

ANALISIS PENGAKUAN PENDAPATAN JASA IKLAN BERDASARKAN PSAK NO. 34 PADA PERUSAHAAN MEDIA CETAK PT. MEDIA BENGKULU EKSPRESS

Melta Afrianti⁽¹⁾ Furqonti Ranidiah⁽²⁾
⁽¹⁾⁽²⁾ Universitas Muhammadiyah Bengkulu
afriantimelta@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the recognition of advertising services income based on PSAK No.34 at the print media company PT Media Bengkulu Ekspres. This research uses data collection techniques through observation, interviews and documentation. The subjects in this research were 4 people consisting of the General Manager, Advertising, Marketing Manager and Finance Admin. The research method used is descriptive qualitative in recognizing advertising services revenue based on PSAK NO.34, 4 methods namely Percentage of Completion, Completed Contract method, Revenue Recognition and Revenue Recognition at the Time of Payment. The results of this research indicate that PT Media Bengkulu Ekspres has complied with PSAK No. 34 to recognize revenue in advertising services by increasing relationships and approaching consumers, then submitting a cooperation proposal to obtain a cooperation contract agreement, after the contract has been agreed, the advertisement will aired and advertisements that have been recapped in accordance with the initial agreement will be billed to obtain final results which will be considered income.

Keywords: Revenue Recognition

PENDAHULUAN

Pengakuan pendapatan dan beban, tujuan utamanya adalah untuk menentukan kapan suatu penghasilan diakui sebagai pendapatan dan beban diakui sebagai beban. Adapun metode yang dipakai yaitu berbasis kas dan berbasis akrual. Jika berbasis kas yang dipakai maka beban dilaporkan pada saat kas dibayarkan dan pendapatan diakui pada saat kas diterima. Jika berbasis akrual yang digunakan maka pendapatan itu dihasilkan pada saat pendapatan diakui walaupun secara fisik kas belum diterima dan saat beban terjadi beban diakui tanpa memperhatikan arus kas keluar dalam usaha menghasilkan pendapatan. Pengakuan pendapatan dan beban adalah penentu dasar untuk menentukan pengakuan pendapatan dan beban untuk mendapatkan perhitungan yang umum sehingga penting untuk diperhatikan.

Di era teknologi saat ini, media massa sudah tidak asing dikalangan masyarakat umum karena media massa menjadi salah satu hal yang penting dan sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari. Media cetak atau surat kabar adalah media massa yang paling tua sebelum adanya televisi, radio, film, dan internet. Pertumbuhan dan perkembangan media massa semakin cepat ditambah dengan banyaknya media online yang sudah banyak tersebar dan mudah mempengaruhi masyarakat secara langsung. Tetapi hal ini tidak menutup semangat bagi sumber informasi dan penerima informasi di media cetak karena media cetak merupakan media pertama dan terpercaya bagi masyarakat. Pada umumnya, fungsi media massa sebagai sarana penyebar informasi, namun di dalamnya juga terdapat satu konten penting yang salah satu fungsinya menyebarkan informasi yang lebih mengarah kepada kebutuhan masyarakat, yaitu iklan. Walaupun banyaknya persaingan media di jaman sekarang tetapi media cetak lebih dapat dipercaya dibanding media digital karena media digital lebih mudah untuk menyebarkan informasi yang tidak benar/hoax dan tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya yang dapat

dilakukan oknum yang tidak bertanggung jawab dan membuat masyarakat kebingungan dalam menanggapi pemberitaan tersebut. Oleh karena itu, surat kabar masih menjadi salah satu media massa yang sangat diminati oleh masyarakat untuk memasang iklan sampai saat ini. Perusahaan kecil maupun perusahaan besar juga memanfaatkan surat kabar sebagai media untuk promosi. Media massa merupakan alat komunikasi yang dapat memberikan informasi dengan perantara antara sumber pesan dan penerima pesan. Menurut Habibie (2018) bahwa media massa merupakan sarana informasi yang disebarkan kepada masyarakat. Sedangkan menurut Silvia et al (2021) menyatakan bahwa media massa merupakan cara masyarakat untuk mengetahui segala sesuatu walaupun kejadian itu diluar lingkungannya.

Iklan merupakan sarana yang paling efektif untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen untuk memasarkan produknya dalam menghadapi persaingan (Lukitaningsih, 2013). Ada berbagai jenis aktivitas periklanan yang hadir dalam kehidupan sehari-hari, antara lain yang berkaitan dengan bisnis dan ekonomi, sosial politik (pemilu), pekerjaan, dan bidang lainnya. Dengan demikian, dapat diklaim bahwa iklan memainkan peran penting dalam kehidupan modern. Sumber pendapatan utama di seluruh media berasal dari iklan. Perusahaan yang bergerak dibidang media cetak tidak mau kalah dan berlomba-lomba untuk mendapatkan pengorder iklan sebanyak banyaknya. Namun disisi lain juga banyak pesaing antar media yang berlomba-lomba dalam mencari iklan sebagai sumber pendapatan perusahaan.

Tidak hanya perusahaan media yang mendapatkan keuntungan dari iklan, tetapi *stakeholder* yang memasang juga sangat terbantu dan mendapatkan keuntungan dari beriklan. Keuntungan stakeholder dari beriklan adalah memberi Informasi kepada khalayak luas khususnya masyarakat tentang produk keunggulannya. Dengan beriklan dimedia maka secara langsung akan mengingatkan konsumen pada produk yang dibutuhkannya. Perusahaan yang beriklan akan menghemat tenaga, waktu dan biaya karena tidak perlu turun langsung kelapangan.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam PSAK No. 34 tahun (2018) terdapat 2 metode akuntansi pengakuan pendapatan untuk kontrak konstruksi yaitu: metode kontrak selesai (*completed contract method*) dan metode persentase penyelesaian (*percentage completion method*). Dalam metode kontrak selesai adalah hasil operasi dapat dihitung dengan cepat, dan pendapatan yang diakui hanya pada waktu kontrak selesai namun apabila tidak ada satupun kontrak yang dapat diselesaikan pada periode yang bersangkutan maka mengakibatkan tidak adanya pencatatan atas laporan laba rugi. Pendapatan dan beban harus diukur dengan wajar dan harus dipastikan sesuai dengan pengakuan pendapatan dan beban dalam prinsip- prinsip akuntansi keuangan PSAK No.34 tahun (2018).

Tujuan PSAK ini dapat menjadi alasan hubungan tersebut yaitu penggambaran perlakuan akuntansi pendapatan dan biaya yang berhubungan dengan kontrak kerjasama karena sifat dari aktivitas yang dilakukan pada kontrak kerjasama, tanggal saat aktivitas kontrak mulai dilakukan dan tanggal saat aktivitas tersebut diselesaikan biasanya jatuh pada periode akuntansi yang berlainan. Alokasi pendapatan kontrak dan biaya kontrak pada periode dimana pekerjaan tersebut dilaksanakan menjadi permasalahan utama dalam akuntansi kontrak konstruksi. Hal-hal yang merupakan unsur dari kontrak kerjasama yaitu nilai pendapatan semula yang disetujui dalam kontrak dan penyimpangan dalam pengerjaan kontrak, klaim dan pembayaran intensif memungkinkan untuk menghasilkan pendapatan dan klaim itu dapat diukur secara andal. Nilai wajar dari imbalan yang diterima atau akan diterima merupakan tolak ukur pendapatan kontrak. Berbagai macam ketidakpastian dapat memengaruhi pengukuran penepatan kontrak dan hal tersebut bergantung pada hasil dari peristiwa di masa yang akan datang (Fatmawati, 2018).

Pada umumnya pendapatan diakui pada saat pekerjaan selesai. Namun menurut standar akuntansi keuangan, perusahaan konstruksi dimungkinkan untuk mengakui pendapatan selama berlangsungnya produksi sesuai dengan tahap waktu dimana pendapatan harus diakui dan dilaporkan, maka timbul dua metode pengakuan pendapatan pada perusahaan konstruksi, yaitu

metode kontrak selesai dan metode persentase penyelesaian. Metode kontrak selesai merupakan metode yang mengakui pendapatan dan laba kotor pada saat kontrak selesai secara menyeluruh. Sedangkan Metode persentase penyelesaian merupakan metode yang mengakui pendapatan, biaya, dan laba kotor sesuai dengan persentase pekerjaan yang diselesaikan setiap periode. Pendapatan kontrak dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 34 diukur pada nilai wajar dari imbalan yang diterima atau akan diterima. Berbagai macam ketidakpastian dapat mempengaruhi pengukuran pendapatan kontrak dan hal tersebut tergantung pada hasil dari peristiwa di masa yang akan datang. Oleh sebab itu, jumlah pendapatan kontrak bisa meningkat dan juga menurun dari suatu periode ke periode selanjutnya. Besarnya pengakuan pendapatan dan pembebanan biaya yang diakui dalam satu periode dibuat ke dalam laporan laba rugi periodik. Kemudian dalam prinsip perbandingan, pembebanan biaya-biaya yang terjadi dalam periode yang sama harus berhubungan dengan penentuan pendapatan dalam suatu periode. Prinsip perbandingan tersebut dapat menggambarkan pengakuan pendapatan dan pembebanan biaya dalam satu periode.

