

Perlakuan Akuntansi *Beverage Promotion* di Hotel WS

Shellina Pratiwi Tamatopol¹, IGN Agung Wiryanata^{2*}

^{1,2} Politeknik Pariwisata Bali

¹agungwiryanata1972@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:
 Tanggal Masuk
 Tanggal Diterima
 Tersedia *Online*

Kata Kunci: **Perlakuan Akuntansi, Beverage Promotion, Revenue**

ABSTRAK

Beverage promotion adalah salah satu bentuk promosi yang dibuat khusus untuk penjualan beverage (minuman beralkohol) dan bertujuan untuk memikat minat tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlakuan akuntansi beverage promotion yang diterapkan di hotel WS. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, serta studi dokumentasi. Dalam hasil penelitian ini menjelaskan bahwa bentuk perlakuan akuntansi beverage promotion di Hotel WS telah sesuai dengan Konsep Penandingan dimana ketika pendapatan dari beverage promotion diakui, maka akan ada biaya yang timbul dan dibebankan pada periode tersebut. Beverage compliment telah dialokasikan sesuai dengan USALI Schedule 7 – Sales & Marketing pada akun Entertainment In-house (Promotion Event). Perlakuan akuntansi beverage promotion telah diterapkan sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018 yaitu pengakuan pendapatan dan beban telah dilakukan secara handal, pengukuran pendapatan dan beban telah sesuai dengan nilai wajar, dan pendapatan dan beban beverage promotion telah diakui dan disajikan pada laporan laba rugi dan lampiran.

1. Pendahuluan

Pulau Bali mengalami perkembangan pariwisata yang cukup pesat serta memiliki berbagai keunikan seni, budaya, dan kekayaan alam di Indonesia. Dengan segala potensi dan keunikan yang dimiliki, membuat Bali menjadi primadona pariwisata Indonesia yang mampu memikat wisatawan baik lokal ataupun mancanegara untuk menikmati keindahannya. Semakin banyaknya jumlah wisatawan tentunya berdampak bagi banyak usaha pariwisata yang ada di Bali seperti usaha restoran, jasa perjalanan, dan akomodasi atau hotel. Hotel adalah usaha penyedia akomodasi berbentuk bangunan yang menjual kamar, kegiatan hiburan, jasa pelayanan makanan dan minuman, serta fasilitas lain untuk para tamu (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022).

Pendapatan utama hotel umumnya bersumber dari pendapatan kamar serta selanjutnya pendapatan makanan minuman dan pendapatan lainnya. Dikaji dari struktur pendapatan dan biaya hotel di Indonesia, pendapatan kamar menyumbang kontribusi pendapatan terbanyak

Guna Sewaka: Jurnal Manajemen
Vol. 3 No. 1 Februari 2024
<http://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/GSJ>

dengan kisaran 60-70% dari keseluruhan, diikuti oleh makanan (25-35%) dan minuman (10-15%) (Wiyasha, 2010). Meskipun memiliki kontribusi paling sedikit diantara pendapatan kamar dan makanan, tetapi jika penjualan minuman dimaksimalkan maka akan berdampak signifikan bagi pendapatan hotel. Dalam memaksimalkan penjualan minuman, hotel bisa melakukan banyak cara salah satunya dengan membuat promo untuk menarik minat tamu.

Promosi yaitu rangkaian kegiatan perusahaan dalam rangka memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk terhadap pasar sasaran. Promosi merupakan suatu prosedur perusahaan yang merujuk pada metode penyampaian informasi tentang suatu produk. Promosi dilaksanakan untuk memperkenalkan jasa atau produk yang ditujukan pada konsumen sehingga berminat membeli (Firmansyah, 2019). Setiap usaha khususnya hotel pastinya memerlukan promosi untuk memasarkan atau memperkenalkan produknya ke masyarakat dan setiap jenis promosi yang dilakukan diharap dapat berdampak bagi peningkatan pendapatan hotel dan harus disesuaikan dengan kebutuhan, kemampuan, dan target market hotel.

Hotel WS merupakan salah satu hotel berbintang lima yang terletak di Seminyak. Dalam upaya meningkatkan pendapatan, hotel WS menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan, diantaranya adalah penawaran berbagai promo menarik khusus untuk minuman beralkohol di salah satu outlet. Salah satu promo yang ditawarkan adalah Buy 1 Get 1 untuk selected item. Promo yang diadakan oleh Hotel WS tentunya dalam rangka promosi untuk meningkatkan kunjungan tamu dan akan berdampak juga bagi pendapatan hotel.

