informasi bahwa pemilik masih menganggap penting tentang adanya laporan keuangan. hal ini menimbulkan pemikiran bahwa kedepannya usaha mempunyai keinginan untuk melakukan pencatatan keuangan secara rutin serta membuat laporan keuangan yang baik dan benar. Pemilik usaha juga menyadari dengan adanya laporan keuangan maka pemilik bisa mengetahui perkembangan usaha dalam satu periode serta dapat mengetahui pengeluaran, pemasukan serta laba atau rugi usaha secara jelas. Selain itu, jika Jasa Advertising memiliki laporan keuangan yang sesuai dengan SAK ETAP, maka pemilik Jasa Advertising dapat dengan mudah menggunakan layanan kredit perbankan yang telah disediakan oleh pemerintah yang memang ditujukan khusus untuk para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM).

Pencatatan Akuntansi Perusahaan vs Pencatatan Akuntansi SAK ETAP

Setelah melakukan observasi serta penelitian mengenai objek penelitian yaitu pada Jasa Advertising, peneliti kemudian membandingkan perlakuan akuntansi yang digunakan oleh Jasa Advertising dengan perlakuan akuntansi pada SAK ETAP.

Tabel 2. Perbandingan Perlakuan Akuntansi Jasa Advertising dengan SAK ETAP

Perlakuan Akuntansi	SAK ETAP	Jasa Advertising
Penyajian Laporan Keuangan	SAK ETAP mensyaratkan entitas untuk menyajikan laporan keuangan secara wajar meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan	Jasa Advertising tidak melakukan penyajian laporan keuangan yang meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan.

Jasa Advertising tidak menerapkan laporan keuangan yang sesuai dengan SAK ETAP. Pencatatan keuangan yang dilakukan oleh Jasa Advertising hanya dilakukan secara sederhana dan manual serta hanya mencatat pengeluaran saja. Jasa Advertising juga tidak melakukan pembukuan yang terstruktur dan

rinci bahkan pemilik juga sering tidak melakukan pencatatan pada setiap transaksinya. Pemilik usaha juga tidak melakukan pemisahan antara rekening pribadi dengan rekening usaha sehingga laba atau rugi serta pemasukan untuk usaha tidak dapat diketahui secara jelas besaran nominalnya. Seharusnya Jasa Advertising menerapkan serta membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK ETAP. Hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan usahanya di kemudian hari, sehingga pemilik usaha dapat mengetahui secara pasti tentang perkembangan usaha yang selama ini dijalankan serta dapat menentukan keputusan yang bijak dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pencatatan transaksinya, pemilik tidak melakukan pencatatan sesuai dengan SAK ETAP. Pemilik tidak melakukan pencatatan secara rutin pada setiap terjadinya transaksi.
2. Pencatatan dan pelaporan yang dilakukan masih bersifat manual.
3. Dokumen yang terdapat di perusahaan hanya berupa nota penjualan saja dan jumlahnya juga sangat terbatas.
4. Pemilik tidak melakukan pemisahan rekening antara rekening pribadi dengan rekening perusahaan sehingga pemilik tidak dapat mengetahui secara pasti berapa pemasukan untuk usaha dan berapa laba yang di dapat.
5. Pemilik tidak mencatat semua komponen laporan keuangan seperti laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagi Jasa Advertising diharapkan pemilik usaha melakukan pemisahan rekening antara rekening pribadi dan usaha untuk mengetahui pemasukan serta pengeluaran secara rinci. Selain itu, pemilik usaha diharapkan melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai dengan SAK ETAP.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai pencatatan dan pelaporan keuangan secara lebih mendalam.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan sumber data yang berasal dari keterangan informan langsung di lapangan. Penelitian ini bersifat lokal, terkini, dan unik sehingga tidak bisa digeneralisasikan. Namun, peneliti tidak bisa memperoleh dokumentasi yang lengkap seperti untuk mendapatkan bukti transaksi usaha karena bukti transaksi yang ada dalam perusahaan jumlahnya sangat terbatas. Dalam hal ini, peneliti hanya mendapatkan dokumentasi berupa nota penjualan perusahaan.

