

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin lama semakin tajam. Salah satu bidang usaha yang dalam beberapa tahun ini berkembang cukup pesat adalah usaha jasa bengkel otomotif. Usaha ini banyak diminati karena biasanya bisnis ini tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan perekonomian. Keadaan ini membuka peluang bagi kalangan usahawan yang tertarik di dalam bidang jasa bengkel untuk menyediakan tempat khusus dan memadai disamping pemberian *service* yang memuaskan kepada pelanggan untuk merawat dan memperbaiki mobil secara cepat dan praktis.

Kemunculan berbagai jenis usaha jasa bengkel menumbuhkan persaingan yang sangat ketat bagi perusahaan sejenis. Oleh sebab itu, perusahaan yang telah berada di dalam industri ini harus lebih dapat bersaing secara kompetitif di pasar.

Untuk dapat bertahan atau bahkan bersaing dalam persaingan ketat tersebut, diperlukan suatu perencanaan sekaligus pelaksanaan strategi pemasaran yang baik, yaitu pemasaran yang terintegrasi atau bauran pemasaran, yang terdiri dari unsur-unsur: 1) *Product*, 2) *Price*, 3) *Place*, 4) *Promotion*. Dalam penulisan skripsi ini penulis hanya akan membatasi pada masalah yang berhubungan dengan kegiatan promosi saja.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk pada masyarakat adalah promosi. Jadi dalam hal ini, promosi digunakan sebagai salah satu

alat komunikasi yang penting bagi suatu perusahaan untuk memperkenalkan konsumen mengenai informasi-informasi produk terkait karena setiap produk yang akan dipasarkan tidak mungkin dikenal masyarakat bila tidak ada usaha untuk mempromosikannya.

Pada umumnya, biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan sangat besar. Oleh karena itu, proses promosi harus dikelola dengan baik karena fungsi ini memegang peranan penting dalam penentuan seberapa besar volume penjualan yang dicapai, yang pada akhirnya akan menentukan besarnya laba yang dapat diperoleh perusahaan.

Agar biaya promosi dapat dikelola dengan baik, maka diperlukan suatu perencanaan dan pengendalian yang merupakan proses untuk meyakinkan telah dilakukannya tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Perwujudan fungsi perencanaan dan pengendalian yang dilakukan dalam manajemen dapat terlihat misalnya dalam penyusunan anggaran. Anggaran merupakan rencana manajemen yang dinyatakan dalam satuan uang untuk periode tertentu, biasanya satu tahun.

Anggaran sangat penting karena digunakan untuk mengendalikan kegiatan perusahaan yaitu membandingkan anggaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu dengan pelaksanaannya. Kemudian apabila terdapat penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dianalisis agar diketahui penyebabnya dan dapat dilakukan perbaikan di masa yang akan datang.

Seiring dengan perkembangan perekonomian di mana tingkat persaingan antar perusahaan semakin tajam, maka perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan suatu sistem perencanaan yang baik atas anggaran biaya promosi yang

disusun, sehingga manajemen perusahaan lebih efektif di dalam meningkatkan laba dari tahun ke tahun. Karenanya penyusunan anggaran yang baik akan dapat dijadikan tolak ukur dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan dan dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan laba perusahaan.

Penulis memilih PT Aurea Gemilap sebagai objek penelitian karena perusahaan ini bergerak di bidang jasa bengkel otomotif yang memiliki persaingan yang ketat di dalam negeri. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnisnya sangat dibutuhkan peranan promosi agar masyarakat mengenal produknya dan biaya promosi ini perlu dikendalikan melalui sistem pengendalian yang memadai melalui anggaran.

Hal inilah yang mendorong penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh ujian sarjana S-1 dalam Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi guna menyusun skripsi dengan judul: “Peranan Anggaran Biaya Promosi sebagai Alat Pengendalian dalam Rangka Meningkatkan Laba Usaha PT. Aurea Gemilap”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penyusunan anggaran biaya promosi di PT. Aurea Gemilap?
2. Bagaimana pelaksanaan pengendalian biaya promosi yang dilakukan oleh PT. Aurea Gemilap?

3. Bagaimana peranan anggaran biaya promosi dalam meningkatkan laba usaha?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui proses penyusunan anggaran biaya promosi di PT. Aurea Gemilap.
2. Mengetahui pelaksanaan pengendalian biaya promosi yang dilakukan oleh PT. Aurea Gemilap.
3. Mengetahui peranan anggaran biaya promosi dalam meningkatkan laba usaha.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kegunaan sebagai berikut:

- a. Penulis, memperoleh pengetahuan mengenai penggunaan dan manfaat dari anggaran dalam perusahaan, sehingga dapat mengetahui bagaimana penerapan teori yang selama ini diperoleh dan dipelajari dalam dunia nyata. Selain itu sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh ujian sarjana akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
- b. Masyarakat, dapat memberikan sumbangan informasi dan wawasan pengetahuan terapan khususnya dalam bidang pengendalian biaya promosi untuk meningkatkan laba usaha perusahaan.
- c. Manajemen Perusahaan, dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi manajer tentang pentingnya peranan anggaran dan perhitungan selisih biaya

promosi, sehingga dapat dijadikan sebagai masukan dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

Dalam mengumpulkan data untuk menyusun skripsi ini, penulis menggunakan studi kasus yang melibatkan PT. X sebagai objek penelitian di lapangan. Beberapa metode penelitian lainnya yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu:

a. Metode Kepustakaan

Dalam penelitian kepustakaan ini, penulis melakukannya dengan mencari dan membaca buku-buku, bahan perkuliahan serta majalah dan media lainnya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam tulisan ini. Penggunaan bahan-bahan tersebut adalah sebagai pembahasan yang bersifat teoritis dan merupakan data sekunder yang dipakai dalam pengolahan data yang dikumpulkan dari lapangan, sehingga diharapkan pembahasan masalah akan lebih terperinci.

