

INTERMEDIATE ACCOUNTING

ANNY WIDIASMARA



INTERMEDIATE ACCOUNTING

(Dalam perspektif Firm Financial
Performance dan
Most Valuable Brands)

ANNY WIDIASMARA

Intermediate Accounting

(Dalam perspektif *Firm Financial Performance* dan *Most Valuable Brands*)

Intermediate Accounting

(Dalam perspektif *Firm Financial Performance* dan *Most Valuable Brands*)

Anny Widiasmara



UNIPMAPress
WE GOT IT

Intermediate Accounting

(Dalam perspektif *Firm Financial Performance* dan *Most Valuable Brands*)

Penulis:

Anny Widiarama

Perancang Sampul:

Tim Kreatif UNIPMA Press

Penata Letak:

Tim Kreatif UNIPMA Press

Cetakan Pertama, Januari 2020

Diterbitkan Oleh:

UNIPMA Press (Anggota IKAPI)

Universitas PGRI Madiun

Jl. Setiabudi No. 85 Madiun Jawa Timur 63118

Telp. (0351) 462986, Fax. (0351) 459400

E-Mail: upress@unipma.ac.id

Website: kwu.unipma.ac.id

ISBN: 978-602-0725-73-4

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

All right reserved

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul “Intermediate Accounting (Dalam perspektif *Firm Financial Performance* dan *Most Valuable Brands*)” dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini berisi tentang Akuntansi keuangan Menengah sebagai sistem yang mengatur pencatatan transaksi- transaksi yang telah dilakukan oleh perusahaan hingga penyusunan laporan dampak keuangan atas transaksi-transaksi serta perspektif akuntansi keuangan dilihat kinerja laporan keuangan dan *Most value brands*), Buku ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembaca dan menambahkan referensi terkait akuntansi internasional.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan buku ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya selanjutnya.

Madiun, 27 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

BAB 1. Konsep Dasar Akuntansi Keuangan.....	1
1.1. Pengertian	2
1.2 Siklus Akuntansi Keuangan.....	2
1.3 <i>Firm Financial Performance</i>	3
1.4 Indonesia's <i>TOP 100 Most Valuable Brand</i>	5
1.5 Karakteristik Laporan Keuangan	6
BAB II. Laporan Keuangan.....	14
2.1 <i>Financial Statement</i> dan <i>Financial reporting</i>	14
2.2 Ekuitas pemilik (<i>Owners Equity</i>)	23
2.3 Perhitungan Laba-Rugi (<i>Income Statement</i>).....	28
2.4 Laporan perubahan Ekuitas	39
2.5 Laporan Arus Kas (<i>Cash Flows Statement</i>)	44
BAB III. KAS DAN INVESTASI JANGKA PENDEK.....	58
3.1 Pengertian	58
3.2 Manajemen kas	59
3.3 Pengendalian Intern terhadap kas	60
3.4 Perencanaan Kas	61
3.5 Dana Kas kecil	66
3.6 Rekonsiliasi bank.....	69
3.7 Investasi jangka Pendek.....	94
3.8 Pencatatan surat-surat berharga	9
BAB IV. PIUTANG USAHA(<i>Current Receivable</i>).....	107
4.1 Pengertian	107
4.2 Manajemen Piutang Dagang.....	109
4.3 Pengendalian Intern terhadap Piutang	110

4.4 Metode penghapusan langsung.....	113
4.5 Metode penghapusan tidak langsung.....	114
4.6 Cadangan penghapusan Piutang	116
BAB V. PERSEDIAAN (<i>Inventory</i>).....	123
5.1 Pengertian	123
5.2 Persediaan barang dagangan.....	130
5.3 Metode penetapan Persediaan pada Perusahaan Manufaktur.....	140
BAB VI. INVESTASI JANGKA PANJANG(<i>Long Term Investment</i>).....	159
6.1 Pengertian	159
6.2 Investasi dalam saham	161
6.3 Investasi dalam obligasi.....	184
6.4 Investasi dalam dana.....	203
DAFTAR PUSTAKA.....	225
PROFIL PENULIS.....	226