Penulis menemukan penelitian terdahulu yang hasilnya sesuai dengan PSAK No.34 seperti penelitian Lola Venna Pahlevi dari Universitas Muslim Indonesia yang menganalisis Penerapan PSAK No.34 dalam pengakuan pendapatan perusahaan jasa konstruksi pada PT Arteri Cipta Rencana dengan hasil penelitian penerapan PSAK No. 34 pada PT Arteri Cipta Rencana telah menjalankan kontrak dengan beburutan sesuai dengan peraturan tender yang berlaku dan merealisasikan anggaran dengan cepat.

Sedangkan penulis juga menemukan penelitian terdahulu yang menggunakan PSAK No.34 yang hasilnya belum sesuai. Penelitian Sabriadi Universitas Bosowa yang mengangkat judul Analisis pengakuan pendapatan berdasarkan PSAK No.34 pada PT Faf Yuzal Pratama dengan hasil pengakuan pendapatan dalam perusahaan tersebut belum sesuai dengan PSAK No. 34 tahun 2010.

Kesimpulan dari temuan penulis adalah bahwa penerapan PSAK No. 34 dalam pengakuan pendapatan pada perusahaan konstruksi dapat bervariasi hasilnya, tergantung pada implementasi masing-masing perusahaan. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Lola Venna Pahlevi menunjukkan bahwa penerapan PSAK No. 34 pada PT Arteri Cipta Rencana telah sesuai dengan peraturan yang berlaku, dimana perusahaan tersebut menjalankan kontrak secara berurutan dan merealisasikan anggaran dengan cepat. Sebaliknya, penelitian Sabriadi pada PT Faf Yuzal Pratama menunjukkan bahwa pengakuan pendapatan perusahaan tersebut belum sesuai dengan ketentuan PSAK No. 34 tahun 2010, yang mengindikasikan adanya ketidaksesuaian dalam penerapannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun PSAK No. 34 memberikan pedoman yang jelas, implementasinya dapat berbeda-beda tergantung pada kesadaran dan ketaatan masing-masing perusahaan terhadap standar tersebut.



Gambar 1. Halaman Utama PT. Media Bengkulu Ekspres

PT Media Bengkulu Ekspres merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media massa salah satunya media cetak atau koran. Pendapatan utama perusahaan ini yaitu pendapatan dari iklan. Pendapatan iklan pada perusahaan Bengkulu Ekspres diakui dan dicatat saat iklan sudah diterbitkan sesuai pesanan *stakeholder* yaitu perusahaan swasta maupun pemerintah. Pengakuan pendapatan atas jasa iklan ini sangat penting dalam menentukan laba (keuntungan) yang dihasilkan untuk kebutuhan perusahaan. Semakin baik pencatatan pendapatannya maka semakin mudah dalam menganalisis keuangan, mengukur kinerja, bijak dalam membuat keputusan yang strategis untuk berkembang di masa depan. Tak hanya itu dengan mencatat secara akurat dan baik, entitas dapat menghasilkan laporan yang diperlukan untuk pelaporan pajak dan kepatuhan peraturan keuangan. Hal ini membantu menghindari masalah hukum dan sanksi yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan. Oleh karena itu, permasalahan seperti ini diperlukan Standar Akuntansi Keuangan dalam mengatur suatu cara yang tepat agar pengakuan pendapatan dan beban dapat dilakukan dengan wajar.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan modern membuat masyarakat semakin antusias. Seperti penyebaran informasi yang sekarang sudah cepat didapatkan dan mudah diakses dimana saja, bahkan kapan saja. Media menjadi salah satu tujuan utama masyarakat untuk mendapatkan informasi, maka dari itu penggunaan media dizaman sekarang cukup memperhatikan masyarakat. Namun media cetak seperti koran semakin sulit untuk ditemui, hanya beberapa media saja yang masih mempertahankannya seperti PT Media Bengkulu Ekspres. Perusahaan ini masih terus berkembang untuk memberikan informasi-informasi menarik. Tidak hanya bentuk sebuah surat kabar saja yang mereka berikan kepada masyarakat melainkan sebuah iklan yang menarik juga bisa disajikan dalam media cetak ini, karena beberapa perusahaan masih menyakinkan media cetak untuk menjadi wadah periklanan yang konkrit.

Pada zaman dahulu sebelum masyarakat mengenal teknologi masyarakat hanya mendapati informasi melalui media cetak, baik itu pemberitaan, iklan, bahkan mencari pekerjaan saja masyarakat harus melihat media cetak terlebih dahulu. Penulis sudah melakukan observasi di beberapa perusahaan media cetak yang ada di Bengkulu, penulis menemukan perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres masih aktif dan terus berkembang dalam menyebarkan informasi serta jasa iklan dari berbagai perusahaan.

Setiap tahunnya perusahaan ini sudah bekerjasama bersama pihak pemerintahan, perbankan, dinas-dinas di lingkungan Provinsi Bengkulu atau Kabupaten/Kota di Bengkulu. Dalam kerjasama ini perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres mengakumulasikan pendapatannya setiap tahunnya sebagai berikut :

Tabel 1.
Pendapatan jasa iklan Bengkulu Ekspres

Tahun	Pendapatan
2022	6 Milliar
2023	9 Milliar
2024	9,5 Milliar

Sumber : BE 2024

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada setiap tahunnya peminat jasa iklan pada media ini selalu mengalami peningkatan, tahun 2022 PT Media Bengkulu Ekspres telah mendapati pendapatan jasa iklan selama satu tahun sebesar 6 Milliar. Berbeda jauh dengan tahun 2023 yang meningkat secara drastis hingga mencapai angka 9 Milliar rupiah, dan pada tahun 2024 sedikit meningkat diangka 9,5 Milliar rupiah. Namun pada saat ini masih ada perusahaan yang masih tersangkut hutang ada perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres, karena hingga penutupan buku pada akhir tahun tagihan yang sudah dimasukkan pada perusahaan konsumen masih belum terbayarkan, maka dari itu akan dianggap sebagai piutang yang akan terus ditagih hingga selesai dibayarkan.

Selain itu, penulis juga mendapati hasil laporan keuangan dari media lain yang sama bergerak pada media cetak dan cukup terkenal di Bengkulu. Berikut laporan keuangan perusahaan Rakyat Bengkulu (RB) pada 2 tahun terakhir.

Tabel 2
Pendapatan Jasa Iklan Media RB

Tahun	Pendapatan
2022	10,5 Milliar
2023	10,7 Milliar

Sumber : RB 2024

RB adalah salah satu media yang cukup besar di Bengkulu, RB juga menyediakan layanan jasa iklan pada media cetaknya, hanya saja penulis tidak mengetahui signifikan pendapatan jasa iklan yang ditayangkan oleh media ini. Pada tahun 2022 terlihat jelas bahwa peminat iklan pada media ini cukup banyak, hingga perusahaan tersebut mendapati pendapatan jasa iklan sebesar 10,5 Milliar rupiah, berbeda dengan Media Ceak Bengkulu Ekspres yang hanya mendapati 6 Milliar rupiah pada tahun 2022. Kemudian pada tahun 2023 media ini masih berada diatas dengan total pendapatan sebesar 10,7 Milliar rupiah, namun tidak jauh beda dari media Bengkulu Ekspres diangka 9 Milliar rupiah

Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan penulis ingin mengetahui pendapatan jasa iklan yang ada di perusahaan tersebut sudah memenuhi Pengukuran Standar Akuntansi (PSAK) No. 34 atau belum. Kemudian dari hasil observasi penulis PT Media Bengkulu Ekspres telah melakukan salah satu Metode PSAK No. 34 terkait Pengakuan pendapatan pembayaran diterima, hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada pihak marketingnya. Maka dari itu Penulis akan melakukan penelitian untuk mendapatkan sebuah data dan informasi yang lebih akurat terkait pendapatan jasa iklan yang ada di

perusahaan. Mengangkat PSAK No. 34 dalam pendapatan jasa iklan disuatu perusahaan sangatlah penting, karena hal ini untuk mengetahui sebuah laporan keuangan yang dikelola suatu perusahaan berjalan dengan baik dan laba atau ruginya dapat terukur.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk membahas masalah ini yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul “Analisis Pengakuan Pendapatan Jasa Iklan berdasarkan PSAK No. 34 pada Perusahaan Media Cetak PT Media Bengkulu Ekspres”.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan media cetak di Bengkulu yaitu Bengkulu Ekspres yang beralamat di Jl. Jati No.129, Padang Jati, Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu, Bengkulu 38222. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni-Januari 2025.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, karena menggambarkan objek penelitian atau masalah yang ada dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui deskriptif atau gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta serta hubungan antar permasalahan yang sedang diteliti kemudian diinterpretasikan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan lalu di bandingkan dengan teori yang ada untuk mendapatkan simpulan penyelesaian masalah yang tepat.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yakni penelitian mengambil data secara langsung dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pihak terkait.