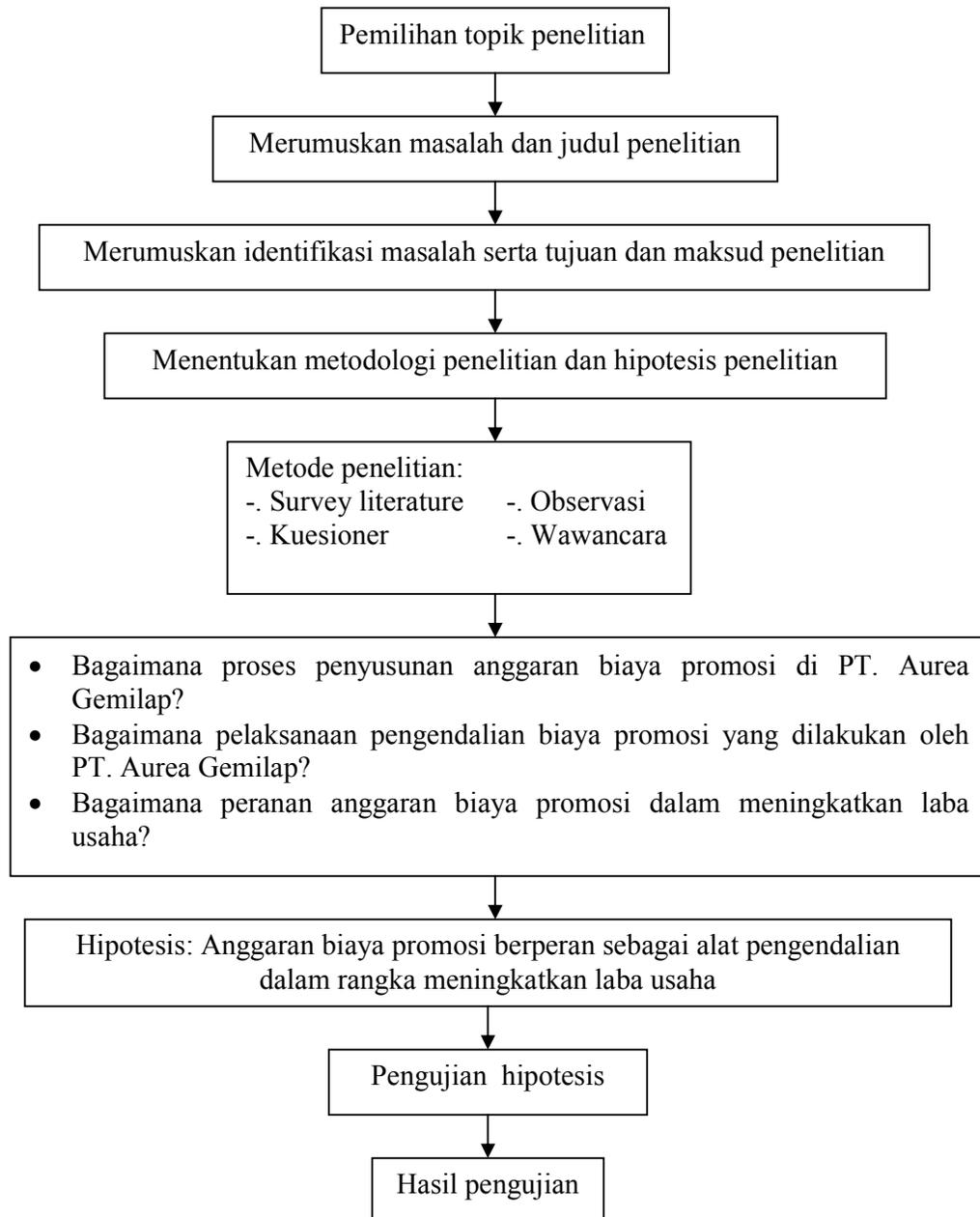
b. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan dengan mengadakan pengumpulan informasi atau data secara langsung dari PT. Aurea Gemilap sebagai objek penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan penulis sehubungan dengan penelitian lapangan antara lain melalui:

- a. Kuesioner, mengajukan daftar pertanyaan dan jawaban atas pertanyaan yang digunakan sebagai bahan masukan.
- b. Observasi, mengamati secara langsung dan mencatat hasil pengamatan yang penulis lakukan dan menarik berbagai kesimpulan dalam bentuk hipotesa.

- c. Wawancara, mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dianggap berkompeten pada bidang yang diteliti.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Aurea Gemilap, yaitu sebuah bengkel otomotif di Jalan Soekarno Hatta 390, Bandung. Penelitian dimulai pada bulan September 2009 sampai dengan selesai.