

## PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN PENJUALAN KONSINYASI PADA GALLERY SENI SELASAR 10

Rini Tri Hastuti<sup>1</sup>, Vivian Huang<sup>2</sup> & Daniel Alexander<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: rinih@fe.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: vivianh.125230112@stu.untar.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: daniela.125230143@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Consignment sales are the best alternative choice because there are several advantages and have relatively smaller risks. The benefits obtained are not only from the person who entrusts the goods/depositor but also the recipient of the goods/commissioner. Among these benefits are that the company can expand its marketing area, the recipient of the goods does not need a large capital to increase their merchandise and the consignor does not bother to rent a place to sell their merchandise and the consignor does not bother to rent a place to sell their merchandise so that it can save on space costs. The PKM topic that we will implement is training in compiling consignment sales reports at the Selasar 10 Gallery Shop. Mitra's business field is a gallery that sells various handicraft and fashion products from various brands. This gallery functions as a destination channel to accommodate the best products from several craftsmen and is sold with a consignment or consignment system. The problem found during the interview with Mitra was that the consignment sales recording system was still relatively simple and manual. So with this problem, the PKM Team offers a solution to provide knowledge sharing by providing training on how to record consignment sales more systematically and meet the rules of financial reporting in accordance with applicable accounting standards. The target outputs to be achieved from this training activity are: Mandatory outputs in the form of publications in the Serina journal and additional outputs in the form of IPR.*

**Keywords:** *Consignment, Financial Reports, MSMEs*

### ABSTRAK

Sistem jual konsinyansi menjadi alternatif pilihan terbaik karena memiliki beberapa keuntungan dan memiliki resiko yang relative lebih rendah. Keuntungan yang didapatkan dari kedua pihak yaitu pihak penitip dan pihak komisioner. Keuntungan tersebut adalah perusahaan (pihak penitip) dapat memperluas daerah penjualannya, sedangkan pihak penerima barang tidak memerlukan modal yang besar untuk memperbanyak barang dagangannya dan penitip barang tidak menyewa tempat untuk menjual barang dagangannya sehingga dapat menghemat biaya tempat. Topik PKM yang akan kami laksanakan adalah pelatihan penyusunan laporan penjualan konsinyansi pada *Gallery Shop Selasar 10*. Bidang usaha Mitra adalah sebuah galery yang menjual berbagai produk handycraft dan fashion dari berbagai merk. *Gallery* ini berfungsi sebagai kanal destinasi untuk menampung produk-produk terbaik dari beberapa pengrajin dan dijual dengan sistem titip jual atau konsinyansi. Permasalahan yang ditemukan pada saat wawancara dengan Mitra adalah sistem pencatatan penjualan konsinyansi tersebut masih relatif sederhana dan manual. Sehingga dengan masalah tersebut pihak Tim PKM menawarkan solusi untuk memberikan sharing ilmu dengan memberikan pelatihan bagaimana mencatat penjualan konsinyansi tersebut lebih sistematis dan memenuhi kaidah aturan pelaporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. *Target luaran yang akan dicapai* atas kegiatan pelatihan ini adalah: Luaran wajib berupa publikasi pada jurnal Serina dan luaran tambahan berupa HKI.

**Kata kunci :** Konsinyansi, laporan Keuangan, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Penjualan konsinyansi merupakan prosedur di mana barang yang dimiliki oleh seseorang diserahkan atau disimpan kepada pihak lain yang berfungsi sebagai agen penjualan. Agen ini akan mendapatkan komisi berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat antara kedua pihak. Barang akan tetap menjadi hak pemilikinya sampai terjual. Setelah barang terjual, hak milik barang beralih dari pemilik kepada pembeli melalui perantara penjualan. Saat transaksi berlangsung, pemilik mencatatnya sebagai penjualan dan mencatat piutang kepada agen, sementara agen mencatatnya sebagai pembelian atau pendapatan komisi dari penjualan barang

konsinyasi tersebut. Ketentuan-ketentuan untuk penjualan secara konsinyasi umumnya diatur antara pemilik barang dan komisioner dalam perjanjian kontrak penjualan konsinyasi (Beams dan Jusuf, 2016). Menurut Handayani (2018), potensi hasil penjualan barang konsinyasi akan bertambah jika penjual memasarkan barang konsinyasi dengan volume yang besar, dan peningkatan penjualan barang tersebut berdampak positif terhadap kelancaran pembayaran barang konsinyasi.