Implikasi

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Jasa Advertising belum melakukan pencatatan serta pelaporan keuangan berbasis SAK ETAP. Pemilik juga tidak melakukan pencatatan secara rutin pada setiap terjadinya transaksi. Pemilik juga tidak melakukan pemisahan rekening antara rekening pribadi dengan rekening usaha sehingga semua saldo untuk usaha dan pribadi bercampur sehingga pemilik tidak dapat mengetahui laba atau rugi yang didapat. Dokumen yang terdapat dalam perusahaan hanya berupa nota penjualan barang saja dan jumlahnya juga sangat terbatas. penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pihak UMKM agar dapat melakukan pencatatan serta pelaporan keuangan yang berbasis SAK ETAP serta diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai acuan mengenai pelaporan dan pencatatan keuangan pada UMKM dalam sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitri. Arri, Ngadiman, dan Sohidin. 2014. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Perajin Mebel Ds. Gondangsari Kec. Juwiring Kab. Klaten. Jurnal Penelitian UNS, Vol. 2 No. 2, Hal 135 s/d 147.

- Andriani, L, A.T Atmadja, dan N.K. Sinarwati. 2014. Analisis Penerapan Pencatatan Keuangan Berbasis SAK ETAP pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Sebah Studi Intrepetatif pada Peggy Salon). e-Journal S1 Ak. Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Akuntansi Program S1, Vol. 2 No.1.
- Bungin, H.M. Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial. Edisi 5. Jakarta: KENCANA.
- Hutagaol, R. M. 2012. Penerapan Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah. Jurnal Ilmiah, Vol. 1 No. 2, p. 1-8.
- IAI. 2013. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia
- Kholid, M., Alvian, S., & Tumewang, Y. 2020, June 6. Determinants of Mobile Accounting App Adoption by Micro, Small, and Medium Enterprise in Indonesia. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 52-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.74>
- Musyafa'ah. 2014. Studi Komparatif Pencatatan Akuntansi Sesuai SAK ETAP dengan Pencatatan UMKM di Sidoarjo. e-Journal Unesa, Vol. 2 No. 2.
- Pura, R. 2013. Pengantar Akuntansi 1 Pendekatan Siklus Akuntansi . Jakarta: Erlangga.
- Putra, Herman Adhy, dan E.P. Kurniawati. 2012, 14 Desember. Penyusunan Laporan Keuangan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Pekan Ilmiah Dosen FEB- UKSW.
- Republik Indonesia. 2008. Undang- Undang No. 20 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Rudianto. 2012. Pengantar Akuntansi. Jakarta: Erlangga.
- Rudiantoro, R dan S.V. Siregar. 2011, 21-22 Juli. Kualitas Laporan Keuangan UMKM serta Propsek Implementasi SAK ETAP. Simposium Nasional Akuntansi XVI.
- Sari, A. P. 2014. Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (Studi Kasus pada Perusahaan Rokok Trubus Alami). SKRIPSI, Malang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen, Edisi 1. Jakarta: ALFABETA.
- Sumarsan, T. 2013. Akuntansi Dasar dan Aplikasi Dalam Bisnis Versi IFRS, Jilid 1. Jakarta: INDEKS.
- Suardjono. 2010. Akuntansi Pengantar Bagian 1 Proses Penciptaan Data Pendekatan Sistem, Edisi 3. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tuti, Rias, dan S. P. F. Dwijayanti. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM dalam Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP. The 7th NCFB and Doctoral Colloquium, Fakultas Bisnis dan Pasca Sarjana UKWMS.
- Warren, Carl, Reeve, James M, Duchac, Jonathan E, Suhardianto, Novyra, Kalajanti, Devi S, Jusuf, Amir A, dan Djakman, Chaerul D.2015. Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia. Jakarta: Salemba Empat