BAB I

KONSEP DASAR AKUNTANSI KEUANGAN

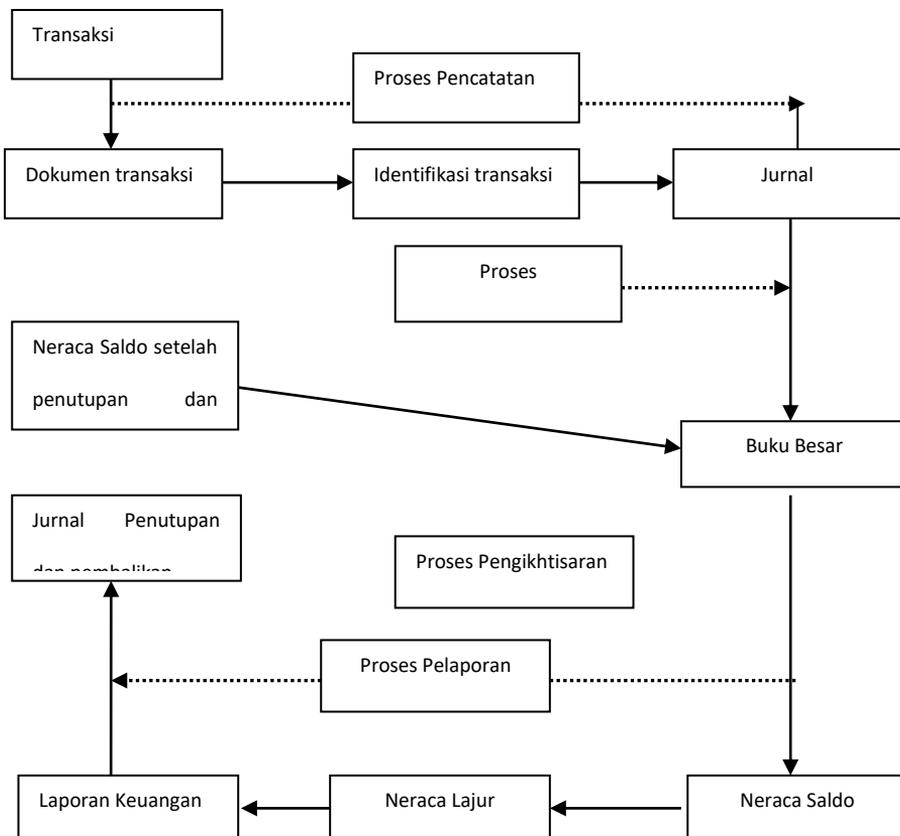
1.1 PENGERTIAN

Perusahaan dituntut untuk menyelenggarakan pembukuan atas transaksi-transaksi yang telah dilakukannya dengan sangat baik berdasarkan perencanaan dan perhitungan untuk menjaga eksistensinya ,Bagaimana mungkin perusahaan akan menjalankan roda usahanya dengan baik tanpa adanya system pencatatan dan pelaporan yang baik atas transaksi yang dilakukan sebelumnya ? jelasnya perusahaan sangat membutuhkan suatu system yang mengatur bagaimana transaksi-transaksi harus dilakukan pencatatan secara sistematis,sehingga didapatkan laporan yang mampu menggambarkan aktivitas perusahaan dimasa lalu ,dimasa sekarang dan mampu memberikan gambaran prospek perusahaan dimasa yang akan datang, system yang mengatur pencatatan transaksi –transaksi yang telah dilakukan oleh perusahaan hingga penyusunan laporan dampak keuangan atas transaksi-transaksi itulah yang disebut Akuntansi Keuangan.

1.2 SIKLUS AKUNTANSI KEUANGAN (*FINANCIAL ACCOUNTING CYCLE*)

Sebagai suatu aktivitas jasa yang terkait dengan pengolahan data keuangan suatu organisasi,akuntansi mempunyai tahapan-tahapan proses data yang meliputi aktivitas-aktivitas ,pembuatan dokumen transaksi ,pencatatan

transaksi ,pengelompokkan data, dan pelaporan data.tahapan proses data yang meliputi aktivitas-aktivitas ,pembuatan dokumen transaksi ,pencatatan transaksi ,pengelompokkan data ,pengikhtisaran data, dan pelaporan data, tahapan-tahapan proses data itulah yang disebut siklus akuntansi, satu periode akuntansi berumur 12 bulan yang dapat yang diawali dari tanggal 1 Januari dan diakhiri 31 Desember,atau berdasarkan periode yang ditentukan sendiri asalkan berisikan 12 bulan.