Objek dan Subjek Penelitian

Dalam Penelitian ini yang menjadi objek penelitian yakni perusahaan PT. Media Bengkulu Ekspres untuk mengetahui tentang pengakuan pendapatan iklan pada media cetak di perusahaan tersebut berdasarkan PSAK No. 34. Sedangkan untuk subjek penelitiannya terdapat 4 orang karyawan perusahaan PT. Media Bengkulu Ekspres yang terdiri dari General Manager, Manager Iklan, Marketing dan Admin Keuangan.

Tabel 3.
Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1.	Suherdi Marabillie	General Manager Harian Bengkulu Ekspres
2.	M Hadi Nurrahman	Manager Iklan
3.	Yetti Kurniawati	Marketing
4.	Virgian Maharani	Admin Keuangan

Sumber: Data BE 2025

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut :

Observasi

Observasi adalah salah satu Teknik mengumpulkan data, dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung kepada obyek penelitian untuk melihat lebih dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004). Berdasarkan penjelasan diatas bahwa penulis menggunakan Teknik observasi agar bias mengamati pengukuran pendapatan iklan pada media cetak PT Media Bengkulu Ekspres.

Penelitian ini dilakukan secara langsung kelapangan secara jelas terhadap pihak – pihak terkait. Obsevasari yang dilakukan penulis ini berfungsi untuk memebantu penulis dalam

memahami dan melihat bagaimana pengakuan pendapatan iklan pada Media Cetak PT Bengkulu Ekspres dalam Wawancara

Wawancara

Wawancara adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan terhadap responden. Wawancara adalah Teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan yang disampaikan dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang di wawancarai. (Fathoni, 2006)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara secara terstruktur, yaitu wawancara yang dilaksanakan secara terencana dengan pedoman pada daftar pertanyaan yang telah penulis persiapkan. Dalam wawancara tersebut adalah General Manager, Manager Iklan, Marketing. Pada saat melakukan wawancara penulis perlu mendengarkan dan mencatat apa yang disampaikan oleh informan.

Dokumentasi

Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar serta data yang dapat memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data-data yang berbentuk surat, catatan, laporan dan dokumenfoto yang dimiliki oleh informan.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan data, dan mengkategorikan sehingga diperoleh suatu temuan yang akan menjawab 75ocus atau masalah yang ada (Sujarweni, 2014).

Dalam suatu penelitian sangat diperlukan suatu analisis data yang berguna untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun teknik Analisa datanya secara komperatif dengan cara sebagai berikut:

1. Mengumpulkan informasi mengenai pengukuran pendapatan Iklan pada Media Cetak
2. Melakukan analisa dan membandingkan kebijakan akuntansi perubahan dengan teori yang diungkapkan dan tinjauan pustaka yang terkait.
3. Mengolah data dengan menyusun laporan sesuai dengan PSAK No. 34.
4. Menarik kesimpulan dan memberi saran untuk perbaikan apabila ditemukan adanya kesalahan laporan pada perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres.

HASIL

Proses Penerbitan Iklan Pada Perusahaan

Proses penerbitan iklan adalah serangkaian tahapan yang dilakukan oleh perusahaan media untuk mengatur, menyusun, dan menayangkan iklan dari pengiklan kepada audiens. Proses ini melibatkan beberapa langkah penting yang memastikan iklan diterbitkan secara efektif sesuai dengan tujuan pengiklan. Berikut pertanyaan yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian bersama marketing iklan (Yetty) di perusahaan Bengkulu Ekspres tentang Apa saja yang perlu dilakukan oleh PT Media Bengkulu Ekspres untuk melakukan penerbitan iklan? Berikut jawabannya.

“Dalam penerbitan iklan diperusahaan kami, awalnya kita jalin hubungan baik bersama konsumen dengan menjelaskan profil perusahaan, memberikan informasi terkait paket iklan yang akan diambil, serta membahas tentang tarif harga. pada saat itu juga biasanya ada proses tawar menawar dari kedua pihak, dan jika sudah sepakat maka iklan akan diproses dan ditayangkan dimedia kami akan kita proses sesuai dengan paket dan periode yang dipilih oleh konsumen.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Dalam hal perubahan estimasi penyelesaian kontrak, bagaimana PT Media Bengkulu

Ekspress harus menyesuaikan pengakuan pendapatannya?

“Saat terjadi perubahan estimasi penyelesaian kontrak, sebelum kegiatan berjalan pendapatan mengikuti kontrak baru dari kesepakatan bersama apabila kegiatan tersebut sudah berjalan masih mengikuti kontrak baru dgn kesepakatan bersama.”(Hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana perusahaan dapat menghitung dan mengalokasikan pendapatan pada kontrak iklan?

“Untuk menghitung dan mengalokasikan pendapatan pada kontrak iklan. Kami mengurangi biaya terlebih dahulu seperti biaya PPN (Pajak Penambahan Nilai), PPh (Pajak Penghasilan), Komisi Marketing. Net Jadi Pendapatan Perusahaan.”(Hasil wawancara, Desember 2024).

Apakah terdapat perbedaan dalam pengakuan pendapatan kontrak iklan yang berjangka panjang dan yang berjangka pendek?

“Tentunya akan berbeda karena harga iklan dengan jangka waktu lebih panjang pendapatannya lebih besar dibandingkan iklan dengan waktu yang singkat. Contohnya saja jika 1 Hari diharga 1.000.000 (Untuk Hitam Putih) sedangkan jika penayangannya selama 1 Minggu jika dikalikan 1.000.000 maka akan memperoleh 7.000.000 (Untuk Hitam Putih).” (hasil wawancara, Desember 2024).

Bagaimana cara menentukan dan mengukur biaya yang dikeluarkan selama periode kontrak iklan?

“Cara mengukur biaya tersebut dengan menghitung omset yang diperoleh kemudian, PPN, PPh, Komisi marketing dan Net. Contohnya :

OMSET	1.000.000
PPN 11%	110.000
PPH 2%	20.000
KOMISI MARKETING 10%	100.000
NET	770.000

77%.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana jika terdapat perubahan dalam estimasi total biaya atau pendapatan?

“Untuk biaya penayangan iklan bisa saja berubah sesuai dengan kesepakatan diawal, namun untuk biaya iklan yang bersifat tetap tidak bisa untuk dirubah karena hal itu sudah suatu yang mutlak.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Dari hasil wawancara diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa PT Media Bengkulu Ekspress dalam melakukan penerbitan iklan melalui serangkaian tahapan yang diawali dengan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Proses ini mencakup penjelasan mengenai profil perusahaan, informasi terkait paket iklan yang tersedia, serta diskusi mengenai tarif harga. Setelah melalui proses tawar-menawar, kesepakatan tercapai, dan iklan diproses serta diterbitkan sesuai dengan paket dan periode yang dipilih oleh konsumen. Dalam hal perubahan estimasi penyelesaian kontrak, perusahaan menyesuaikan pengakuan pendapatan sesuai dengan kontrak baru yang disepakati bersama, baik sebelum kegiatan dimulai maupun setelah kegiatan berjalan. Dengan kata lain, jika perubahan estimasi terjadi, pengakuan pendapatan mengikuti kesepakatan terbaru yang disetujui oleh kedua belah pihak. Kemudian, untuk menghitung dan mengalokasikan pendapatan dari kontrak iklan, perusahaan mengurangi biaya-biaya terkait, seperti PPN (Pajak Penambahan Nilai), PPh (Pajak Penghasilan), dan komisi marketing, sebelum menghitung pendapatan bersih yang akan menjadi bagian perusahaan. Dengan demikian, perusahaan memastikan pengakuan pendapatan dilakukan dengan akurat dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Penulis juga melakukan wawancara bersama Manager iklan (Nurhadi), terkait Bagaimana perusahaan menentukan persentase penyelesaian untuk kontrak iklan yang dijalankan selama periode tertentu? Berikut jawabannya.

“Dalam menentukan persentase penyelesaian. Persentase Yang di dapatkan sekitar 77%

Contoh :

OMSET	1.000.000	
PPN 11%	110.000	
PPH 2%	20.000	
KOMISI MARKETING 10%		100.000
NET	770.000	
Persentase 77%		

OMSET	10.000.000	
PPN 11%	1.100.000	
PPH 2%	200.000	
KOMISI MARKETING 10%		1.000.000
NET	7.700.000	

Persentase 77%.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Langkah apa yang harus diambil perusahaan untuk menyesuaikan pengakuan pendapatan jika terjadi perubahan signifikan dalam estimasi biaya atau jadwal penyelesaian kontrak iklan?

“Untuk Perusahaan kami tidak ada biaya yang dikeluarkan .Karena media Koran tidak seperti media televisi yang memiliki biaya produksi.”(Hasil wawancara, Desember 2024).

Apa saja komponen biaya yang harus dihitung oleh PT Media Bengkulu Ekspres untuk menentukan tingkat penyelesaian suatu kontrak iklan?

