
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia, berkembang pula dunia usaha dewasa ini, terbukti dengan berdirinya perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Pengaruh dari banyak berdirinya perusahaan ini adalah semakin kompleksnya masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan dan semakin ketatnya persaingan yang dihadapinya. Untuk menghadapi kondisi seperti ini para pengusaha dituntut untuk lebih cermat lagi supaya dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Peranan anggaran penjualan sangat penting dalam meningkatkan efektivitas penjualan perusahaan. Anggaran penjualan perlu direncanakan sehingga tidak mengganggu kelancaran jalannya produktivitas perusahaan. Kegagalan melaksanakan salah satu kegiatan akan berakibat terhadap kegiatan yang lain.

Karena demikian besarnya pengaruh dari masing-masing kegiatan dalam perusahaan terhadap pelaksanaan kegiatan yang lainnya, manajemen perusahaan tidak mempunyai pilihan lain kecuali berusaha sebaik-baiknya supaya pelaksanaan seluruh kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik. Upaya yang tepat dalam hal ini adalah menyusun sistem perencanaan dan pengendalian yang memadai dalam sebuah anggaran (*budget*). Anggaran ini merupakan alat bantu manajemen perusahaan untuk menyusun perencanaan dan pengendalian kegiatan, tidak saja bagi perusahaan besar namun juga bagi perusahaan menengah dan kecil.

Anggaran sangat penting untuk kegiatan-kegiatan perencanaan keuangan dari manajer penjualan. Manajer berharap dapat mencapai tujuan penjualan tertentu dan anggaran digunakan untuk mengarahkan setiap anggota organisasi dalam mencapai tujuan tersebut. Sebagai alat pengendalian, anggaran berfungsi untuk mengevaluasi dan mengendalikan fungsi penjualan secara efektif, perlu ditetapkan standar untuk kerja tertentu. Dalam anggaran penjualan terdapat pendapatan dan pengeluaran penjualan yang dapat dijadikan standar sehingga merupakan pembandingan dan penunjuk evaluasi bagi unjuk kerja riil. Jika dijumpai adanya penyimpangan, maka tindakan koreksi dan supervisi dapat dilakukan (Swastha,2001:80).

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama menyebabkan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat melakukan upaya agar penjualannya dapat mengungguli para pesaing. Untuk menunjang penjualan yang diharapkan, perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran, keuangan, administrasi, dan bagian lainnya. Bilamana masing-masing bidang membuat dan menentukan kegiatannya sendiri dan terlepas dari kegiatan bidang lain, maka besar sekali kemungkinannya kegiatan-kegiatan ini bukannya saling membantu, melainkan dapat saling bertentangan. Untuk mencegah hal tersebut, maka perlu dilakukan pengendalian dalam perusahaan (Anthony dkk,2005:73).

Seperti juga perencanaan, pengendalian dilaksanakan terus menerus. Proses pengendalian harus terus menerus dioperasikan di suatu perusahaan. Proses pengendalian didefinisikan sebagai proses mengukur dan mengevaluasi kinerja aktual dari setiap bagian organisasi suatu perusahaan serta membandingkannya dengan tujuan dan standar yang telah ditetapkan, kemudian melaksanakan tindakan

perbaikan apabila diperlukan. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa perusahaan dapat mencapai sasaran, tujuan, kebijakan, dan standar yang telah ditetapkan secara efisien. Proses perencanaan menetapkan sasaran, tujuan, kebijakan, dan standar yang berlaku di suatu perusahaan (Welsch dkk,2000:13).

Pengendalian biaya penjualan dapat dilakukan melalui penyusunan suatu anggaran. Anggaran merupakan rencana tertulis yang dinyatakan secara kuantitatif kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Dealer Mulyana Motor merupakan Dealer Penjualan dalam bidang otomotif. Peneliti tertarik untuk meneliti di Dealer Mulyana Motor karena dealer tersebut memiliki peningkatan penjualan yang cukup tinggi setiap tahunnya. Selain itu, dealer tersebut memiliki kelebihan lain, yaitu jika ada fluktuasi kenaikan harga bahan baku dasar, tidak mempengaruhi *cash flow* karena Dealer Mulyana Motor, tidak seperti perusahaan manufaktur. Di samping kelebihan yang dimilikinya, dealer tersebut memiliki beberapa kelemahan, diantaranya terdapat perangkapan tugas bagian pemasaran dan bagian gudang, serta kurangnya promosi yang seharusnya dilakukan oleh dealer yang cukup besar tersebut

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian mengenai anggaran penjualan sebagai alat pengendalian dengan judul:

**”PERANAN ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN
DALAM RANGKA MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menguraikan dua permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, yaitu:

-
1. Bagaimana peran anggaran penjualan sebagai alat pengendalian pada Dealer Mulyana Motor?
 2. Seberapa besar anggaran penjualan berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada Dealer Mulyana Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang diungkapkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian pada Dealer Mulyana Motor,
2. Untuk mengetahui seberapa besar anggaran penjualan berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan Dealer Mulyana Motor.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan pada Dealer Mulyana Motor, diharapkan penulis dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Dealer yang menjadi obyek penelitian.

Pembahasan dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran sehingga Dealer dapat mengetahui kelemahan-kelemahan yang terjadi di dealernya, serta masukan yang bermanfaat untuk mengembangkan dealer dan memperbaiki kekurangan yang ada, khususnya dalam usaha meningkatkan efektivitas penjualan.

2. Bagi penulis.

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai peranan anggaran penjualan yang sesungguhnya terjadi di dealer atau perusahaan, sehingga penulis dapat membandingkan konsep serta teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik yang terjadi di dealer atau perusahaan.

3. Sebagai pemenuhan salah satu syarat akademis dalam menempuh ujian sarjana Strata 1 (S-1) pada Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha.

4. Bagi pihak lain

Pembahasan ini dapat membantu menjadi sumber informasi bagi pihak yang ingin mengendalikan perusahaannya untuk meningkatkan penjualan.