Departemen makanan dan minuman (food & beverage department) adalah salah satu departemen yang tergolong ke dalam klasifikasi revenue generating (menghasilkan pendapatan). Departemen menghasilkan pendapatan adalah departemen yang mengadakan kontak secara langsung dalam memberikan layanan kepada tamu, karenanya disebut juga sebagai guest direct contact atau operated department (Wiyasha, 2010). Pada setiap periode, departemen makanan dan minuman memiliki target untuk memaksimalkan penjualan dan meningkatkan pendapatan hotel. Salah satu cara untuk memaksimalkan penjualan adalah dengan membuat promo untuk menarik kunjungan tamu, seperti penawaran promo yang ada di hotel WS. Seluruh penjualan yang diterima dari beverage promotion maupun beverage sales akan menjadi tanggung jawab seorang Income Auditor untuk mencatat, mengolah, dan melaporkan setiap pemasukan yang diterima sesuai perlakuan akuntansi yang diterapkan hotel. Yang dimaksud dengan perlakuan akuntansi yaitu bagaimana kejadian atau transaksi diperlakukan dalam akuntansi (Pura. R, 2013).

Berikut merupakan tabel data total penjualan makanan dan minuman serta penjualan *beverage promotion* di Hotel WS periode Mei–Desember 2022:

Tabel 1: Data Total Penjualan Makanan dan Minuman, Penjualan Beverage Promotion, dan Persentase Biaya Promosi di Hotel WS Periode Mei – Desember 2022

Bulan	Penjualan Makanan	Penjualan Minuman	Total Penjualan Makanan & Minuman	Penjualan Beverage Promotion	% Biaya Promosi
Mei	1.034.517.292	1.289.739.472	2.324.256.764	193.460.921	15%
Juni	1.201.013.423	1.563.908.372	2.764.921.795	375.338.009	24%
Juli	1.235.221.492	2.482.940.182	3.718.161.674	608.320.345	24,5%
Agustus	1.277.346.589	2.179.948.165	3.457.294.754	512.287.819	23,5%
September	1.080.965.253	1.482.926.482	2.563.891.735	326.243.826	22%
Oktober	1.204.614.335	1.080.313.195	2.284.927.530	210.661.073	20%
Nopember	1.148.902.307	1.390.827.452	2.539.729.759	292.073.765	21%
Desember	1.115.024.036	2.872.260.891	3.987.284.927	718.065.223	25%
Total	9.296.604.727	14.342.864.211	23.640.468.938	3.236.450.980	175%
Rata-Rata	1.162.200.591	1.792.858.026	2.955.058.617	404.556.373	22%

[Sumber: Departemen *Finance* Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat penjualan dari makanan dan minuman, penjualan *beverage promotion*, serta persentase biaya promosi dari Hotel WS pada periode Mei–Desember 2022. Besarnya nominal *beverage promotion* 15-25% dari total penjualan minuman yang otomatis akan menambah besaran biaya promosi. Di lihat dari besarnya pendapatan dari penjualan *beverage promotion*, maka semakin besar juga biaya promosi yang terjadi.

Pedoman yang digunakan sebagai acuan dari penelitian ini adalah Konsep Penandingan menurut Suwardjono, USALI *Schedule 7–Sales & Marketing*, dan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2018 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Pedoman-pedoman yang telah disebutkan di atas akan dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis perlakuan akuntansi *beverage promotion* yang diterapkan di Hotel WS. Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis apakah perlakuan akuntansi *beverage promotion* di Hotel WS sudah sesuai dengan standar atau aturan yang berlaku. Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan mencoba mengangkatnya ke dalam penulisan skripsi dengan judul *Perlakuan Akuntansi Beverage Promotion di Hotel WS*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Perlakuan Akuntansi