“Ada tiga tahapan yang dilakukan kami yang perama menghitung Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPH), dan Komisi Marketing.” (hasil wawancara, Desember 2024).

Selain itu, Penulis melakukan wawancara bersama Admin Keuangan, Virgian terkait dengan Bagaimana perusahaan mengukur dan melaporkan biaya yang terkait dengan penayangan iklan ? Berikut jawabannya

“Biaya yang terkait dengan penayangan iklan umumnya akan diakui sebagai biaya pada periode itu, terutama biaya langsung yang berkaitan dengan penayangan iklan tersebut.”(Hasil wawancara, Februari 2025)

Bagaimana perusahaan menentukan persentase penyelesaian untuk setiap proyek penerbitan iklan?

“Berdasarkan jumlah biaya yang telah dikeluarkan relatif terhadap perkiraan total biaya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek tersebut, atau berdasarkan jumlah iklan yang telah dipublikasikan.”(Hasil wawancara, Februari 2025)

Kesimpulan dari wawanara tersebut, yakni bahwa perusahaan ini menentukan persentase penyelesaian kontrak iklan dengan mengacu pada pendapatan bersih yang diterima setelah dikurangi berbagai biaya terkait. Sebagai contoh, perusahaan menghitung persentase penyelesaian kontrak dengan mengurangi PPN (Pajak Pertambahan Nilai), PPH (Pajak Penghasilan), dan komisi marketing dari total omset yang diperoleh, yang mencerminkan bagian pendapatan bersih yang diterima oleh perusahaan setelah pengurangan biaya. Selain itu, apabila terjadinya Jika terjadi perubahan signifikan dalam estimasi biaya atau jadwal

penyelesaian kontrak, PT Media Bengkulu Ekspres tidak perlu menyesuaikan pengakuan pendapatan. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak memiliki biaya produksi tambahan, mengingat media koran tidak memerlukan biaya produksi seperti halnya media televisi. Untuk menentukan tingkat penyelesaian kontrak iklan, perusahaan mengidentifikasi dan menghitung tiga komponen biaya utama, yaitu PPN, PPH, dan komisi marketing. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan bahwa tingkat penyelesaian kontrak dihitung dengan akurat dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Penulis juga melakukan wawancara bersama General Manager (Suherdi) untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan kapan pendapatan dari jasa iklan dapat diakui, terutama ketika iklan masih dalam proses pengerjaan dan belum sepenuhnya selesai? Berikut jawabannya.

“Biasanya kami selalu melakukan kerjasama dengan penandatanganan kontrak/MOU bersama Konsumen terkait harga dan jasa yang akan diberikan, jadi semuanya akan diakui pendapatannya meski pekerjaan masih dalam proses atau belum sepenuhnya selesai sesuai dengan kontraknya.” (Hasil wawancara, Desember 2024).

Bagaimana PT Media Bengkulu Ekspres mengukur penyelesaian untuk iklan yang disebarkan dalam beberapa edisi atau periode penerbitan?

“Dalam penayangan iklan perusahaan memilih jangka waktu tertentu sesuai dengan paket yang dipilih oleh konsumen ingin menayangkan iklan dalam waktu pendek atau waktu panjang yang sudah tertera dalam kontrak kerjasama, seperti ketika iklan disebarkan dalam beberapa edisi atau periode yang berbeda, perusahaan dapat mengukur penyelesaian berdasarkan jumlah tayangan atau frekuensi penayangan yang telah tercapai. Misalnya, jika kontrak iklan melibatkan 10 edisi dan 5 edisi sudah diterbitkan, maka penyelesaian iklan dapat dianggap 50%. sedangkan untuk iklan yang melibatkan durasi penayangan tertentu, perusahaan dapat menghitung penyelesaian berdasarkan durasi waktu yang telah dijalani. Jika iklan dijadwalkan selama sebulan dengan pembagian mingguan, maka penyelesaian iklan dapat dihitung berdasarkan minggu yang telah berlalu.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana cara PT Media Bengkulu Ekspres mengidentifikasi biaya yang dapat dialokasikan untuk setiap tahap penyelesaian kontrak iklan?

“Pada Perusahaan kami tidak ada biaya yang di alokasikan untuk kontrak iklan lain. Karena setiap kontrak sudah ada biaya masing – masing.” (Hasil wawancara, Desember 2024).

Penulis menyimpulkan hasil wawacara dari General Manager Iklan PT Media Bengkulu Ekspres mengakui pendapatan dari jasa iklan berdasarkan kontrak atau kesepakatan yang telah ditandatangani dengan konsumen, meskipun pekerjaan iklan masih dalam proses atau belum sepenuhnya selesai. Pendapatan akan diakui sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam kontrak, yang mengatur harga dan jasa yang akan diberikan. Untuk mengukur penyelesaian iklan yang disebarkan dalam beberapa edisi atau periode penerbitan, perusahaan menentukan penyelesaian berdasarkan jumlah tayangan atau frekuensi penayangan yang telah tercapai, untuk iklan dengan durasi penayangan tertentu, penyelesaian diukur berdasarkan waktu yang telah berlalu, seperti minggu yang telah dijalani jika iklan dijadwalkan selama sebulan. Terkait dengan alokasi biaya, tidak ada biaya yang dialokasikan untuk setiap tahap penyelesaian kontrak iklan lainnya. Setiap kontrak iklan sudah memiliki biaya masing-masing yang ditentukan sesuai dengan kesepakatan dan paket yang dipilih oleh pengiklan.

Kriteria Penayangan Iklan

Kriteria penayangan iklan mengacu pada berbagai faktor yang digunakan oleh perusahaan media untuk menentukan bagaimana, kapan, dan dalam kondisi apa iklan akan ditayangkan kepada audiens. Penentuan kriteria ini sangat penting agar iklan dapat efektif mencapai tujuan yang diinginkan oleh pengiklan. Dengan memahami dan menetapkan kriteria penayangan iklan yang jelas, perusahaan media dapat memastikan bahwa iklan yang diterbitkan sesuai dengan ekspektasi pengiklan dan memberikan dampak yang optimal terhadap audiens target. Berikut wawancara yang dilakukan penulis kepada Marketing Yetti terkait Apa kriteria yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat mengakui pendapatan dari kontrak jasa iklan sebagai pendapatan selesai?

“Kontrak yang sudah disepakati oleh kedua pihak kemudian akan dilanjutkan dengan penayangan iklan, setelah proses penayangan selesai maka terakhir akan dilakukan pembayaran jika pembayaran dilakukan diakhir, kemudian biaya tersebut akan diprhitungkan antara biaya masuk dan biaya keluar, maka hasil akhirnya akan diakui sebagai pendapatan.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana perusahaan menentukan bahwa produksi iklan telah selesai?

“Kami tidak melakukan produksi iklan, perusahaan hanya mejadi wadah untuk menerbitkan iklan.” (Hasil wawancara, Desember 2024).

Apakah ada pengaruh dari pengakuan pendapatan selesai terhadap laporan laba rugi dan posisi keuangan perusahaan dalam konteks jasa iklan?

“Pengakuan pendapatan selesai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laporan laba rugi dan posisi keuangan perusahaan, terutama dalam konteks jasa iklan.(Hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana cara perusahaan menentukan bahwa seluruh kewajiban yang ada dalam kontrak iklan telah dipenuhi, sehingga pengakuan pendapatan selesai dapat dilakukan?

“Saat jasa iklan sudah dibayarkan oleh mitra dan kewajiban kami untuk membayarkan biaya seperti pajak dan komisi marketing.” (Hasil wawancara, Desember 2024).

Apa saja yang dilakukan Admin Keuangan ketika perjanjian kontrak telah disepakati oleh kedua pihak ?

“Mencatat orderan pada periode yang sudah ditentukan, dan menghitung pembayaran yang akan dilakukan sesuai dengan harga kesepakatan bersama” (Hasil wawancara, Februari 2025).

Bagaimana jika terjadi perubahan kontrak pada saat perhitungan penayangan iklan ?

“Untuk perubahan kontrak akan dikembalikan lagi sesuai kesepakatan bersama kedua pihak, jika sudah pasti maka baru bisa untuk diperhitungkan” (Hasil Wawancara, Februari 2025).

