

EXPOSURE DRAFT

ISAK No.10

29 Agustus 2009

**EXPOSURE DRAFT
INTERPRETASI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN
PROGRAM LOYALITAS PELANGGAN**

*Exposure draft ini dikeluarkan oleh
Dewan Standar Akuntansi Keuangan*

*Tanggapan atas exposure draft ini diharapkan dapat
diterima paling lambat tanggal 30 November 2009
oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan*



IKATAN AKUNTAN INDONESIA

ED No.
10

INTERPRETASI
STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN

PROGRAM LOYALITAS PELANGGAN



Hak cipta © 2009, Ikatan Akuntan Indonesia

Dikeluarkan oleh
Dewan Standar Akuntansi Keuangan
Ikatan Akuntan Indonesia
Jalan Sindanglaya No. 1
Menteng
Jakarta 10130
Telp: (021) 3190-4232
Fax : (021) 724-5078
email: iai-info@iaiglobal.or.id, dsak@iaiglobal.or.id

September 2009

Exposure draft ini diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan hanya untuk ditanggapi dan dikomentari. Saran - saran dan masukan untuk menyempurnakan *draft* ini masih dimungkinkan sebelum diterbitkannya Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan

Tanggapan tertulis atas *draft* ini paling lambat diterima pada **30 November 2009**. Tanggapan dikirimkan ke:

**Dewan Standar Akuntansi Keuangan
Ikatan Akuntan Indonesia
Jl. Sindanglaya No.1,
Menteng,
Jakarta 10310**

Fax: 021 724-5078

E-mail: iai-info@iaiglobal.or.id, dsak@iaiglobal.or.id

Hak Cipta © 2009 Ikatan Akuntan Indonesia

Exposure Draft (ED) ini dibuat dengan tujuan untuk penyiapan tanggapan dan komentar yang akan dikirimkan ke Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Penggunaan ED ini oleh individu/organisasi/lembaga dianjurkan dan diizinkan untuk penggunaan di atas dan tidak untuk diperjualbelikan.

**Dewan Standar Akuntansi Keuangan, Ikatan Akuntan Indonesia, Jl Sindanglaya No.1, Menteng, Jakarta 10310.
Tel. 62-21 3190-4232, Fax: 62-21 724-5078
E-mail: iai-info@iaiglobal.or.id, dsak@iaiglobal.or.id**

Pengantar

Dengan diadopsinya IAS 18: *Revenue* menjadi PSAK 23: *Pendapatan* maka IFRIC dan SIC yang terkait perlu untuk diadopsi untuk melengkapai adopsi IAS 18.

Untuk itu, DSAK memandang perlu untuk mengdopsi IFRIC 13: *Customer Loyalty Programmes* menjadi ED ISAK 10: *Program Loyalitas Pelanggan*.

Jakarta, 29 Agustus 2009
Dewan Standar Akuntansi Keuangan

Rosita Uli Sinaga	Ketua
Agus Edy Siregar	Anggota
Etty Retno Wulandari	Anggota
Merliyana Syamsul	Anggota
Roy Iman Wirahardja	Anggota
Meidyah Indreswari	Anggota
Riza Noor Karim	Anggota
Setiyono Miharjo	Anggota
Saptoto Agustomo	Anggota
Jumadi	Anggota
Ferdinand D. Purba	Anggota
Irsan Gunawan	Anggota
Budi Susanto	Anggota
Ludovicus Sensi Wondabio	Anggota
Eddy R. Rasyid	Anggota
Liaw She Jin	Anggota

DAFTAR ISI

	Paragraf
PENDAHULUAN	01 - 04
Referensi	
Latar Belakang.....	01 - 02
Ruang Lingkup.....	03
Permasalahan	04
INTERPRETASI	05 - 09
TANGGAL EFEKTIF DAN KETENTUAN TRANSISI	10 - 11
PANDUAN APLIKASI	
CONTOH ILUSTRASI	

1 INTERPRETASI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN**2 NO. 10**

3

4 PROGRAM LOYALITAS PELANGGAN

5

6 PENDAHULUAN

7

8 Referensi

9 • PSAK 25: *Kebijakan Akuntansi, Perubahan Estimasi*
10 *Akuntansi dan Kesalahan*