Penjualan konsinyasi dapat didefinisikan sebagai suatu kesepakatan di mana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak lain untuk dijual dengan imbalan komisi tertentu. Pemilik barang atau yang menyerahkan barang disebut pengamanat (*consignor*), sementara pihak yang menerima barang disebut komisioner (*consignee*). Bagi pengamanat yang menitipkan barang kepada pihak lain untuk dijual dengan harga dan syarat tertentu umumnya disebut sebagai barang konsinyasi (*consignment out*), sedangkan pihak yang menerima barang ini disebut barang komisi (*consignment in*) (Beams dan Jusuf, 2016). Handayani (2018) serta Sunani & Effendi (2022) menemukan bahwa apabila penjual memberikan barang konsinyasi dalam jumlah yang besar, maka kemungkinan penjualan barang konsinyasi meningkat, dan hal ini memberikan dampak positif terhadap ketepatan pembayaran barang konsinyasi.

Mitra pada kegiatan PKM ini adalah *Gallery Shop Slasar 10*. Profil usaha mitra ini bergerak di bidang *gallery Shop*. Beralamat di Jl. Senayan Utama HI No. 6 Bintaro Tangerang Selatan. Toko galeri seni ini adalah sebuah *gallery* seni yang menjual barang karya seni /kerajinan dari berbagai pengrajin. Produk-produk kerajinan tangan tersebut terbagi dalam beberapa kelompok produk. Diantaranya kelompok produk pakaian batik dan tenun, produk household, produk assesories, produk tas dan produk pernak-pernik. Seluruh produk hasil kerajinan tangan ini menggunakan bahan lokal yang berkualitas baik. Sistem penjualan yang dilakukan Mitra dengan menggunakan system konsinyasi atau titip jual. Setiap partner yang menitipkan produknya untuk dijual di *gallery* menandatangani perjanjian bagi hasil dengan pihak *gallery*.

Topik PKM yang akan kami laksanakan pendampingan dalam memberikan literasi pelatihan penyusunan laporan penjualan konsinyasi pada *Gallery Shop Selasar 10*. Dalam wawancara pendahuluan, Tim PKM menemukan bahwa pencatatan sistem penjualan konsinyasi pada usaha Mitra masih sederhana dan manual. Oleh sebab itu pihak Mitra mengajukan permintaan untuk di berikan literasi sekaligus pendampingan bagaimana menyusun laporan penjualan konsinyasi yang lebih sistematis dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Tim pengusul pengabdian kepada masyarakat dapat menawarkan solusi untuk masalah yang dihadapi oleh *Gallery Seni Selasar 10* dengan memberikan pelatihan serta pendampingan dalam menyusun laporan penjualan konsinyasi yang lebih terstruktur dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Materi yang disiapkan oleh Tim PKM berupa materi konsep penyusunan laporan penjualan, aplikasi Excell dan data penjualan yang diberikan oleh mitra selama kurun waktu tertentu.