Kesimpulan dari pernyataan diatas adalah perusahaan dapat mengakui pendapatan dari kontrak jasa iklan sebagai pendapatan selesai, perusahaan harus memenuhi beberapa kriteria. Pertama, kontrak harus sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Kedua, setelah penayangan iklan selesai, pembayaran yang dilakukan oleh klien akan dihitung berdasarkan biaya masuk dan biaya keluar. Setelah proses ini selesai, pendapatan baru dapat diakui. Perusahaan tidak terlibat dalam produksi iklan secara langsung. Sebagai perusahaan yang menyediakan wadah untuk menerbitkan iklan, pengakuan bahwa iklan telah selesai dilakukan setelah proses penayangan iklan selesai, meskipun produksi iklan bukan bagian dari tanggung jawab perusahaan. Pengakuan pendapatan selesai memiliki dampak signifikan terhadap laporan laba rugi dan posisi keuangan perusahaan. Hal ini memastikan bahwa pendapatan hanya diakui

setelah jasa iklan selesai dan kewajiban terkait telah dipenuhi, memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kinerja perusahaan. Pengakuan pendapatan selesai hanya dapat dilakukan setelah seluruh kewajiban dalam kontrak iklan dipenuhi. Ini mencakup pembayaran dari mitra iklan dan pemenuhan kewajiban perusahaan untuk membayar biaya terkait, seperti pajak dan komisi marketing. Setelah kewajiban ini dipenuhi, perusahaan dapat mengakui pendapatan. Secara keseluruhan, perusahaan memastikan bahwa pendapatan dari kontrak iklan hanya diakui setelah semua kewajiban terkait dengan kontrak tersebut dipenuhi dan iklan telah selesai ditayangkan, yang memberikan dampak pada laporan laba rugi dan posisi keuangan perusahaan.

Penulis melakukan wawancara bersama Manager Iklan (Nurhadi) terkait Bagaimana cara perusahaan mencatat pendapatan yang diakui pada setiap periode?

“Setiap bulannya perusahaan selalu merekap pendapatom dan biaya masuk ataupun keluar untuk mengetahui pendapata dan pengeluaran setiap bulannya.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana cara perusahaan mengukur kemajuan kontrak iklan?

“Kontrak Iklan di anggap mengalami kemajuan jika nilai harga yang diberikan lebih besar dari sebelumnya.” (Hasil wawancara, Desember 2024).

Bagaimana perusahaan memastikan bahwa seluruh biaya yang terkait dengan kontrak jasa iklan?

“Dalam Pendapatan Iklan Hanya ada biaya PPN, PPH, dan Komisi Marketing.” (hasil wawancara, Desember 2024).

Perusahaan mencatat pendapatan yang diakui setiap periode dengan cara merekap pendapatan dan biaya masuk atau keluar setiap bulannya untuk memastikan laporan keuangan yang akurat. Kemajuan kontrak iklan diukur berdasarkan peningkatan nilai harga yang diberikan dibandingkan sebelumnya. Selain itu, perusahaan memastikan bahwa seluruh biaya terkait kontrak jasa iklan, seperti PPN, PPh, dan komisi marketing, dihitung dan diperhitungkan dengan cermat untuk mendukung pengakuan pendapatan yang tepat.

Selanjutnya penulis juga mempertanyakan kepada General Manager (Suherdi) dengan pertanyaan Bagaimana perusahaan mengakui pendapatan dari kontrak jasa iklan yang pembayaran atau penerimaan uangnya dilakukan secara bertahap selama periode kontrak? Berikut jawabannya

“Iklan yang sudah masuk dan diproses akan diakui pendapatannya dibayar cash atau dibayar secara bertahap, jika masih ada sisa yang belum dibayarkan selama proses iklan berjalan akan dianggap hutang konsumen kepada perusahaan.”(hasil wawancara, Desember 2024).

Apa yang harus dilakukan perusahaan jika terdapat sengketa atau perselisihan terkait kontrak iklan?

“Selama perusahaan ini berjalan hingga sekarang kita belum menemukan perselisihan terkait kontrak yang dilakukan. Jika terjadi perselisihan pada suatu hari tentunya kita akan menyelesaikannya secara baik dan sesama.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Dalam penerapan metode kontrak selesai, bagaimana perusahaan harus memperlakukan biaya yang belum dibayar atau diakui yang terkait dengan penyelesaian kontrak iklan?

“Dalam pekerjaan iklan, jika sudah selesai kontraknya maka perusahaan akan membuat invoice kepada konsumen sesuai dengan kontrak yang sudah di tentukan. Jika belum dibayarkan maka akan dianggap hutang konsumen pada perusahaan.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Perusahaan mengakui pendapatan dari kontrak jasa iklan yang pembayarannya dilakukan secara bertahap dengan mencatat pendapatan setiap kali pembayaran diterima, baik dalam bentuk tunai maupun secara bertahap. Sisa pembayaran yang belum diterima selama periode kontrak dianggap sebagai hutang yang harus dibayar oleh konsumen. Jika terjadi sengketa atau perselisihan terkait kontrak iklan, perusahaan berkomitmen untuk menyelesaikannya secara damai dan dengan pendekatan yang baik. Dalam penerapan metode kontrak selesai, perusahaan memperlakukan biaya yang belum dibayar atau diakui dengan mengeluarkan invoice sesuai dengan ketentuan kontrak, dan jika pembayaran belum dilakukan, maka jumlah tersebut dicatat sebagai hutang konsumen kepada perusahaan.

Pendapatan Penayangan Iklan

Pendapatan penayangan iklan adalah salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak perusahaan yang menyediakan platform iklan, dan pengakuan pendapatan ini harus dilakukan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku, seperti pengakuan pendapatan berdasarkan kinerja yang telah diselesaikan sesuai kontrak. Pendapatan penayangan iklan akan tercatat sebagai bagian dari pendapatan operasional perusahaan. Ini akan mempengaruhi laba bersih yang dilaporkan. Terkait pendapatan terhadap penayangan jasa iklan penulis melakukan wawancara bersama marketing Yetti tentang Bagaimana cara perusahaan mencatat pendapatan pada kontrak jasa iklan yang melibatkan pembayaran tunai di muka atau cicilan sesuai dengan PSAK No. 34?

“Sesuai PSAK No. 34 ,Pendapatan akan diakui sesuai dengan kontrak dan Biaya diakui sesuai dengan pendapatan. Perusahaan mencatat pendapatan berdasarkan kemajuan pekerjaan atau sesuai dengan syarat kontrak yang telah disepakati. Jika pembayaran dilakukan di muka, pendapatan diakui seiring dengan penyelesaian jasa, bukan pada saat pembayaran diterima.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Apa yang harus dilakukan perusahaan jika pembayaran diterima di awal kontrak iklan tetapi pekerjaan iklan belum dimulai?

“Jika pembayaran sudah dilakukan secara full maka akan diakui sebagai pendapatan jika berangsur maka akan diakui sebagai uang muka dan sisa sebagai piutang iklan.” (Hasil wawancara, Desember 2024)

Dapat disimpulkan Perusahaan mencatat pendapatan pada kontrak jasa iklan yang melibatkan pembayaran tunai di muka atau cicilan sesuai dengan PSAK No. 34 dengan mengakui pendapatan seiring dengan kemajuan pekerjaan atau sesuai dengan syarat kontrak yang disepakati. Jika pembayaran dilakukan di muka, pendapatan tidak langsung diakui, tetapi diakui seiring dengan penyelesaian jasa. Jika pembayaran diterima di awal kontrak namun pekerjaan belum dimulai, pembayaran penuh akan diakui sebagai pendapatan, sedangkan pembayaran bertahap akan dicatat sebagai uang muka, dengan sisa sebagai piutang hingga jasa diselesaikan.

Wawancara bersama Manager Iklan (Nurhadi) tentang Bagaimana perusahaan mengukur dan mengakui biaya yang terkait dengan kontrak jasa iklan pada saat pengakuan pendapatan selesai?

“Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan nilai yang di dapatkan. Dari hasil PPN 11% dikali dengan nilai, PPH 2% dikali dengan nilai, dan Komisi Marketing 10% dari Nilai.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana perusahaan mengelola risiko terkait pengakuan pendapatan selesai pada kontrak jasa iklan, khususnya jika terdapat ketidakpastian terkait dengan pembayaran atau penyelesaian kewajiban?

“Untuk Perusahaan kami sudah menyiapkan kontrak. Untuk mengurangi terjadinya ketidak pastian kerjasama. (hasil wawancara, Desember 2024).

Bagaimana cara perusahaan mencatat pengakuan pendapatan selesai pada kontrak iklan yang melibatkan elemen biaya yang dapat berubah atau diperbarui selama periode kontrak?

“Dengan cara Pendapatan dikurangi dengan PPN 11%, PPH 2%, dan Komisi Marketing 10%.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Apakah ada perbedaan dalam pengakuan pendapatan jika pembayaran diterima untuk kontrak iklan yang dilakukan dalam satu periode dibandingkan dengan kontrak yang berlangsung lebih dari satu periode?

“Ya, ada perbedaan dalam pengakuan pendapatan antara kontrak iklan yang dilakukan dalam satu periode dengan kontrak yang berlangsung lebih dari satu periode. Jika kontrak iklan diselesaikan dalam satu periode, pendapatan diakui secara langsung. Untuk kontrak yang berlangsung lebih dari satu periode, pengakuan pendapatan dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemajuan pekerjaan atau durasi kontrak” (hasil wawancara, Desember 2024).

Bagaimana perusahaan mengelola pengakuan pendapatan untuk jasa iklan jika pembayaran diterima di muka tetapi ada ketentuan bahwa iklan akan disampaikan atau disiarkan di masa depan?