1.3 FIRM FINANCIAL PERFORMANCE

Kinerja sebuah perusahaan secara intuitif diharapkan dapat meningkat dengan brand yang lebih kuat, serta menjadi perusahaan dengan value brand yang lebih tinggi dari brand lainnya, Brand merupakan *intangible asset*. Karena itu, mengelolanya bukanlah hal yang mudah dan sepele. Kesiapan menghitung nilai brand dan mempelajarinya adalah kunci keberhasilan yang merupakan langkah awal menuju perusahaan kuat dan terpercaya. Selama dekade terakhir, para manajer di banyak perusahaan telah membuat pengembangan brand menjadi prioritas utama (Keller & Lehmann, 2006). Beberapa peneliti berpendapat bahwa brand yang sukses adalah menghasilkan hasil yang nyata karena perusahaan dengan value brand yang kuat dapat dengan mudah memperluas permintaan produk dan layanan branda melalui internasionalisasi dan perluasan brand (Aaker, 1991). Peringkat brand berdasarkan nilai perusahaan bisa dilihat dari posisi nilai brand yang dimilikinya, muaranya adalah memotivasi perusahaan untuk terus berupaya membangun brand yang kuat dan bernilai tinggi melalui inovasi dan terobosan strategi bisnis. nilai total 100 brand yang masuk dalam peringkat tersebut (Majalah Swa,2016)

Penelitian tentang value brand dan Firm financial Performance telah dilakukan diantaranya oleh Feng Jui Hsu¹, Tsai Yi Wang, and Mu Yen Chen, 2013 hasilnya pasar bereaksi positif terhadap kehadiran perusahaan

yang menjadi brand papan atas saat dipublikasikan, investor mendapatkan return saham saat ada pengumuman. Osma (2014) berpendapat bahwa ada relevansi brand dikaitkan dengan kinerja keuangan hal ini dibuktikan bahwa perusahaan dengan ekuitas brand yang lebih tinggi memiliki pendapatan yang lebih banyak, pendapatan saat ini mengandung informasi yang lebih besar mengenai pendapatan di masa mendatang, sehingga menyebabkan perusahaan menjadi lebih kuat antara ukuran brand dan tingkat pengembalian pasar. Berbeda dengan peneliti sebelumnya, sejumlah penelitian terbaru telah menguji hubungan antara nilai ekuitas brand dan komponennya, yang gagal memberikan bukti mengenai masalah ini (Madden et al., 2006; Rego et al. , 2009; Johansson dkk., 2012). Seperti yang dicatat dalam Ittner dkk. (2009), kelemahan potensial adalah bahwa hal itu sangat bergantung pada asumsi yang sering kali teruji bahwa nilai ekuitas brand mengarah pada peningkatan kinerja perusahaan.

Indikator kinerja keuangan yang dapat mengungkapkan berbagai aspek kinerja keuangan suatu perusahaan seperti profitabilitas, efisiensi, ukuran operasi, kredibilitas keuangan dipilih dan dihitung dengan menggunakan laporan Laba rugi dan neraca perusahaan. Indikator untuk mengukur kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan: Return on Equity (ROE), Nilai Buku (FVBV), rasio Harga/Penjualan (PS), Net Profit Margin (NPM), Rasio Penjualan EBITDA/Net Sales (EBNS), Return on Assets (ROA), Pendapatan

Operasional (OI), Current Ratio (CR), Financial Leverage (Aydin, Ulengin 2015)

1.4 INDONESIA'S TOP 100 MOST VALUABLE BRAND

Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands adalah apresiasi terhadap perusahaan dan produk terbaik yang memiliki skor tertinggi di Indonesia yang diselenggarakan Brand Finance Asia Pasific dan Majalah SWA. Top Most Valuable Brands adalah hasil dari testimoni kepuasan pelanggan terhadap komitmen dalam memberikan produk dan layanan terbaik. Hasil pemeringkatan Indonesia's 100 Most Valuable Brands 2016, seperti tahun-tahun sebelumnya, memang ada sejumlah brand yang sangat menonjol nilainya. Di industri telekomunikasi, ada Telkom Indonesia yang nilai brandnya mencapai US\$ 2,62 miliar (turun 7% dibandingkan dengan tahun lalu) yang berada di peringkat pertama. Kemudian, di industri rokok ada Sampoerna (US\$ 2,07 miliar) dan Gudang Garam (US\$ 1,85 miliar), serta di industri perbankan ada Bank Mandiri (US\$ 1,83 miliar), Bank Rakyat Indonesia (BRI, sebesar US\$ 1,59 miliar) dan Bank Central Asia (BCA, US\$ 1,14 miliar). Sementara, banyak brand lain yang nilainya jauh di bawahnya. Tak mengherankan, 10 brand dengan nilai tertinggi berkontribusi sebesar 63% terhadap

1.5 KERANGKA KONSEPTUAL AKUNTANSI KEUANGAN

Pemahaman tentang landasan teoritis atau kerangka Konseptual akuntansi sebagai suatu bangunan ilmiah menjadi sangat penting, karena dengan memahami kerangka konseptual akuntansi dapat diperoleh pemahaman atas substansi akuntansi sebagai bangunan ilmiah yang luas mengenai tujuan, terminology, asumsi dasar, konsep-konsep atau prinsip-prinsip yang mendasari implementasi dan hambatan-hambatan serta metode dan teknik perhitungan.