11 • PSAK 23: *Pendapatan*

12 • PSAK 57: *Kewajiban Diestimasi, Kewajiban Kontinjensi*
13 *dan Aset Kontinjensi*

14

15 Latar Belakang

16

17 01. Program loyalitas pelanggan digunakan entitas untuk
18 memberikan insentif kepada pelanggan untuk membeli barang
19 atau jasa mereka. Jika pelanggan membeli barang atau jasa,
20 entitas akan memberikan penghargaan kredit kepada pelanggan
21 (seringkali disebut sebagai “poin”). Pelanggan dapat menukar
22 (*redeem*) penghargaan kredit tersebut dengan barang atau jasa
23 secara gratis atau dengan potongan harga.

24

25 02. Program-program tersebut dilaksanakan dengan
26 berbagai cara. Pelanggan mungkin disyaratkan untuk
27 mengakumulasi sejumlah minimum tertentu atau nilai kredit
28 sebelum dapat melakukan pertukaran. Penghargaan kredit dapat
29 dihubungkan dengan pembelian individual maupun kelompok,
30 atau untuk pesanan berlanjut selama periode tertentu. Entitas
31 dapat melaksanakan program loyalitas pelanggan secara sendiri
32 atau berpartisipasi dalam sebuah program yang dilaksanakan
33 oleh pihak ketiga. Penghargaan yang diberikan dapat berupa
34 barang atau layanan yang diberikan oleh entitas bersangkutan
35 dan/atau hak untuk mengklaim barang atau jasa dari pihak
36 ketiga.

37

38

1 Ruang Lingkup

2

3 03. Interpretasi ini berlaku untuk penghargaan kredit
4 loyalitas pelanggan yang diberikan oleh:

- 5 (a) entitas yang memberikan penghargaan kepada pelang-
6 gannya sebagai bagian dari transaksi penjualan, yaitu
7 penjualan barang, pemberian jasa atau penggunaan aset
8 entitas oleh pelanggan, dan
9 (b) tergantung pemenuhan atas setiap kondisi lebih lanjut yang
10 dipersyaratkan, pelanggan dapat menukar barang atau jasa
11 secara gratis atau dengan potongan harga dimasa yang
12 akan datang. Interpretasi membahas perlakuan akuntansi
13 entitas yang memberikan penghargaan kredit kepada para
14 pelanggannya.

15

16 Permasalahan

17

18 04. Interpretasi ini membahas beberapa hal, yaitu:

- 19 (a) apakah kewajiban entitas untuk memberikan barang
20 atau jasa secara gratis atau dengan potongan harga
21 (“penghargaan”) pada masa depan harus diakui dan diukur
22 dengan:
23 (i) mengalokasikan sejumlah tertentu imbalan yang
24 diterima dari atau tagihan dari transaksi penjualan atas
25 penghargaan kredit dan menanggihkan pengakuan
26 pendapatan (menerapkan PSAK 23), atau
27 (ii) membukukan (*providing*) sejumlah biaya masa depan
28 diestimasi untuk memberikan penghargaan kredit
29 (menerapkan PSAK 23), dan
30 (b) jika imbalan dialokasikan untuk penghargaan kredit:
31 (i) berapa jumlah yang harus dialokasikan;
32 (ii) kapan pendapatan harus diakui; dan
33 (iii) jika pihak ketiga yang memberikan penghargaan
34 kredit, bagaimana pendapatan tersebut harus diukur.

35

36

37

38

1 INTERPRETASI

2

3 05. Entitas harus menerapkan PSAK 23 dan mencatat
4 penghargaan kredit sebagai komponen yang diidentifikasi
5 secara terpisah atas transaksi penjualan pada saat diberikan (saat
6 “penjualan awal”). Nilai wajar atas imbalan yang diterima atau
7 tagihan sehubungan dengan penjualan awal harus dialokasikan
8 antara penghargaan kredit dan komponen lain dari penjualan.