Teori Perlakuan akuntansi memiliki berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli, akan tetapi pada dasarnya definisi perlakuan akuntansi yang beragam tersebut selalu menekankan kegunaannya sebagai dasar untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan yang telah ditetapkan. Menurut Suwardjono (2017:192), “perlakuan akuntansi adalah tindakan yang dikenakan terhadap suatu objek yang bersifat finansial yang meliputi pengukuran (measurement) dan penilaian (valuation), pengakuan (recognition), dan penyajian (presentation)”. Menurut Pura R (2013:25), Perlakuan akuntansi adalah bagaimana suatu transaksi atau kejadian tersebut diperlakukan di dalam akuntansi. Untuk memperlakukan kejadian tersebut, ada beberapa konsep yang terkait dengan perlakuan akuntansi yaitu dengan konsep pengakuan, pengukuran, pencatatan, penyajian, dan pengungkapan. Sedangkan menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2017:92), “perlakuan akuntansi adalah aturan-aturan atau langkah-langkah yang dilakukan dalam proses akuntansi yang meliputi pengakuan, pencatatan, dan penyajian informasi keuangan dalam laporan keuangan perusahaan”. Berdasarkan beberapa penjelasan dari ahli diatas, dapat dirumuskan bahwa perlakuan akuntansi adalah tindakan yang dilakukan terhadap suatu transaksi yang meliputi proses pengakuan, pengukuran, pencatatan, penilaian, penyajian informasi keuangan yang mengacu pada standar yang berlaku, dan hasilnya akan digunakan sebagai informasi dalam pengambilan suatu keputusan bagi pemakainya.

Pengakuan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (2018:1.7) mengemukakan bahwa entitas mengakui seluruh pos-pos penghasilan dan beban pada suatu periode dalam laba rugi kecuali suatu PSAK mensyaratkan atau mengizinkan lain. Pendapatan dan beban yang di hasilkan dari transaksi beverage promotion harus diakui pada pos-pos penghasilan dan beban yang ada dalam laporan laba rugi perusahaan pada suatu periode tertentu. Dengan diakuinya pendapatan dan beban tersebut, maka entitas telah menerapkan pengakuan penghasilan dan beban yang ada pada PSAK No. 1 Tahun 2018. 2.1.6.2 Pengukuran Pendapatan diukur entitas berdasarkan nilai wajar dari jumlah yang diterima atau akan diterima, dengan mempertimbangkan jumlah potongan dagang dan rabat volume yang diperkenankan oleh entitas. Dalam aktivitas normal, entitas juga melakukan transaksi lain yang tidak menghasilkan pendapatan tetapi insidental terhadap aktivitas penghasil utama pendapatan. (PSAK No. 1, 2018:1.17).

Penyajian Laporan keuangan menyajikan secara wajar posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas suatu entitas. Penyajian yang wajar mensyaratkan penyajian secara jujur dampak dari transaksi, peristiwa lain dan kondisi sesuai dengan definisi dan kriteria 15

pengakuan aset, liabilitas, penghasilan dan beban yang diatur dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan (PSAK No. 1, 2018:1.5). Sebuah laporan keuangan harus menyajikan secara wajar posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas suatu entitas. Menurut penjelasan di atas, yang dimaksud menyajikan secara wajar adalah entitas menyajikan secara jujur seluruh dampak dari transaksi yang terjadi seperti pengakuan aset, liabilitas, penghasilan, dan beban yang terjadi dalam satu periode bersangkutan. Ketika entitas telah mengakui seluruh transaksi yang terjadi dan disajikan dalam laporan keuangan, berarti entitas tersebut telah menerapkan penyajian laporan keuangan sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018.

Pengungkapan Menurut PSAK No. 1 (2018:117-118), entitas mengungkapkan dalam ringkasan kebijakan akuntansi signifikan: (a) dasar pengukuran yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan; dan (b) kebijakan akuntansi lain yang diterapkan yang relevan untuk memahami laporan keuangan. Penting bagi entitas untuk menginformasikan kepada pengguna laporan keuangan mengenai dasar pengukuran yang digunakan dalam laporan keuangan karena dasar pengukuran keuangan yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan mempengaruhi analisis penggunaan laporan keuangan secara signifikan.

2.2 Beverage Promotion

Beverage dalam dunia hospitaliti atau perhotelan merupakan sebutan untuk segala jenis minuman yang mengandung alkohol, seperti beer, wine, liquor, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk minuman yang tidak mengandung alkohol akan dikategorikan ke dalam food, seperti susu, jus, dan lainnya (Wiyasha, 2018:243).

Promotion Beverage promotion (promo minuman) adalah salah satu bentuk promosi yang dibuat khusus untuk pembelian beverage atau minuman beralkohol yang bertujuan untuk menarik minat tamu. Menurut Firmansyah (2019:66), Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Promosi adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan yang mana mengacu pada teknik-teknik mengomunikasikan informasi mengenai suatu produk. Variabel promosi meliputi antara lain sales promotion, advertising, sales force, public relation, dan direct marketing. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada para konsumen agar mereka tertarik untuk membeli. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa beverage promotion merupakan salah satu bentuk promosi yang berguna untuk menarik minat tamu, dampaknya tidak hanya peningkatan jumlah pengunjung tetapi juga sebagai cara untuk memperoleh pendapatan lebih dan memperkenalkan produk yang dipromosikan kepada pembeli.