Menurut FASB, kerangka konseptual merupakan suatu konstitusi, suatu system yang koheren dari hubungan antara tujuan dan fundamental yang dapat mendorong standar yang konsisten dan yang menjelaskan sifat, fungsi serta keterbatasan akuntansi keuangan dan laporan keuangan. Tujuan akan mengidentifikasi sasaran dan maksud akuntansi, sedangkan fundamental adalah konsep yang mendasari akuntansi, konsep yang memberikan petunjuk dalam memilih kejadian untuk dicatat, mengukur kejadian tersebut, meringkas dan mengkomunikasikan pada pihak-pihak yang berkepentingan

Kerangka konseptual akuntansi keuangan diperlukan agar:

1. Praktik Akuntansi diimplementasikan berdasarkan prinsip akuntansi yang diterima umum /GAAP
2. Membantu praktik akuntansi dimasa yang akan datang untuk dapat menyerap berbagai perkembangan terbaru dari kegiatan bisnis yang semula belum diatur dalam prinsip dan standar perlakuan akuntansi, dengan memberikan referensi dan analogi untuk menganalisis dan memecahkan permasalahan akuntansi yang timbul karena perkembangan bisnis dengan begitu prinsip dan standar, serta metode dan teknik perhitungan akuntansi dapat selalu berkembang sesuai dengan perkembangan bisnis.
3. Bermanfaat bagi praktisi dalam memberikan dasar pemikiran pemilihan alternative –alternatif dari berbagai metode atau teknik perhitungan yang

tersedia yang sesuai dengan karakteristik transaksinya, misalnya metode depresiasi terhadap mesin, bila mesin bekerja sangat fluktuatif tidak bisa menggunakan metode garis lurus tetapi menggunakan metode hasil produksi.

Karakteristik Laporan Keuangan (*Characteristic of Financial Statement*)

Terdapat 3 karakteristik atau tujuan penyusunan laporan keuangan yaitu; 1) karakteristik khusus, 2) karakteristik umum, dan 3) karakteristik kualitatif.

1. Karakteristik Khusus (*Specific characteristic of financial statement*)

Karakteristik khusus dari laporan keuangan adalah untuk menyajikan laporan posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan keuangan lainnya secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang diterima secara umum.

2. Karakteristik Umum (*General characteristic of financial statement*)

Karakteristik umum laporan keuangan antara lain:

- a. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber – sumber ekonomi, dan kewajiban perusahaan.
- b. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber kekayaan bersih yang berasal dari kegiatan usaha dalam mencari laba.
- c. Menaksir informasi keuangan yang dapat digunakan untuk menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
- d. Memberikan informasi keuangan yang diperlukan lainnya tentang perubahan harta dan kewajiban.
- e. Mengungkapkan informasi relevan yang dibutuhkan para pemakai laporan keuangan.

3. Karakteristik kualitatif laporan keuangan (*Qualitative characteristic of financial statement*)

Agar laporan keuangan dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan tujuan penyusunannya, maka laporan keuangan tersebut harus memenuhi beberapa

karakteristik kualitatif, beberapa karakteristik kualitatif yang harus dipenuhi oleh suatu laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. Karakteristik kualitatif level utama

2. Karakteristik kualitatif level kedua

Karakteristik Kualitatif Level Utama (Primary Qualities) Laporan keuangan antara lain :

1. Relevance

Laporan Keuangan harus menyediakan informasi keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang berbeda-beda, informasi yang relevan akan membantu pengguna untuk melakukan *predictive value*, yaitu memprediksi hasil dimasa yang lewat, masa sekarang dan masa yang akan datang. Informasi yang relevan bisa juga menjadi *feedback value* untuk menerima dan mengoreksi harapan, untuk mengoreksi *feedback value dan predictive value* maka laporan keuangan harus *timeliness* (tepat waktu).