“Pengakuan Pendapatan tetap diakui sebagai pendapatan hanya saja penerbitan akan di lakukan sesuai kontrak kerjasama.” (hasil wawancara, Desember 2024).

Kesimpulan dari pernyataan diatas Perusahaan mengukur dan mengakui biaya yang terkait dengan kontrak jasa iklan dengan mengurangi PPN 11%, PPH 2%, dan komisi marketing 10% dari pendapatan yang dihasilkan. Untuk mengelola risiko terkait ketidakpastian pembayaran atau kewajiban, perusahaan menyiapkan kontrak yang jelas untuk mengurangi potensi masalah. Pengakuan pendapatan pada kontrak dengan biaya yang dapat berubah dilakukan dengan cara mengurangi elemen biaya yang relevan. Pada kontrak iklan dalam satu periode, pendapatan diakui langsung, sementara pada kontrak lebih dari satu periode, pengakuan pendapatan dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemajuan pekerjaan. Jika pembayaran diterima di muka, pengakuan pendapatan tetap dilakukan sesuai dengan ketentuan kontrak meskipun penayangan iklan dilakukan di masa depan.

Kemudian, Suherdi selaku Manager iklan juga menjelaskan tentang Apa yang harus dilakukan perusahaan jika pembayaran untuk kontrak iklan diterima tetapi pelanggan membatalkan kontrak sebelum iklan diproduksi atau disiarkan?

“Kita sesuaikan dalam isi perjanjian kontrak, tapi sejauh ini belum menemui kasus seperti ini, hanya saja jika pada suatu saat terjadi kasus seperti ini akan dikembalikan pada perjanjian kontrak, dan akan dilakukan pengkajian ulang untuk menyelesaikan permasalahan seperti ini.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana cara perusahaan menangani pengakuan pendapatan jika pembayaran diterima terlebih dahulu, namun ada risiko yang belum teridentifikasi atau tidak pasti terkait dengan hasil iklan yang disampaikan?

“kami akan menunda pengakuan pendapatan hingga risiko terkait hasil iklan yang disampaikan dapat dipastikan. Sesuai dengan prinsip pengakuan pendapatan berbasis kondisi, di mana pendapatan diakui hanya setelah semua kewajiban terkait dipenuhi dan hasil iklan dapat dipastikan.” (hasil wawancara, Desember 2024)

Bagaimana perusahaan mencatat pembayaran yang diterima untuk kontrak iklan jika pengakuan pendapatan dilakukan secara bertahap?

“Jika pengakuan pendapatan dilakukan secara bertahap, perusahaan mencatat pembayaran yang diterima sebagai pendapatan diterima di muka. Pendapatan ini kemudian diakui secara bertahap sesuai dengan kemajuan atau waktu pelaksanaan iklan, sama halnya yang sudah dikatakan diawal sisanya akan dianggap piutang perusahaan.”(Hasil wawancara, Desember 2024).

Kapan Admin Keuangan mencatat penagihan untuk pembayaran iklan yang sudah ditayangkan ?

“untuk pencatatan orderan akan dilakukan ketika sudah penandatanganan kontrak dan akan dilakukan perhitungan dan penagihan sejak tayangnya iklan hingga iklan berakhir” (Hasil Wawancara, Februari 2025)

Bagaimana jika terdapat perusahaan yang bekerjasama belum melakukan pembayaran ?

“Kita akan melakukan penagihan dan mengirimkan invoice kepada perusahaan yang berkaitan dan akan tetap diakui sebagai piutang,” (Hasil Wawancara, Februari 2025)

Kesimpulan dari wawancara dengan Suherdi, ia menjelaskan bahwa perusahaan akan mengacu pada perjanjian kontrak untuk menangani situasi pembatalan kontrak iklan sebelum produksi atau siaran iklan dilakukan. Jika pembayaran diterima terlebih dahulu namun ada ketidakpastian terkait hasil iklan, perusahaan akan menunda pengakuan pendapatan hingga risiko tersebut dapat dipastikan. Untuk pengakuan pendapatan yang bertahap, perusahaan mencatat pembayaran yang diterima sebagai pendapatan diterima di muka dan mengakuinya seiring dengan kemajuan pelaksanaan iklan. Sisa pembayaran akan dianggap sebagai piutang perusahaan.

Berikut adalah Pengakuan pendapatan penjualan jasa iklan yang dilakukan oleh PT Media Bengkulu Ekspres sesuai dengan PSAK No. 34 yakni :

Tabel 4
Pengukuran pendapatan jasa iklan

Bengkulu Ekspres	PSAK No. 34	Keterangan
1. Relasi 2. Pendekatan	Metode Persentase Penyelesaian	Pada Pengakuan Pendapatan jasa iklan di Bengkulu Ekspres yang pertama kali dilakukannya adalah memperbanyak relasi dan melakukan pendekatan kepada pihak terkait guna mencapai tujuan yang sama, dalam pendekatan ini biasanya terjadi tawar menawar antara konsumen dan perusahaan. Sedangkan dalam metode PSAK No.34 hal yang dilakukan oleh Bengkulu Ekspres ini masuk dalam metode Persentase penyelesaian yakni metode

Bengkulu Ekspres	PSAK No. 34	Keterangan
		yang dilakukan untuk menyelesaikan kontrak.
3. Pengajuan Proposal Kerjasama	Metode Kontrak Selesai	Kemudian pengajuan proposal kerjasama yang mana perusahaan akan memberikan proposal kerjasama kepada konsumen yang biasanya terdapat daftar harga penayangan iklan, kemudian jika sudah sepakat kedua pihak akan melakukan penandatanganan kontrak kerjasama dan dalam PSAK No.34 hal tersebut termasuk dalam metode Kontrak Selesai.
4. Penayangan Iklan	Pengakuan Pendapatan	Setelah kontrak kerjasama disepakati maka perusahaan akan melakukan penayangan iklan sesuai dengan kontrak yang sudah dipilih oleh konsumen seperti lama atau tidaknya iklan ditayangkan. Sedangkan dalam pengakuan pendapatan dapat diakui jika suatu barang sudah ditayangkan sesuai dengan harga yang ditentukan.
5. Penagihan 6. Pembayaran	Pengakuan Pendapatan Selesai	Setelah semua selesai, maka perusahaan akan melakukan penagihan dengan melakukan penagihan yang sudah direkap dan konsumen yang bekerjasama wajib membayarkan dengan harga yang telah disepakati diawal. Untuk pengakuan pendaatan selesai ini dapat diakui benar-benar selesai jika konsumen telah membayarkan ke perusahaan dan semua akan dianggap pengakuan pendapatan selesai, namun jika masih ada yan belum dibayarkan maka akan dianggap piutang.

Sumber: BE, 2024

Pada dasarnya Pengakuan pendapatan jasa iklan yang dilakukan oleh PT Media Bengkulu Ekspres sama seperti PSAK No.34 hanya saja perusahaan punya caranya sendiri untuk menyampaikan kepada konsumen.

PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengukuran pendapatan jasa iklan pada perusahaan media cetak berdasarkan PSAK No. 34 di perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres. Dalam penelitian ini teori yang digunakan oleh penulis yaitu teori PSAK No. 34 dengan menggunakan 4 metode pengakuan pendapatan, yaitu:

Metode persentase penyelesaian adalah pendapatan yang dapat diakui jika dari pendapatan dan biaya yang berkaitan diakui sejalan dengan tingkat perkembangan penyelesaian. Hal ini akan ada laba yang akan diakui berdasarkan persentase penyelesaian pekerjaan yang telah diselesaikan oleh perusahaan. Persentase penyelesaian ini akan lebih berarti sebagai hubungan akumulasi cost yang telah terjadi sampai dengan waktu yang telah ditentukan dengan total cost hingga pekerjaan selesai dan diterima oleh konsumen. Pada metode ini persentase penyelesaian kontrak, realisasi laba-rugi atas kontrak jangka panjang akan berjalan dari waktu ke waktu hingga pelaksanaan pekerjaan untuk menyelesaikan kontrak. Untuk mengetahuinya maka pada akhir periode akan diperhitungkan sesuai dengan perhitungan akuntansi. Dalam penelitian ini PT Media Bengkulu Ekspres menghitung persentase pendapatan dengan mengurangi biaya Pajak Penambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPH), dan Komisi Marketing sehingga akan mendapati persentase pada penyelesaian pendapatan. Berikut adalah pencatatan pendapatan jasa iklan di perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres dalam penayangan iklan yang terdapat pada hasil penginputan data admin keuangan.