9

10 06. Imbalan yang dialokasikan terhadap penghargaan
11 kredit harus diukur dengan mengacu pada nilai wajarnya, yaitu
12 jumlah penghargaan kredit jika dijual secara terpisah.

13

14 07 Jika entitas sendiri yang memberikan penghargaan
15 tersebut, maka entitas harus mengakui imbalan yang
16 dialokasikan terhadap penghargaan kredit sebagai pendapatan
17 pada saat penghargaan kredit ditukar dan entitas telah memenuhi
18 kewajiban pemberian penghargaan. Jumlah pendapatan yang
19 diakui harus berdasarkan jumlah penghargaan kredit yang telah
20 ditukar, proporsional terhadap (*relative to*) jumlah keseluruhan
21 yang diharapkan akan ditukar.

22

23 08. Jika pihak ketiga yang memberikan penghargaan,
24 entitas harus menetapkan apakah entitas mengakumulasi
25 imbalan yang dialokasikan terhadap penghargaan kredit untuk
26 kepentingan sendiri (yakni sebagai prinsipal dalam transaksi
27 tersebut) atau untuk kepentingan pihak ketiga (yakni sebagai
28 agen untuk pihak ketiga).

29 (a) Jika entitas mengakumulasi imbalan untuk kepentingan
30 pihak ketiga, maka entitas harus:

31 (i) mengukur pendapatan sebagai jumlah bersih yang
32 yang diperoleh untuk kepentingan sendiri, yaitu
33 perbedaan antara imbalan yang dialokasikan terhadap
34 penghargaan kredit dan jumlah yang dibayarkan
35 kepada pihak ketiga yang mengadakan penghargaan
36 kredit; dan

37 (ii) mengakui jumlah bersih tersebut sebagai pendapatan
38 pada saat pihak ketiga berkewajiban untuk

1 mengadakan penghargaan dan berhak menerima
2 imbalan atas tindakan yang dilakukannya. Pengakuan
3 ini dapat terjadi seketika pada saat penghargaan
4 kredit diberikan. Dipihak lain, jika pelanggan dapat
5 memilih untuk mengklaim penghargaan kredit, baik
6 dari entitas ataupun dari pihak ketiga, pengakuan ini
7 hanya mungkin terjadi jika pelanggan memilih untuk
8 mengklaim penghargaan dari pihak ketiga.

9 (b) Jika entitas mengakumulasi imbalan untuk kepentingan
10 sendiri, maka entitas harus mengukur pendapatan sebagai
11 imbalan bruto yang dialokasikan terhadap penghargaan
12 kredit dan mengakui pendapatan pada saat pemenuhan
13 kewajiban terhadap penghargaan kredit.

14
15 09. Jika pada suatu saat, biaya yang tidak dapat dihindari
16 untuk memenuhi kewajiban dalam memberikan penghargaan
17 diperkirakan akan melebihi imbalan yang diterima dan yang
18 dapat ditagihkan (yakni imbalan yang dialokasikan terhadap
19 penghargaan kredit pada penjualan awal, belum diakui sebagai
20 pendapatan dan juga setiap imbalan selanjutnya yang dapat
21 diterima ketika pelanggan menukar penghargaan kredit), maka
22 entitas mempunyai kontrak yang memberatkan. Laibilitas harus
23 diakui atas kelebihan tersebut sesuai PSAK 57. Kebutuhan
24 untuk mengakui laibilitas dapat terjadi, jika biaya yang
25 diperkirakan untuk memberikan penghargaan kredit meningkat,
26 contoh jika entitas memperbaharui perkiraannya mengenai
27 jumlah pemberian kredit yang akan ditukar.

28 29 **TANGGAL EFEKTIF DAN KETENTUAN TRANSISI**

30
31 10. Entitas harus menerapkan Interpretasi ini untuk periode
32 laporan tahunan yang dimulai pada atau setelah 1 Januari
33 2011. Penerapan dini diperkenankan. Jika entitas menerapkan
34 Interpretasi untuk laporan yang dimulai sebelum 1 Januari
35 2011, entitas harus mengungkapkan fakta tersebut.

36
37 11. Perubahan dalam kebijakan akuntansi harus dicatat
38 sesuai PSAK 25.