2. Reliability

Informasi akuntansi yang dinyatakan *reliable* (andal) jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan jujur, Laporan keuangan dikatakan *reliable* apabila memenuhi 3 kriteria yaitu:

a) Penyajian yang jujur

Artinya laporan keuangan yang dibuat memberikan informasi yang dapat merepresentasikan dengan landasan kejujuran dan menjunjung tinggi azas kebenaran artinya tidak ada sesuatu yang disembunyikan ataupun dimanipulasi

b) Verifiable

Data keuangan yang dilaporkan harus dapat ditelusuri sampai pada dokumen aslinya dan dapat dilakukan oleh pihak independen.

c) Neutrality

Informasi akuntansi harus bebas dari keberpihakan pada kepentingan pihak tertentu, dan benar-benar ditujukan untuk kepentingan bersama.

Karakteristik Kualitatif level kedua Laporan keuangan antara lain:

1. Comparability (Daya Banding)

Bahwa pengguna laporan keuangan harus dapat membandingkan laporan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan posisi dan kinerja keuangan, pemakai juga harus membandingkan posisi laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan.

2. Consistency

Perlakuan metode Akuntansi yang digunakan untuk mencatat atau melakukan pengukuran terhadap suatu transaksi atau kejadian, maka perlakuan akuntansi harus secara konsisten digunakan sebagai metode perlakuan akuntansi untuk transaksi atau kejadian yang sama dari periode ke periode berikutnya, ketaatan pada standar akuntansi yang ada dan kebijakan akuntansi yang digunakan oleh perusahaan membantu pencapaian daya banding laporan keuangan yang dihasilkan.

Elemen-elemen Laporan Keuangan

1. Neraca

a. Aktiva

- b.Passiva
- 2.Laporan Laba-Rugi
 - a.Pendapatan
 - b.Beban
- 3.Laporan perubahan Ekuitas
- 4.Laporan Arus Kas
 - a. Aktivitas Operasi
 - b.Aktivitas Investasi
 - c.Aktivitas Pendanaan
- 5. Catatan atas Laporan Keuangan.

Asumsi-asumsi Dasar Akuntansi (Accounting Basic Assumptions)

1. Asumsi Kesatuan Ekonomi

Adalah suatu asumsi yang menyatakan bahwa aktivitas perusahaan harus dapat diidentifikasi sebagai suatu kesatuan unit akuntansi,bahwa aktivitas perusahaan harus dipisahkan secara jelas oleh pemiliknya dan dari kesatuan usaha lainnya.

2. Asumsi Kelangsungan usaha

Semua konsep dasar ,prinsip-prinsip,metode-metode dan tehnik perhitungan akuntansi berlandaskan pada asumsi kelangsungan usaha ini yaitu suatu asumsi yang menyatakan bahwa suatu perusahaan akan tetap eksis untuk waktu yang lama dan tidak dibatasi oleh batasan umur tertentu,implikasi dari asumsi ini adalah digunakannya prinsip historical cost (prinsip harga perolehan) dalam pengukuran aktiva.

3. Asumsi Kesatuan mata uang

Uang merupakan kesatuan ukuran yang umum dalam aktivitas ekonomi dan memberikan dasar yang tepat bagi pengukuran akuntansi dan keperluan analisis, karena kesatuan mata uang adalah relevan, simple, tersedia secara luas berlandaskan pada kesatuan mata uang yang stabil

4. Asumsi pembagian waktu

Bahwa aktivitas ekonomi suatu perusahaan dapat dibagi bagi dalam periode-periode waktu yang ditentukan sendiri, misalnya periode bulanan, kuartalan, semesteran dan tahunan.

Pengukuran secara akurat hasil, kekayaan, kewajiban dan ekuitas suatu perusahaan pada saat perusahaan itu ditutup atau dilikuidasi, padahal kita ketahui bahwa perusahaan itu didirikan samapai tak terbatas waktu, pelaku bisnis dan pemerintah tidak dapat menunggu lama dan tidak berkepastian kapan akan dilakukan pengukuran tsb, waktu yang tidak terbatas dan tidak berkepastian tersebut harus dibagi dalam satuan waktu yang lebih pendek dan berkepastian (12 bulan), pada setiap akhir periode diasumsikan bahwa perusahaan tsb diberhentikan dalam operasinya untuk memberikan kesempatan bagi penyusunan laporan keuangan, dan pada awal periode berikutnya diasumsikan bahwa perusahaan didirikan kembali untuk melanjutkan operasinya, begitu seterusnya siklus kelangsungan hidup perusahaan.