Gambar 2
Pencatatan pendapatan jasa penayangan iklan

NOMOR	AE	PEMASANG	ORDER	PPn + PPh	Cash Bad	Netto	BAYAR	PIUTANG	Tgl Bayar	KETERANGAN
23.01.002	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Dirgahayu PT. Jasa R	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	6-Feb-23	LUNAS
23.01.003	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat dan Sukses	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	6-Feb-23	LUNAS
23.01.023	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat Hari Jadi Kai	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	6-Feb-23	LUNAS
23.01.052	Melita	PT. Bank Mega Tbk. Kantor Cabang Bengkulu (Peng	3.500.000	455.000	0	3.045.000	3.500.000	0	6-Feb-23	LUNAS
23.01.056	Melita	PT. Bank Bengkulu (Pengumuman Pengisian Formas	1.000.000	130.000	0	870.000	1.000.000	0	6-Feb-23	LUNAS
23.02.018	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat Hari Pers Na	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	15-Mar-23	LUNAS
23.02.028	Melita	PT. Central Pangan Pertiwi (Pengumuman Kedua Lel	1.500.000	195.000	0	1.305.000	1.500.000	0	15-Mar-23	LUNAS
23.02.031	Melita	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang	3.000.000	390.000	0	2.610.000	3.000.000	0	15-Mar-23	LUNAS
23.02.056	Melita	PT. Bank Raya Indonesia, Tbk (Pengumuman Kedua	2.500.000	325.000	0	2.175.000	2.500.000	0	20-Feb-23	LUNAS
23.02.081	Melita	PT. Bank Bengkulu (Lensa : Kerja Sama Bank Bengk	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	15-Mar-23	LUNAS
23.02.090	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat Hari Jadi Kab	2.000.000	260.000	0	1.740.000	2.000.000	0	15-Mar-23	LUNAS
23.03.002	Melita	PT. Bank Bengkulu (Pengumuman Pengisian Formas	1.000.000	130.000	0	870.000	1.000.000	0	16-May-23	LUNAS
23.03.026	Melita	PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Area Bengkulu (Pe	1.500.000	195.000	0	1.305.000	1.500.000	0	12-May-23	LUNAS
23.05.098	Melita	Jasa Raharja Putera Insurance (Ucapan : Turut Berd	1.000.000	130.000		870.000	1.000.000	0	28-Sep-23	LUNAS
23.05.099	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Turut Berduka Cita At	1.000.000	130.000		870.000		1.000.000		Belum Bayar
23.05.083	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat Hari Jadi Kab	2.000.000	260.000		1.740.000	2.000.000	0	3-Jul-23	LUNAS
23.05.096	Melita	PT. Bank Bengkulu (Ucapan : Selamat Hari Jadi Kab	2.000.000	260.000		1.740.000	2.000.000	0	3-Jul-23	LUNAS
23.05.107	Melita	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Branch C	1.500.000	195.000		1.305.000	1.500.000	0	3-Jul-23	LUNAS

Dari gambar diatas bahwa beberapa perusahaan sudah bekerjasama dengan PT Media Bengkulu Ekspres dengan perjanjian kontrak yang telah disepakati dan PPn+PPh yang telah ditentukan hingga dengan pembayaran yang sudah lunas dan belum lunas.

Metode kontrak selesai adalah pendapatan laba kotor akan diakui pada waktu kontrak diselesaikan hal ini menunjukkan bahwa pada metode ini tidak ada laba rugi. Metode ini lebih konsisten dengan accurat basis karena pada metode ini tidak ada pengakuan pendapatan sampai pekerjaan selesai atau kontraknya selesai. Pada Perusahaan ini pengakuan pendapatan dapat terjadi perbedaan terkait dengan waktu atau periode penyelesaian sebuah jasa iklan tersebut,

maka suatu barang dapat diakui selesai jika sudah terjadi penyelesaian dengan waktu yang sudah di tetapkan. Namun perusahaan ini akan tetap mengakui pendapatan jika jasa tersebut dibayarkan dengan paruh waktu atau biasa dikenal dengan menyicil dan sisa cicilan tersebut akan dianggap piutang antara perusahaan dengan konsumen.

Pengakuan pendapatan pada saat kontrak selesai yakni barang yang sudah memiliki nilai pasar sesuai dengan kontrak. Hasil penagihan atas harga jual tidak dapat dipastikan secara layak sehingga pengakuan pendapatan akan ditangguhkan. Ada dua metode yang dapat digunakan dalam menangguhkan pengakuan pendapatan sampai kas diterima, yaitu: Metode akuntansi penjualan cicilan. Metode akuntansi penjualan cicilan dibenarkan atas dasar jika tidak ada pendekatan yang layak untuk mengestimasi tingkat ketertagihan, pendapatan tidak boleh diakui sampai kas berhasil ditagih dan metode pemulihan biaya.

Dalam metode pemulihan biaya, tidak ada laba yang diakui sampai pembayaran kas oleh pembeli melebihi harga pokok barang dagang yang dijual bagi penjual. Setelah seluruh biaya dipulihkan, setiap penagihan kas tambahan dimasukkan dalam laba. Pengakuan pendapatan pada jasa iklan yang sudah dikeluarkan oleh perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres ini sesuai dengan kontrak yang telah disepakati oleh kedua pihak, jika diawal sepakat untuk sistem pembayarannya secara menyicil maka perusahaan belum dapat mengaku sebuah pendapatan jika belum ada penyelesaian. Pendapatan yang belum dapat diselesaikan akan dianggap piutang terhadap perusahaan. Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan nilai yang di dapatkan. Dari hasil PPN 11% dikali dengan nilai, PPH 2% dikali dengan Nilai, dan Komisi Marketing 10% dari Nilai.

Terakhir adalah metode pengakuan pendapatan, pada saat pembayaran diterima, akuntansi persentase penyelesaian bahwa dalam kebanyakan kontrak-kontrak ini adalah bahwa pembeli dan penjualan memperoleh hak yang dapat diberlakukan. Pembeli memiliki hak resmi untuk mendapatkan prestasi kerja tertentu dalam kontrak, penjual memiliki hak kepemilikan dari pembeli. Pada perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres sudah menerapkan PSAK No. 34 dengan menghitung persentase penyelesaian pendapatan secara baik dan benar, dan pada setiap pencairan biaya iklan yang sudah masuk keperusahaan selalu dicatat dalam pembukuan dan akan diakumulasikan pada saat akhir. Iklan yang sudah ditayangkan sesuai dengan perjanjian kontrak oleh media cetak ini akan dibuat sebuah laporan penagihan kepada pihak terkait dengan rincian yang sudah disepakati diawal. Pendapatan yang belum sepenuhnya masuk kedalam perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres akan dianggap sebagai piutang yang akan ditagih dan dipertanggung jawabkan di kemudian harinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengukuran pendapatan jasa iklan pada perusahaan media cetak PT. Media Bengkulu Ekspres telah memenuhi PSAK No.34 yakni Metode persentase penyelesaian : Yetti sebagai marketing melakukan penawaran dan negosiasi terkait kerjasama penayangan iklan yang ada di perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres dengan perusahaan lainnya. Hasil negosiasi yang sudah disepakati kemudian akan ada perjanjian kerjasama yang biasanya di tandatangani/MoU sebagai bukti bahwa sudah ada ikatan antar perusahaan. Virgian selaku Admin Keuangan mencatat dan menghitung apa saja yang menjadi pemasukan dan pengeluaran terhadap perusahaan terutam pada penayangan iklan di perusahaan PT. Media Bengkulu Ekspres. Admin keuangan akan melakukan perhitungan sesuai dengan PPN, PPH serta Komisi marketing disetiap perjanjian kotrak yang telah disepakati dan sesuai dengan ketentuan perusahaan. Nurhadi sebagai manager iklan mengetahui iklan apa saja yang bekerjasama dengan perusahaan sesuai dengan perjanjian kontrak yang sudah disepakati dengan memperhatikan PPN, PPH, dan Komisi Marketing, iklan yang masuk pada perusahaan akan dipertanggung jawabkan oleh manager iklan perihal persentase pendapatan yang akan masuk ke perusahaan. Kemudian Suherdi sebagai General Manager yang menaungi kontrak dan kerjasama antara perusahaan media cetak dan perusahaan lainnya, menyetujui dan tayangnya sebuah iklan dan pembiayaan yang sudah disepakati sehingga menjadi pendapatan perusahaan.

Metode Kontrak selesai : Hasil penelitian bersama Yetti selaku marketing iklan di Media cetak Bengkulu Ekspres yakni, setelah kontrak telah disetujui oleh konsumen dan perusahaan maka dalam hal tersebut sudah ada perjanjian kontrak terkait penayangan iklan yang akan ditayangkan pada media cetak tersebut. Dalam kontrak selesai ini sudah tertera antara biaya penayangan, biaya PPN, PPH dan Komisi Marketing yang telah disetujui oleh kedua pihak. Kemudian Virgian akan memperhatikan berapa persentase atau biaya yang telah disepakati oleh kedua pihak terkait penandatanganan kontrak yang dilakukan oleh pihak perusahaan bersama dengan pihak yang akan bekerjasama. Semua yang berkaitan dengan keuangan akan dicatat dan diperhitungkan oleh admin keuangan sebelum naik ke pihak manager. Sedangkan menurut Manager Iklan Nurhadi bahwa kontrak yang masuk akan segera diproses sesuai dengan kontrak yang telah ditentukan, iklan yang sudah ditayangkan nantinya akan dibuat tagihannya untuk pelunasan jasa iklan yang sudah digunakan pada media ini. Ditambahkan oleh Suherdi selaku General Manager Iklan bahwa dalam kontrak selesai ini tidak adanya perhitungan laba kotor atau laba bersih, karena pada tahap ini adalah kesepakatan antara kedua pihak yang akan melakukan pemasangan iklan kepada perusahaan yang menyediakan layanan penayangan iklan yang sudah tersusun dalam kontrak perjanjian.