1 **PANDUAN APLIKASI**

2

3 *Panduan Aplikasi ini merupakan bagian tidak terpisahkan*
4 *dari ISAK 10.*

5

6 **Pengukuran Nilai Wajar Penghargaan**

7

8 PA1. Paragraf 06 dari interpretasi mensyaratkan imbalan
9 dialokasikan pada penghargaan untuk diukur dengan mengacu
10 pada nilai wajarnya, yaitu jumlah penghargaan dapat dijual
11 secara terpisah. Jika nilai wajar tidak terobservasi secara
12 langsung, maka harus diestimasi.

13

14 PA2. Jika dapat mengestimasi nilai wajar penghargaan
15 dengan mengacu pada nilai wajar penghargaan yang dapat
16 ditukarkan. Nilai wajar penghargaan ini akan dikurangi untuk
17 memperhitungkan:

18 (a) Nilai wajar penghargaan yang akan ditawarkan kepada
19 pelanggan yang tidak memperoleh penghargaan pada awal
20 penjualan; dan

21 (b) Proporsi penghargaan yang diperkirakan tidak ditukarkan
22 oleh pelanggan.

23 Jika pelanggan dapat memilih dari suatu kisaran penghargaan
24 yang berbeda, maka nilai wajar penghargaan tersebut akan
25 mencerminkan nilai wajar dari kisaran penghargaan yang
26 tersedia, tertimbang dalam proporsi dengan frekuensi setiap
27 penghargaan yang diperkirakan akan dipilih.

28

29 PA3. Dalam beberapa keadaan, teknik estimasi lain
30 mungkin tersedia. Misalnya, jika suatu pihak ketiga akan
31 memasok penghargaan dan entitas membayar pihak ketiga
32 atas setiap penghargaan yang diberikan, maka entitas dapat
33 mengestimasi nilai wajar penghargaan dengan mengacu kepada
34 jumlah yang dibayarkan kepada pihak ketiga, ditambah margin
35 keuntungan wajar. Pertimbangan disyaratkan untuk memilih
36 dan menerapkan teknik estimasi yang memenuhi persyaratan
37 paragraf 06 interpretasi dan paling sesuai keadaan.

38

1 CONTOH ILUSTRASI

2

3 *Contoh berikut melengkapi, namun bukan bagian dari ISAK 10.*

4

5 CONTOH 1: PENGHARGAAN DIBERIKAN OLEH ENTITAS

6

7 CI1. Sebuah grosir melaksanakan program loyalitas
8 pelanggan. Grosir tersebut melaksanakan program loyalitas
9 poin anggota pada saat mereka membelanjakan sejumlah
10 tertentu di Grosir tersebut. Program anggota dapat menebus
11 poin untuk pembelian berikutnya. Poin tersebut tidak
12 memiliki batas kedaluwarsa. Dalam satu periode, entitas
13 memberikan 100 poin. Manajemen memperkirakan 80 dari
14 poin tersebut akan ditebus. Manajemen mengestimasi nilai
15 wajar dari setiap poin loyalitas adalah Rp 1, dan menanggihkan
16 pendapatan Rp 100.

17

18 Tahun 1

19

20 CI2. Pada akhir tahun pertama, 40 poin telah ditebus untuk
21 ditukar dengan belanjaan, misalnya setengah dari poin yang
22 diharapkan akan ditebus. Entitas mengakui pendapatan $(40$
23 $\text{poin}/80^* \text{ poin}) \times \text{Rp } 100 = \text{Rp } 50$.

24

25 Tahun 2

26

27 CI3. Pada tahun kedua, manajemen merevisi ekspektasinya.
28 Saat ini entitas mengharapkan 90 poin akan ditebus sekaligus.

29

30 CI4. Selama tahun kedua, 41 poin ditebus, sehingga jumlah
31 poin yang ditebus adalah $40^{**} + 41 = 81$ poin. Pendapatan
32 kumulatif yang diakui entitas adalah $(81 \text{ poin}/90^{***} \text{ poin}) \times \text{Rp}$
33 $100 = \text{Rp } 90$. Entitas mengakui pendapatan sebesar Rp 50 pada
34 tahun pertama, sehingga pendapatan yang diakui pada tahun
35 kedua adalah sebesar Rp 40.