Luaran Wajib kegiatan pelatihan abdimas ini berupa Jurnal Nasional Serina Adimas yang merupakan hasil prosiding SENAPENMAS/SERINA yang di selenggarakan oleh LPPM Untar setiap semester. Jurnal ini dapat diakses oleh publik melalui web resmi Untar dengan sub bagian Jurnal Untar. Disamping luaran wajib, kegiatan abdimas ini juga menghasilkan Luaran Tambahan berupa HKI. HKI tersebut berupa modul/poster dari kegiatan abdimas yang di daftarkan ke Direktorat Jendral HKI, untuk mendapatkan sertifikat HKI atas modul/ poster kegiatan abdimas tersebut.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan, ceramah, dan diskusi. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di lokasi mitra dan berlangsung selama satu hari. Fokus utama pendampingan adalah membantu mitra dalam menyusun laporan penjualan konsinyasi. Metode ceramah digunakan oleh narasumber untuk menjelaskan topik yang berkaitan dengan sistem pelaporan penjualan konsinyasi, sedangkan metode diskusi dan tanya jawab diterapkan untuk memperdalam pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, metode pelatihan dilakukan melalui praktik langsung dalam pembuatan laporan penjualan konsinyasi menggunakan data penjualan mitra dalam kurun waktu tertentu. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini meliputi beberapa langkah. Pertama, tim melakukan kerja sama dengan mitra dengan mengunjungi lokasi dan menawarkan kolaborasi. Kedua, tim memberikan dukungan dalam perancangan format laporan penjualan konsinyasi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Ketiga, contoh model laporan penjualan konsinyasi disusun sebagai referensi bagi mitra. Keempat, mitra diminta untuk memberikan tanggapan atau umpan balik terhadap hasil pendampingan yang telah dilakukan. Dalam kegiatan ini, mitra turut berpartisipasi dengan menyediakan ruangan untuk pelatihan, menunjuk staf yang akan mengikuti pendampingan, serta menginformasikan kegiatan ini kepada staf terkait.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan pendampingan pada mitra telah dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang disepakati di tanggal 29 September 2024. Aktivitas yang dilakukan adalah memberikan pendampingan dalam menyusun laporan penjualan konsinyasi secara langsung di lokasi Mitra. Tahap awal melibatkan pengumpulan informasi anggota yang bekerja sama dengan pihak *Gallery* untuk menyimpan produknya serta pengumpulan data penjualan dalam sebulan terakhir. Langkah selanjutnya adalah mensimulasikan pembuatan laporan penjualan konsinyasi dengan menggunakan Microsoft Excel. Data penjualan yang digunakan dalam simulasi ini mengambil data penjualan untuk sebulan terakhir. Tahap terakhir melakukan evaluasi terhadap kegiatan pendampingan, menilai dampak pendampingan. Hasil evaluasi yang telah dilakukan untuk menilai apakah ada perubahan pemahaman dan kemampuan Mitra untuk menyusun laporan penjualan konsinyasi. Beberapa hal yang menjadi poin evaluasi tersebut diantaranya:

**Tabel 1**

*Matriks Evaluasi Hasil Pelaksanaan Kegiatan*

Sebelum Pelatihan	Saat Pelatihan	Setelah Pelatihan
Mitra kurang memahami secara detail penjualan konsinyasi	Mitra memberikan respon yang positif dan mulai memahami penjualan konsinyasi	Mitraa memahami konsep penjualan konsinyasi
Mitra mencatat penjualan konsinyasi dengan sederhana dan manual	Mitra memberikan data penjualan dan catata penjualan selama satu bulan terakhir	Mitra dapat Menyusun laporan penjualan konsinyasi dengan menggunakan program excell
Umpan balik	Memberikan tanggapan atau respon hasil pelatihan	Perkembangan dari pelatihana awal dan adanya desain model laporan penjualan konsinyasi
Mitra Belum menggunakan program excel	Menggunakan program excell	Program excel mulai digunakan untuk selanjutnya

Berikut ini adalah simulasi pelaporan penjualan konsinyasi. Simulasi ini menggunakan data penjualan dari salah satu anggota *gallery* seni.

