

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki daya tarik pariwisata lokal maupun mancanegara. Kota Bandung menyuguhkan hal-hal yang bisa memanjakan pengunjung selama berada di kota ini. Meskipun Kota Bandung tidak memiliki gunung atau lautan, tetapi Kota Bandung memiliki infrastruktur yang dapat menunjang pariwisata. Salah satu indikator yang menjadi daya tarik wisatawan di Kota Bandung adalah kuliner. Oleh sebab itu, bisnis kuliner menjadi semakin banyak dikembangkan oleh para pelaku bisnis. Bisnis kuliner memiliki kecenderungan yang terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Dewasa ini, bisnis di bidang kuliner meliputi berbagai ragam seperti bisnis kafe, restoran, kedai kopi, dan sejenis lainnya.

Mengikuti perkembangan di zaman milenial ini, bisnis kedai kopi atau *coffee shop* menjadi tren usaha yang paling diminati oleh para pelaku bisnis terutama bagi anak-anak muda yang ingin memulai usaha dalam bidang *food and beverage*. Kegemaran masyarakat terhadap kopi membuat semakin banyaknya kedai-kedai kopi di Kota Bandung. Dengan menawarkan berbagai jenis varian kopi serta ditambahkan sedikit menu makanan, kedai kopi mampu untuk menarik hati para pelanggannya. Penggunaan kedai kopi pun tidak hanya sebagai tempat untuk sekedar minum kopi tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup semua kalangan masyarakat, dimana kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang banyak diminati. Bagi masyarakat bisnis, kedai kopi dianggap menjadi identitas eksistensi dan simbol *prestige* (Kusumasasti, 2017).

Pertumbuhan kedai kopi pun kini semakin terpacu, optimisme yang dimiliki para pelaku bisnis bahwa kehadiran kedai kopi sudah menjadi kebutuhan untuk gaya hidup manusia modern. Hal ini sejalan dengan yang

disampaikan oleh Ario Fajar, *Head of Marketing* PT. Toffin Indonesia dalam acara “BrewFest 2020” bahwa kedai kopi memiliki prospek bisnis yang sangat bagus dan akan terus menjamur dengan kenaikannya bisa mencapai 10 hingga 15 persen. Menurutnya, perkembangan kedai kopi tak lepas dari semakin mudahnya masyarakat dalam membuka usaha ini dikarenakan harga investasinya yang sudah lebih terjangkau serta tersedianya banyak platform *sharing economy* yang akan memudahkan konsumen dalam memesan kopi melalui aplikasi sehingga semakin membuka lebar saluran distribusi. Selain itu, Staf Khusus Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), Agus Santoso mengatakan bahwa pemerintah mendorong UKM dalam bidang kopi agar mampu untuk *go digital* sehingga bisa meningkatkan daya saing produknya sekaligus mengarahkan merek lokal kopi agar bisa bersaing di level global.

Banyaknya jumlah kedai kopi yang tersebar di Kota Bandung membuat persaingan bisnis semakin ketat. Sebab, konsumen dapat dengan mudah memilih kedai kopi yang sesuai dengan selera masing-masing serta berdasarkan dengan kepopulerannya di media sosial. Tentunya, hal ini membuat setiap perusahaan (kedai kopi) harus mampu memanfaatkan peluang dan tepat dalam mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu usahanya. Para pelaku bisnis juga harus mampu meningkatkan kekuatan yang dimiliki perusahaannya, seperti memperlihatkan faktor keunikan yang dapat dijadikan pembeda dengan perusahaan lainnya untuk mendapatkan ketertarikan para konsumen. Selain itu, cara pemikiran yang kreatif dibutuhkan oleh para pelaku bisnis agar mampu menciptakan inovasi-inovasi yang dapat mengembangkan sebuah usaha, karena persaingan tidak hanya dalam hal kuantitas tetapi juga kualitas, keterampilan pemasaran, status, dan kelembagaan pendukung produksi (Manika Putri, dkk, 2020).

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam membangun sebuah bisnis bukan hanya mengembangkan strategi pemasaran tetapi juga pentingnya

pengelolaan keuangan perusahaan. Laporan keuangan sangat berpengaruh terhadap informasi manajemen dimana setiap periode akuntansi, laporan keuangan harus dilaporkan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan dari segi pendapatan, pengeluaran, dan posisi keuangan lainnya yang berkaitan dengan informasi keuangan perusahaan.

Namun, masih banyak pelaku bisnis UMKM yang didalamnya termasuk usaha kedai kopi yang belum memiliki perkembangan dalam kinerja keuangannya. Hal ini mengakibatkan para pelaku bisnis tidak mengetahui secara persis besar pendapatan yang diterima, besar biaya yang dikeluarkan, dan besar biaya yang seharusnya masih tersisa. Seiring dengan semakin luasnya ukuran usaha membuat para pelaku bisnis tidak mampu memantau secara langsung kegiatan usahanya. Oleh karena itu, dengan memiliki laporan keuangan yang baik dan benar hal tersebut dapat diatasi (Gunanto, 2015).

