

ABSTRAKSI

Metode penjualan suatu produk mengalami perkembangan yang berarti, terlihat dengan adanya metode-metode yang digunakan dalam penjualan, seperti metode penjualan tunai, metode penjualan kredit, juga metode penjualan konsinyasi (titipan).

Metode penjualan konsinyasi semakin banyak digunakan oleh badan usaha - badan usaha dalam kegiatan usahanya. Persaingan yang tajam dalam dunia usaha membuat badan usaha - badan usaha mulai mencari cara untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar. Metode penjualan ini lebih diminati karena kecilnya risiko yang harus ditanggung oleh agen penjual yang menjadi perantara badan usaha untuk memasarkan produknya.

Dalam menghadapi persaingan yang makin ketat, maka sejak tahun 1995 P.T. "X" berusaha meningkatkan dan mengembangkan volume penjualannya dengan melakukan penjualan konsinyasi.

Karena penjualan konsinyasi merupakan hal yang baru bagi P.T. "X", maka perlakuan akuntansi untuk penjualan konsinyasi oleh P.T. "X" diperlakukan seperti pada penjualan kredit.

Setiap ada pengiriman barang konsinyasi dari P.T. "X" kepada pelanggan (agen penjual), P.T. "X" langsung mengakui adanya penjualan P.T. "X" langsung menambah piutang dagang dan mengurangi sediaannya.

Pencatatan atas transaksi konsinyasi yang dilakukan P.T. "X" tersebut mengakibatkan nilai yang tidak nyata pada perkiraan penjualan, piutang dan sediaan. Selanjutnya jumlah laba (rugi) P.T. "X" juga menjadi tidak nyata.

Pencatatan untuk penjualan konsinyasi sebenarnya tidak sama dengan pencatatan untuk penjualan biasa (kredit ataupun tunai) karena pengakuan pendapatan yang berbeda dari kedua metode penjualan tersebut.

Penjualan konsinyasi baru diakui jika pelanggan (agen penjual) sudah menjual barang konsinyasi kepada pihak ketiga. Barang yang sudah dikirim ke pelanggan (agen penjual) tapi belum terjual kepada pihak ketiga masih merupakan sediaan bagi P.T. "X".