2.3 Konsep Penandingan

Menurut Suwardjono Menurut Suwardjono (2017:409), Konsep penandingan merupakan implikasi dari adanya konsep periode akuntansi. Penandingan (matching) dilakukan untuk menentukan laba periode tersebut, sehingga pendapatan periode tersebut ditandingkan dengan biayabiaya yang dianggap menciptakan pendapatan tersebut. Maka, biaya dengan demikian merupakan upaya untuk menghasilkan pendapatan dengan waktu sebagai takaran penandingannya. Konsep penandingan merupakan salah satu bagian dari Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) atau prinsip-prinsip akuntansi keuangan yang berlaku umum. Konsep penandingan menurut Suwardjono dianggap telah diterapkan dengan baik jika pendapatan suatu periode dibebani dengan biaya-biaya yang secara ekonomis berkaitan dengan produk yang menghasilkan pendapatan tersebut.

2.4 USALI Schedule 7 – Sales and Marketing

USALI atau Uniform System of Accounts for the Lodging Industry merupakan standar untuk praktik akuntansi di hotel. USALI diterbitkan oleh The Hotel Association of New York City. Setelah mengalami revisi beberapa kali, pada tahun 1996 dilahirkan kembali dengan sebutan baru yaitu Uniform System of Accounts for the Lodging Industry. USALI memiliki berbagai bahasan yang terbagi 5 bagian, antara lain part I Operating Statements, part II Financial Statements, part III Financial Ratios and Operating Metrics, part IV Revenue & Expense Guide, dan part V Gross vs. Net Reporting. Penelitian ini menggunakan part I Operating Statements tentang Sales & Marketing sebagai acuan. Pada bagian sales & marketing, terdapat penjelasan mengenai biaya atau beban yang berkaitan dengan departemen tersebut seperti biaya gaji dan biaya lain-lain seperti agency fees, cluster services, media, photography, promotion, entertainment in-house, dan lain sebagainya. Penelitian ini mengambil fokus pada bagian other expenses yaitu entertainment in-house. Yang dimaksud entertainment in-house adalah biaya yang keluar dari makanan dan minuman yang dipergunakan untuk hiburan tamu, vendor, dan klien bisnis pada outlet makanan dan minuman yang dimiliki oleh properti atau hotel (USALI, 2018:106).

3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian harus diuraikan secara rinci. Jika penelitian kuantitatif meliputi jenis data, teknik pengambilan sampel, operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data. Jika kualitatif memuat desain penelitian, lokasi penelitian, dan teknik analisis.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif serta cenderung menggunakan analisis yang berfungsi untuk memahami suatu

fenomena yang dialami subyek dalam penelitian. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas objek penelitian (Abdussamad, 2021). Metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek yang bersifat alamiah tanpa perlakuan rekayasa. Dimana hal ini memosisikan peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini, penelitian kualitatif digunakan untuk menganalisis perlakuan akuntansi *beverage promotion* yang diterapkan di Hotel WS serta menjadikan Konsep Penandingan menurut Suwardjono, USALI, dan PSAK No. 1 tahun 2018 sebagai acuan atau tolak ukur dalam proses analisa. Hasil akhir dalam penelitian ini adalah kesimpulan yang akan memberi jawaban dari rumusan masalah.

Penelitian yang dilakukan di Hotel WS ini berfokus pada bagian *Income Auditor* di departemen *finance* dengan menggunakan metode wawancara dan studi dokumentasi dalam proses pengumpulan data. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan akan menjadi bahan analisa penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif didapat dari hasil wawancara yang disajikan dalam bentuk narasi. Sedangkan data kuantitatif adalah total penjualan makanan dan minuman, total penjualan *beverage promotion*, dan persentase biaya promosi yang disajikan pada bagian latar belakang masalah. Menurut Samsu (2017), data primer bersumber langsung dari informan, sedangkan data sekunder dari sumber kedua dalam rangka mendukung penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan *income auditor*, serta data penjualan makanan dan minuman di Hotel WS sebagai data sekunder.