Laporan keuangan merupakan ikhtisar mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu. Secara umum, terdapat empat jenis laporan keuangan pokok, yaitu neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, dan laporan aliran kas. Dari keempat laporan tersebut hanya dua jenis yang biasa digunakan untuk kebutuhan analisis, yaitu neraca dan laporan laba rugi. Sebab, pada akhirnya laporan perubahan modal dan laporan aliran kas akan diikhtisarkan ke dalam neraca dan laporan laba rugi. Neraca merupakan laporan yang menggambarkan jumlah kekayaan, kewajiban, dan modal dari perusahaan tersebut pada waktu tertentu. Sedangkan laporan laba rugi akan menggambarkan jumlah penghasilan atau pendapatan, serta biaya operasi perusahaan tersebut pada waktu tertentu.

Pendapatan merupakan salah satu komponen penting dalam laporan keuangan khususnya di laporan laba rugi. Dimana untuk menilai perusahaan itu laba atau rugi maka kita melihat selisih positif dari pendapatan dan beban. Sedangkan apabila selisihnya negatif antara pendapatan dan beban maka perusahaan tersebut mengalami kerugian. Laporan laba rugi itu penting bagi

perusahaan karena untuk menilai apakah perusahaan tersebut sehat atau tidak bisa dilihat laporan laba ruginya, khususnya di saldo laba akhir perusahaan. Sehingga pihak manajemen perusahaan akan mengetahui kinerja perusahaan secara benar selama periode tertentu.

Oleh karena itu, pendapatan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan sehingga para pelaku bisnis harus mampu untuk mencatatnya dengan jelas. Di zaman modern ini, pastinya masyarakat sudah tidak asing lagi dengan istilah *electronic money* (*e-money*). Jenis uang tersebut memudahkan baik para konsumen maupun penjual dalam melakukan transaksi karena tidak harus bergantung dengan uang *cash* atau fisik serta mengefisiensi waktu. Meskipun begitu, dalam perihal pencatatan pendapatan, penggunaan *e-money* ternyata menimbulkan kesulitan tersendiri. Kesulitan tersebut terjadi karena sistem aplikasi keuangan yang berbeda dengan sistem pembayaran *e-money* sehingga membuat pengelola keuangan harus memasukkan kembali rincian transaksi penjualan secara manual. Permasalahan tersebutlah yang terjadi di Ambrasta Coffee. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas mengenai hal tersebut dalam laporan ini dengan mengambil judul **“Tinjauan Atas Proses Pencatatan Pendapatan Penjualan di Ambrasta Coffee”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

- a. Proses pencatatan pendapatan penjualan yang dilakukan di Ambrasta Coffee.
- b. Belum terintegrasinya sistem pembayaran elektronik dengan sistem aplikasi keuangan untuk mencatat pendapatan penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang terdapat pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana proses pencatatan pendapatan penjualan yang dilakukan di Ambrasta Coffee ?
- b. Bagaimana pengaplikasian sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh Ambrasta Coffee dalam proses pencatatan pendapatan penjualan ?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui proses pencatatan pendapatan penjualan yang dilakukan di Ambrasta Coffee.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Dengan maksud penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui proses pencatatan pendapatan penjualan yang dilakukan di Ambrasta Coffee.
- b. Untuk mengetahui pengaplikasian sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh Ambrasta Coffee dalam proses pencatatan pendapatan penjualan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna bagi masyarakat mengenai proses pencatatan pendapatan penjualan di Ambrasta Coffee dan menjadi saran dalam pengambilan keputusan terkait kendala-kendala yang dialami selama menjalankan tugas dan fungsinya.

1.5.2 Kegunaan Akademis

1. Mengembangkan kemampuan penulis dalam berpikir kritis dan analitis dalam memaparkan permasalahan yang menjadi topik dalam laporan ini.
2. Melatih penulis dalam menyajikan laporan yang baik dan benar dengan harapan dapat menjadi acuan dalam pencarian informasi mengenai topik laporan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh penulis dalam melaksanakan penelitian adalah Ambrasta Coffee yang beralamat di Jl. Pasir Impun No.39, Karang Pamulang, Kec. Mandalajati, Kota Bandung, Jawa Barat 40195.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai dari bulan April 2021 sampai dengan Agustus 2021. Adapun waktu penelitian tersebut dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

No.	Deskripsi Kegiatan	2021						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1.	Pra survei :							
	Persiapan judul							
	Persiapan teori							
	Pengajuan judul							
	Pengajuan tempat penelitian							
2.	Pengumpulan data							
3.	Pengolahan data							

4.	Penyusunan Tugas Akhir :							
	Bimbingan							
	Sidang							
	Revisi							
	Pengumpulan draf							

Tabel 1.1
Waktu Penelitian