Metode Pengakuan Pendapatan : Yetti, pengakuan pendapatan dapat diakui jika sudah melakukan penayangan dan penagihan pada konsumen, biaya yang sudah dibayarkan diawal belum bisa diakui sebagai pendapatan, hanya saja biaya yang sudah dibayarkan diawal akan tercatat pada pembukuan dan sisanya akan dianggap piutang pada perusahaan. Virgian, semua yang berurusan dengan pendapatan diperusahaan akan dilaporkan dan akan diperhitungkan berapa persentase yang akan masuk ke perusahaan, dan semua akan dipertanggung jawabkan oleh pihak keuangan termasuk dalam penayangan iklan diperusahaan. Nurhadi, pada pengakuan pendapatan ini akan dilakukan perhitungan sesuai dengan PPN, PPH, Komisi Marketing dari nilai kontrak yang telah disepakati diawal. Setelah semuanya terhitung maka itulah yang disebut pengakuan pendapatan. Suherdi, kontrak yang sudah masuk ke perusahaan akan menjadi pengakuan pendapatan hanya saja invoice yang belum masuk keperusahaan akan dianggap piutang yang akan terus ditagih dan diselesaikan.

Pengakuan Pendapatan Pada Saat Pembayaran Diterima: Yetti menjelaskan bahwa iklan yang sudah disepakati diawal akan diakui sebagai pendapatan hanya saja pendapatan diterima dapat diakui setelah sudah melakukan pelunasan kepada perusahaan. Virgian, semua iklan yang masuk di perusahaan yang telah melalui perjanjian kontrak kerjasama akan diperhitungkan dan dapat diakui sebagai pendapat jika semua pembayaran sudah selesai. Nurhadi, perusahaan ini hanya menyediakan penayangan iklan bukan menyediakan iklan, jadi perusahaan hanya dapat menerima pendapatan terkait dengan penayangan iklan. Suherdi, Iklan yang sudah ditayangkan sesuai dengan kontrak yang telah ditentukan akan dibuatkan laporan keuangannya menggunakan PSAK agar perhitungan dapat konkret antara kontrak perjanjian dan pendapatan akhirnya.

PT Media Bengkulu Ekspres adalah media yang cukup lama berdiri, media ini menyediakan informasi dan iklan melalui media cetak atau biasa orang kenal dengan koran atau surat kabar. Perusahaan ini salah satu media cetak yang masih bertahan hingga sekarang, dengan majunya teknologi dan semakin canggihnya kehidupan, perusahaan ini tidak pernah putus untuk terus berkarya dan berkembang. Perusahaan ini juga membuat platform secara online, media koran secara online ini dapat membuat perusahaan semakin menarik dan maju. Namun meski sudah adanya media online perusahaan ini tetap mempertahankan produksi cetakan koran untuk dipasarkan. Perkembangan dan kemajuan media cetak ini semakin membuat konsumen tertarik untuk bekerjasama dan melakukan penayangan iklan dengan PT Media Bengkulu Ekspres.

Pengakuan pendapatan jasa iklan yang dilakukan oleh perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres telah memenuhi PSAK No.34 yang mana pada PSAK NO.34 ini menggunakan metode Persentase penyelesaian yakni metode yang dilakukan untuk menari kesepakatan

antara perusahaan bersama konsumen agar mendapati kesepakatan untuk melakukan perjanjian kerjasama, kemudian Metode kontrak selesai yang mana jika persentase penyelesaian sudah didapatkan itu tandanya perusahaan bersama konsumen telah menandatangani kontrak kerjasama dengan perusahaan. Pengakuan pendapatan dalam PSAK No.34 adalah jika kontrak kerjasama telah disepakati maka perusahaan akan melakukan penayangan iklan dan iklan yang sudah ditayangkan dalam waktu yang telah disepakati akan dilakukan penagihan sesuai dengan harga yang telah disepakati diawal. Dan terakhir dalam PSAK No.34 yakni pengakuan pendapatan pada saat pembayaran diterima, hal ini dapat diakui sebagai pendapatan jika konsumen sudah membayarkan jasa iklan yang telah ditayangkan dan jika masih ada yang belum dibayarkan akan dianggap piutang.

PT Media Bengkulu Ekspres melakukan pengukuran pendapatan jasa iklan sama dengan PSAK No.34 hanya saja beda dalam penyampaiannya, PT Media Bengkulu Ekspres mengawalinya dengan memperbanyak relasi bersama lingkungan pemerintahan, Bank, dan perusahaan besar lainnya, kemudian melakukan pendekatan dengan menawarkan proposal kerjasama yang sudah dipersiapkan oleh perusahaan, ketika proposal pengajuan sudah disepakati oleh kedua pihak, selanjutnya terjadilah perjanjian kontrak dengan melakukan penandatanganan kontrak atau MoU antar perusahaan. Setelah kontrak telah disepakati maka pihak perusahaan akan melakukan penayangan iklan sesuai dengan kontrak. Iklan yang sudah ditayangkan pihak PT Media Bengkulu Ekspres akan merekap dan membuat invoice penagihan pada perusahaan yang sudah bekerjasama. Jika invoice penagihan iklan sudah diberikan maka pihak perusahaan yang bekerjasama akan melakukan pembayaran sesuai dengan nominal yang ada diproposal dan kesepakatan bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka Analisis pengukuran pendapatan jasa iklan pada media cetak Bengkulu Ekspres telah memenuhi PSAK No.34. Pada PSAK No.34 terdapat 4 Metode yakni persentase penyelesaian, metode kontrak selesai, pengakuan pendapatan dan pengakuan pendapatan pada saat pembayaran diterima. Sedangkan untuk perusahaan PT Media Bengkulu Ekspres melakukan pengukuran pendapatan jasa iklan dengan memperbanyak relasi dan pendekatan terhadap konsumen dan kemudian melakukan pengajuan proposal untuk kesepakatan bersama dalam menjalin kerjasama, setelah adanya perjanjian kerjasama yang dilakukan dengan penandatanganan kontrak/MoU maka perusahaan bisa melakukan tahap selanjutnya dengan penayangan iklan sesuai dengan kontrak yang telah ditetapkan. Dai penayangan iklan tersebut perusahaan akan merekap iklan dengan melakukan penagihan kepada konsumen hingga selesai dalam pembayaran.

Keduanya memiliki kesamaan dalam melakukan pengukuran pendapatan jasa iklan hanya saja setiap perusahaan memiliki caranya sendiri dalam menyampaikan dan menawarkan sebuah kerjasama untuk menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Di Kecamatan Segah. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 3(2), 31–38. <https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.8>
- Effendy. (2002). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action dalam media informasi dan sosial terhadap keputusan pembelian Supermi di Swalayan Aneka Jaya Smart Jepara secara parsial maupun secara simultan. *Repository.Unpas.Ac.Id*, 1(1), 50–55.
- Fatmawati, A. 2018. Penerapan PSAK No. 34 (Revisi 2010) pada CV. Bellton Sejati (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Padang).

- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Liawan, C., & Van Harling, V. N. (2019). Analisis Perlakuan Akuntansi Pendapatan Jasa Konstruksi Pada Pt. Agrindo Makmur Abadi. *Soscied*, 2(1), 44–51. <https://doi.org/10.32531/jsoscied.v2i1.169>
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Mutiara, P. (2022). Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 244. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.396>
- Nurul Khaeria, A., Luh Putu Tirta Murthi, N., Putra Triadji, T., & Yoan Nurotul Azizah, C. (2023). Pendapatan dan Beban. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 741–745.
- Rika Widianita, D. (2023). Analisis Pengakuan Pendapatan Berdasarkan PSAK NO. 34 Pada PT Faf Yuzal Pratama. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Rini, P. (2021). Analisis Pengaruh Pengakuan Pendapatan Pada Perhitungan Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 2(1), 62–71. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v2i1.204>
- Samsu, S., Pengakuan, A.D., Saharia, O. :, Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Pt. Misa Utara Manado Fakultas, S., Jurusan, E., Universitas, A., & Manado, S. R. (2013).. *Jurnal EMBA*, 5671(3), 567–575.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Silvia, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen media massa*. Scopindo Media Pustaka.
- Sinaga, E. N. (2016). *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*. 5(2), 86–98.
- Sisilia. (2021). Analisis Pengakuan Pendapatan Berdasarkan PSAK NO.34 Pada PT Adhi Karya (Persero), Tbk Divisi Konstruksi IV. *Ecopreneur.12*, 4(1), 102. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i1.923>
- Valen. (2013). Pengakuan Pendapatan dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.