Setelah melalui proses pengumpulan data, data tersebut akan di reduksi untuk dirangkum, memilih pokok, dan memfokuskan pada hal yang penting. Setelah itu data akan ditampilkan dalam bentuk tabel penyesuaian antara konsep akuntansi menurut ahli dan teori yang berlaku umum dan standar yang diterapkan di Hotel WS. Langkah ketiga akan diambil sebuah kesimpulan sesuai hasil penelitian.

4. Analisis dan Pembahasan

Hasil analisis disajikan secara jelas dan ringkas sesuai tujuan penelitian. Penjelasan hasil mengacu pada tabel dan atau gambar. Pembahasan harus menunjukkan hubungan di antara data hasil dengan data penelitian sebelumnya dan membahas manfaat dari hasil penelitian.

Pengumpulan data, menggunakan metode wawancara dan studi dokumentasi. Seluruh hal yang berhubungan dengan pendapatan termasuk pendapatan dari *beverage promotion* akan dicatat, diolah, dan dilaporkan datanya oleh *Income Auditor*. Pendapatan dan beban dari *beverage promotion* akan diakui dan dialokasikan sesuai dengan akunnya masing-masing. Pendapatan akan diakui sebagai *beverage sales*, beban akan diakui sebagai *cost of beverage*

sales, dan beban dari *complimentary* akan diakui sebagai *Other Expenses* pada *Entertainment In-house (Promotion Event)* di bawah departemen *Sales & Marketing*.

Kesesuaian perlakuan akuntansi *beverage promotion* yang diterapkan di Hotel WS berdasarkan pernyataan para ahli dan teori akuntansi dengan kenyataan yang terjadi, sebagai berikut:

Konsep Penandingan/*Matching Concept* menurut Suwardjono
Tabel 4.1: Perlakuan Akuntansi Beverage Promotion di Hotel WS

Konsep Penandingan menurut Suwardjono (2017:409)	Standar yang Diterapkan Di Hotel WS	Hasil Analisis
Konsep penandingan merupakan implikasi dari adanya konsep periode akuntansi. Penandingan (<i>matching</i>) dilakukan untuk menentukan laba periode tersebut, sehingga pendapatan periode tersebut ditandingkan dengan biaya-biaya yang dianggap menciptakan pendapatan tersebut. Maka, biaya dengan demikian merupakan upaya untuk menghasilkan pendapatan dengan waktu sebagai takaran penandingannya.	Pendapatan yang diperoleh dari <i>beverage promotion</i> diakui sebagai <i>beverage sales</i> (penjualan minuman), dan secara otomatis akan ada beban yang keluar dan menambah <i>beverage cost</i> . Sedangkan untuk item promo (<i>get 1</i>) akan diakui bebannya saja sebesar <i>cost of goods sold</i> sebagai <i>compliment</i> yang akan mengurangi <i>beverage cost</i> karena tidak ada pendapatan yang diterima.	Pengakuan pendapatan dan beban sudah sesuai dengan standar dari konsep penandingan/ <i>matching concept</i> . Ketika pendapatan <i>beverage promotion</i> diakui, otomatis akan ada beban yang keluar dan terhitung pada <i>beverage cost</i> . Sedangkan untuk item promo (<i>get 1</i>), karena tidak ada pendapatan yang diterima, maka hanya bebannya saja yang diakui sebesar <i>cost of goods sold</i> dan dianggap sebagai <i>compliment</i> .

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa pengakuan pendapatan dan beban dari *beverage promotion* telah dilakukan sesuai dengan Konsep Penandingan menurut Suwardjono yang standarnya berlaku umum. Sehingga dapat dikatakan pengakuan pendapatan dan beban *beverage promotion* di Hotel WS sesuai dengan Konsep Penandingan menurut Suwardjono.