36

* Total nomor poin yang diperkirakan ditukar

37

** Nomor poin yang ditukar pada tahun pertama

38

*** Revisi estimasi total nomor poin yang diperkirakan ditukar

1 Tahun 3

2

3 CI5. Pada tahun ketiga, sembilan poin ditebus kembali,
4 jumlah poin yang ditebus adalah $81 + 9 = 90$. Manajemen terus
5 berharap bahwa hanya 90 poin yang akan ditebus, misalnya tidak
6 ada lagi poin yang akan ditebus setelah tahun ketiga. Sehingga
7 pendapatan kumulatif hingga saat ini adalah $(90 \text{ poin}/90^* \text{ poin}) \times$
8 $\text{Rp } 100 = \text{Rp } 100$. Entitas mengakui pendapatan sebesar Rp 90 (Rp
9 50 pada tahun pertama dan Rp 40 pada tahun kedua). Sehingga
10 entitas mengakui sisanya sebesar Rp 10 pada tahun ketiga. Seluruh
11 pendapatan yang awalnya ditangguhkan kini harus diakui.

12

13 CONTOH 2. PENGHARGAAN DIBERIKAN OLEH
14 PIHAK KETIGA

15

16 CI6. Pengecer barang elektronik berpartisipasi dalam
17 program loyalitas pelanggan yang dioperasikan oleh
18 sebuah entitas penerbangan. Pengecer tersebut memberikan
19 keanggotaan program satu poin perjalanan udara untuk setiap
20 Rp 1 yang mereka belanjakan atas barang-barang elektronik
21 tersebut. anggota program dapat menebus poin untuk perjalanan
22 udara tersebut kepada entitas penerbangan, tergantung pada
23 ketersediaan barang. Pengecer membayar entitas penerbangan
24 Rp 0.009 untuk setiap poin.

25

26 CI7. Dalam satu periode, pengecer menjual barang-barang
27 elektronik tersebut untuk imbalan dengan total Rp 1 juta.
28 Pengecer memberikan 1 juta poin.

29

30 Alokasi imbalan untuk poin perjalanan

31

32 CI8. Pengecer mengestimasi bahwa nilai wajar satu
33 poin adalah Rp 0.01. Pengecer tersebut mengalokasikan
34 terhadap poin sebesar $1 \text{ juta} \times \text{Rp } 0.01 = \text{Rp } 10,000$ dari imbalan
35 yang diterima dari penjualan barang-barang elektronik.

36

37 * Total nomor poin yang diperkirakan masih ditukar

38

1 Pengakuan Pendapatan

2

3 CI9. Setelah memberikan poin, pengecer memenuhi
4 kewajibannya kepada pelanggan. Entitas penerbangan
5 berkewajiban untuk memberikan penghargaan dan berhak
6 menerima imbalan atas tindakannya. Oleh karena itu, pengecer
7 mengakui pendapatan dari poin ketika menjual barang-barang
8 elektronik.

9

10 Pengukuran Pendapatan

11

12 CI10. Jika pengecer telah mengumpulkan imbalan yang
13 dialokasikan terhadap poin yang dicatatnya sendiri, pengecer
14 tersebut harus mengukur pendapatannya sebagai pendapatan
15 kotor sebesar Rp 10.000 yang dialokasikan kepada mereka.
16 Pengecer mengakui secara terpisah Rp 9.000 yang dibayarkan
17 atau terutang kepada entitas penerbangan sebagai beban. Jika
18 pengecer telah mengumpulkan imbalan atas nama entitas
19 penerbangan, misalnya sebagai agen entitas penerbangan,
20 pengecer mengukur pendapatannya sebagai jumlah neto
21 yang ada dalam catatannya sendiri. Jumlah pendapatan ini
22 merupakan perbedaan antara imbalan sebesar Rp 10.000 yang
23 dialokasikan terhadap poin dengan Rp 9.000 yang diteruskan
24 kepada entitas penerbangan.

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38