**Tabel 2**

*Laporan Penjualan Konsinyasi TRIE INDONESIA Periode Agustus 2024*

Laporan Penjualan Periode Agustus 2024 Nama item : Fashion Batik Jumlah : 40 unit <i>Consignor</i> : TRIE INDONESIA <i>Consignee</i> : <i>Gallery Slasar 10</i>	Barang Konsinyasi
Informasi	Jumlah (RP)
Penjualan 10 packs @ RP 300.000 Komisi 25 %/ unit <i>Supplies &amp; packaging</i> Nilai penjualan	Rp. 750.000 <u>(775.000)</u> Rp. 25.000 2.225.000
<i>Note: Consignment balance:</i>	2.225.000

Contoh diatas adalah simulasi dari satu anggota *gallery*. Laporan lainnya dibuat untuk masing-masing anggota *Gallery* sehingga total keseluruhan saldo penjualan dapat di organisasi dengan menggunakan program Excell.

**Gambar 1**

*Dokumentasi Kegiatan PKM*



#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini mendapat respons positif dari mitra, yang merasakan manfaat dari diskusi dan masukan yang diberikan. Tujuan utama pengabdian kepada masyarakat telah tercapai, terbukti dengan keberhasilan mitra dalam menyusun laporan penjualan konsinyasi yang lebih terstruktur menggunakan Microsoft Excel. Meskipun demikian, mitra masih memerlukan bimbingan lebih lanjut agar proses pelaporan dapat berjalan lebih sistematis dan optimal di masa depan. *Gallery Seni Selasar 10*, yang telah mengikuti pendampingan ini, memiliki peluang untuk meningkatkan transparansi pencatatan penjualan konsinyasi, yang berkontribusi pada daya saing usaha mereka (Sulistiyani, et al. 2020). Secara keseluruhan, kegiatan ini berlangsung dengan baik dan tepat waktu, serta membuka peluang kerja sama berkelanjutan, di mana mitra berharap dapat memperoleh wawasan bisnis lain guna mendukung keberlanjutan usaha mereka.

### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Ucapan terima kasih kami kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah memberikan bantuan dana untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Ucapan Terima Kasih kami juga sampaikan kepada pemilik usaha dan karyawan *Gallery Seni Selasar 10* serta pihak-pihak yang telah mendukung Tim PKM Untar sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik.

### Referensi

- Africa, L. A., & Sunani, A. (2017). Peningkatan kinerja dalam membuat laporan keuangan sebagai syarat aplikasi pendanaan kepada bank (Mitra LBB Leaf English Course Gresik, Jawa Timur). *Prosiding SNasPPM*, 2(1), 313–316.
- Anisha, L., Rochmawati, R., & Hariman, I. (2023). Aplikasi berbasis web untuk pencatatan penjualan konsinyasi, pemesanan produk, dan penyusunan laporan laba rugi pada UMKM Chubby, Yogyakarta. *eProceedings of Applied Science*, 10(5).
- Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta Pusat. (2020). *Profil UMKM di Jakarta Pusat*.
- Damayanti, R., & Rompis, A. I. (2021). Penguatan peran UMKM melalui pendampingan pembuatan laporan keuangan. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 379–390.
- Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 24–30. <https://doi.org/10.1108/13563280110381189>
- Gustiawan, H. (2019). Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah terhadap laporan keuangan. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(5), 55.
- Hadiyati, E. (2015). Marketing and performance of SMEs in the Indonesian creative industry. *Journal of Business and Management*, 17(8), 25–31.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Füller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: The case of MINI on Facebook. *Journal of Product & Brand Management*, 22(5/6), 342–351. <https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2013-0299>
- Indonesia Branding Association. (2018). *Panduan branding untuk CIMICM*.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pavlou, P. A., & Stewart, D. W. (2000). Measuring the effects and effectiveness of interactive advertising: A research agenda. *Journal of Interactive Advertising*, 1(1), 62–78. <https://doi.org/10.1080/15252019.2000.10722043>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., & Warda, W. (2020). Peningkatan daya saing UMKM melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(2), 97–105.
- Ridwan, M., & Pasaribu, R. (2019). Pendampingan UMKM melalui branding di Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 45–55.
- Sunani, A., & Effendi, M. B. (2022). Pendampingan Toko Dias Jagir Wonokromo Surabaya Jawa Timur dalam penyusunan laporan penjualan konsinyasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 2(4), 1243–1248.