USALI Schedule 7 – Sales & Marketing

Tabel 4.2: Perlakuan Akuntansi Beverage Promotion di Hotel WS sesuai USALI

USALI Schedule 7 – Sales & Marketing	Standar yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
<p>Other Expenses: Entertainment In-House <i>Includes the food and beverage at cost, gratuities, service charges, and sales taxes (if applicable) consumed in the entertainment of guests, vendors, and business clients in the property's food and beverage facilities.</i></p> <p>Terjemahan Bebas: Termasuk makanan dan minuman sesuai biaya, gratifikasi, biaya layanan, dan pajak penjualan (jika ada) yang digunakan untuk hiburan tamu, vendor, dan klien bisnis di fasilitas makanan dan minuman yang dimiliki oleh properti.</p>	<p>Item promo (<i>get 1</i>) dianggap sebagai <i>compliment</i> dengan menggunakan <i>Entertainment Check</i> yang dibebankan pada <i>Entertainment In-House (Promotion Event)</i> dibawah departemen <i>Sales & Marketing</i> sebesar <i>cost of goods sold</i> (harga pokok penjualan).</p>	<p>Pengakuan beban sudah sesuai dengan standar dari USALI Schedule 7 yang membahas tentang Sales & Marketing khususnya yang termasuk dalam <i>Other Expenses</i> yaitu <i>Entertainment In-House (Promotion Event)</i>.</p>

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa beban yang dihasilkan dari *beverage promotion* telah dibebankan ke *Other Expenses* pada akun *Entertainment In-House* di bawah departemen *Sales & Marketing*. Seperti penjelasan mengenai isi dari teori USALI, bahwa *Entertainment In-House* merupakan akun yang dipergunakan untuk beban dari *complimentary* tamu seperti makanan dan minuman yang digunakan untuk hiburan tamu, vendor, dan klien bisnis di *outlet* yang hotel miliki. Maka dari itu, beban yang muncul dari *beverage promotion* dialokasikan ke *complimentary* yang nantinya akan diakui sebagai *other expenses* di laporan laba rugi hotel. Melalui penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perlakuan akuntansi terhadap beban *beverage promotion* di Hotel WS sudah sesuai dengan teori USALI Schedule 7 – Sales & Marketing.

Pengakuan

Tabel 4.3: Pengakuan Beverage Promotion di Hotel WS Berdasarkan PSAK No. 1 Tahun 2018

PSAK No. 1 Tahun 2018: Pengakuan (2018:88)	Pengakuan yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
Entitas mengakui seluruh pos-pos penghasilan dan	Pendapatan dan beban yang dihasilkan dari item yang dibayar oleh tamu (<i>buy 1</i>) diakui dalam	Pengakuan pendapatan dan beban untuk item

PSAK No. 1 Tahun 2018: Pengakuan (2018:88)	Pengakuan yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
beban pada suatu periode dalam laba rugi kecuali suatu PSAK mensyaratkan atau mengizinkan lain.	laporan laba rugi hotel. Pendapatan diakui sebagai <i>beverage sales</i> , dan beban diakui sebagai <i>beverage cost</i> . Beban dari item promo (<i>get 1</i>) diakui dalam laporan laba rugi hotel. Beban diakui pada <i>Other Expenses</i> akun <i>Entertainment In-house (Promotion Event)</i> dibawah departemen <i>Sales & Marketing</i> .	yang dibayar oleh tamu (<i>buy 1</i>) dan beban item promo (<i>get 1</i>) telah dilakukan sesuai dengan standar yang berlaku pada PSAK No. 1 Tahun 2018.

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai pengakuan pendapatan dan beban dari *beverage promotion* di Hotel WS dapat dikatakan sudah sesuai atau tepat dengan PSAK No. 1 Tahun 2018 tentang Pengakuan. Pada PSAK, dikatakan bahwa entitas mengakui seluruh pos-pos penghasilan dan beban pada suatu periode dalam laba rugi, kecuali suatu PSAK mensyaratkan atau mengizinkan lain. Pendapatan dari hasil penjualan *beverage promotion* diakui sebagai *beverage sales*, beban dari item yang dibayar oleh tamu (*buy 1*) diakui sebagai *cost of beverage sales*, sedangkan untuk beban yang keluar dari item promo (*get 1*) diakui sebagai *other expenses* pada *entertainment in-house (promotion event)* di bawah departemen *Sales & Marketing*.

Pengukuran

Pengukuran yang dilakukan hotel WS dapat dilihat seperti tabel berikut ini

Tabel 4.4: Pengukuran Beverage Promotion di Hotel WS berdasarkan PSAK No. 1 Tahun 2018

PSAK No. 1 Tahun 2018: Pengukuran (2018:34)	Pengukuran yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
Pendapatan mendefinisikan pendapatan dan mensyaratkan entitas untuk mengukurnya berdasarkan nilai wajar dari jumlah yang diterima atau akan diterima, dengan mempertimbangkan jumlah potongan dagang dan rabat volume yang diperbolehkan.	Pendapatan dari <i>beverage promotion</i> diukur sesuai dengan kebijakan yang ditentukan Hotel WS yaitu perbandingan 60:40. 60 merupakan laba yang diperoleh dan 40 merupakan <i>cost of beverage sales</i> .	Pendapatan <i>beverage promotion</i> di Hotel WS telah diukur dengan andal sesuai nilai wajar yang diterima. Dengan ini dapat dikatakan bahwa pengukuran pendapatan <i>beverage promotion</i> di Hotel WS telah sesuai dengan pengukuran pendapatan PSAK No. 1 Tahun 2018.

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas bahwa pengukuran pendapatan *beverage promotion* di Hotel WS telah dilakukan sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018. Besaran pendapatan yang diakui telah sesuai dengan nilai wajar. Hal ini dilakukan melalui pengurangan pemasukan dengan beban yang terjadi dari transaksi *beverage promotion* tersebut. Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa pengukuran pendapatan *beverage promotion* di Hotel WS telah diukur dengan handal sesuai nilai wajar dan sudah sesuai dengan pengukuran pendapatan PSAK No. 1 Tahun 2018 tentang Penyusunan Laporan Keuangan.

Penyajian

Tabel 4.5: Penyajian Beverage Promotion di Hotel WS Berdasarkan PSAK No. 1 Tahun 2018

PSAK No. 1 Tahun 2018: Penyajian (2018:15)	Penyajian yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
Laporan keuangan menyajikan secara wajar posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas suatu entitas. Penyajian yang wajar mensyaratkan penyajian secara jujur dampak dari transaksi, peristiwa dan kondisi lain sesuai dengan definisi dan kriteria pengakuan aset, liabilitas, pendapatan dan beban yang diatur dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan. Penerapan SAK, dengan pengungkapan tambahan jika diperlukan, dianggap menghasilkan penyajian laporan keuangan secara wajar.	Pendapatan dan beban yang dihasilkan dari item yang dibayarkan oleh tamu disajikan dalam laporan laba rugi pada periode tersebut. Beban yang dihasilkan dari item promo (<i>get 1</i>) diakui dan disajikan sebagai beban dalam laporan laba rugi dan <i>schedule 7</i> departemen <i>Sales & Marketing</i> .	Penyajian pendapatan dan biaya untuk item yang dibayarkan oleh tamu (<i>buy 1</i>) telah dilakukan sesuai dengan standar yang berlaku pada PSAK No. 1. Penyajian biaya untuk item promo (<i>get 1</i>) telah dilakukan sesuai dengan standar yang berlaku pada PSAK No. 1. Dari kedua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Hotel WS telah menyajikan laporan keuangan secara wajar.

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, bahwa penyajian pendapatan dan beban dari *beverage promotion* di Hotel WS telah dilakukan sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018. Pendapatan dan beban dari *beverage promotion* telah disajikan dalam laporan laba rugi hotel. Oleh karenanya, dapat disebut bahwa laporan keuangan telah disajikan secara wajar. Hal karena

dalam laporan tersebut telah disajikan seluruh dampak dari transaksi yang terjadi, termasuk transaksi *beverage promotion*.

Pengungkapan

Tabel 4.6: Pengungkapan Beverage Promotion di Hotel WS Berdasarkan PSAK No. 1 Tahun 2018

PSAK No. 1 Tahun 2018: Pengungkapan (2018:117-118)	Pengungkapan yang Diterapkan di Hotel WS	Hasil Analisis
Entitas mengungkapkan dalam ringkasan kebijakan akuntansi signifikan: (a) dasar pengukuran yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan; dan (b) kebijakan akuntansi lain yang diterapkan yang relevan untuk memahami laporan keuangan. Penting bagi entitas untuk menginformasikan kepada pengguna laporan keuangan mengenai dasar pengukuran yang digunakan dalam laporan keuangan karena dasar pengukuran keuangan yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan mempengaruhi analisis penggunaan laporan keuangan secara signifikan.	Pengungkapan yang berkaitan dengan pendapatan <i>beverage promotion</i> di Hotel WS dilakukan melalui dua laporan, yaitu laporan rekapitulasi penjualan khusus promo dan laporan laba rugi yang dibuat oleh <i>income auditor</i> . Laporan rekapitulasi penjualan khusus promo bertujuan untuk mencatat total penjualan promo di <i>woobar</i> yang nantinya akan dilaporkan kepada masing-masing <i>Head of Department</i> dan <i>General Manager</i> untuk memantau hasil penjualan <i>beverage promotion</i> tersebut.	<i>Beverage promotion</i> diungkapkan sesuai dengan dasar pengukuran dan dapat dikatakan telah sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018.

[Sumber: Hasil Penelitian di Hotel WS]

Berdasarkan Tabel 4.6 bahwa pengungkapan pendapatan dan beban dari *beverage promotion* di Hotel WS telah dilakukan sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018. Pengungkapan yang berkaitan dengan pendapatan *beverage promotion* di Hotel WS dilakukan melalui dua laporan, yaitu laporan rekapitulasi penjualan khusus promo dan laporan laba rugi yang dibuat oleh *income auditor*. Laporan rekapitulasi penjualan khusus promo bertujuan untuk mencatat

total penjualan promo di woobar yang nantinya akan dilaporkan kepada masing-masing *Head of Department* dan *General Manager* untuk memantau hasil penjualan *beverage promotion* tersebut.

5. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Konsep Penandingan menurut Suwardjono

Konsep penandingan terhadap perlakuan akuntansi *beverage promotion* telah diterapkan dengan benar di Hotel WS, dimana pendapatan timbul dikarenakan adanya biaya yang keluar. Ketika pendapatan dari penjualan *beverage promotion* diakui, maka beban yang timbul dari pendapatan tersebut juga dibebankan.

2) USALI *Schedule 7–Sales & Marketing*

USALI *Schedule 7 – Sales & Marketing* telah diterapkan dengan tepat di Hotel WS. Beban dari item promo (*get 1*) yang diakui sebagai *complimentary* dengan *Entertainment Check* telah dibebankan pada akun *Entertainment In-House (Promotion Event)* dibawah departemen *Sales & Marketing*. Pada USALI *Schedule 7 – Sales & Marketing* dijelaskan bahwa akun *Entertainment In-House* merupakan akun yang digunakan untuk *complimentary* tamu, vendor, atau klien bisnis sebagai hiburan di *outlet* yang dimiliki hotel.

3) Perlakuan Akuntansi sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018 tentang Penyusunan Laporan Keuangan:

a) Pengakuan

Pengakuan akuntansi terhadap pendapatan dan beban *beverage promotion* telah dilakukan secara andal karena seluruh pendapatan yang diterima dari nilai wajar telah dicatat sebagai *beverage sales* dan beban yang timbul dari item yang dibayar oleh tamu (*buy 1*) dicatat sebagai *cost of beverage sales*. Sedangkan untuk item promo (*get 1*) dicatat juga sebagai beban promosi pada akun *Entertainment In-house (Promotion Event)* dibawah departemen *Sales & Marketing*.

b) Pengukuran

Pengukuran pendapatan dan beban *beverage promotion* telah dilakukan sesuai dengan standar yang ditetapkan PSAK No. 1 Tahun 2018. Pendapatan *beverage promotion* di Hotel WS telah diukur dengan andal sesuai nilai wajar yang diterima. Pendapatan dari *beverage promotion* diukur sesuai dengan kebijakan yang ditentukan Hotel WS yaitu perbandingan 60:40. 60 merupakan laba yang diperoleh dan 40 merupakan *cost of beverage sales*.

c) Penyajian

Pendapatan dan beban dari *beverage promotion* telah disajikan dalam laporan laba rugi sehingga dapat dikatakan bahwa laporan keuangan telah disajikan secara wajar dengan mengakui seluruh transaksi yang terjadi di hotel.

d) Pengungkapan

Beverage promotion diungkapkan sesuai dengan dasar pengukuran dan dapat dikatakan telah sesuai dengan PSAK No. 1 Tahun 2018.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan pada satu hotel yang melakukan Beverage promotion dalam jangka waktu 6 bulan

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). (2018). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1: Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: IAI.
- Kieso, D.E Weygandt, J.J. Warfield, T.D. 2017. *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate Accounting) (IFRS)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 5 Tahun 2022 tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Hotel.
- Pura. R. (2013). *Pengantar Akuntansi 1*. Jakarta: Erlangga.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusaka Jambi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swardjono. (2017). *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- The Hotel Association of New York City. (2018). *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry*. USA: Hospitality Financial and Technology Professionals.
- Wiryanata, I G N A. 2021. *Pengantar Akuntansi Hotel*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wiyasha, I. (2018). *Akuntansi Perhotelan (Penerapan Uniform System of Accounts for The Lodging Industry)*. Yogyakarta: Andi Offset