

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pendapatan laba yang tinggi dari penjualan pada perusahaan nirlaba, selalu menjadi tujuan utama dalam perusahaan. Laba merupakan salah satu komponen bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta melaksanakan rencana pengembangannya. Pada era globalisasi seperti sekarang, persaingan antar pelaku ekonomi semakin ketat dan sulit. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk meningkatkan operasi dan pendapatan secara maksimal, agar kelangsungan perusahaan dapat berlanjut. Di samping tuntutan agar perusahaan dapat terus bertahan kelangsungannya, perusahaan juga harus memperhatikan faktor lain dalam mengusahakan pendapatan bagi perusahaan yaitu strategi perusahaan, kondisi perekonomian, dan peraturan pemerintah.

Dalam usaha agar tujuan perusahaan tercapai dibutuhkan pihak manajemen yang diharapkan dapat menjalankan fungsi masing-masing bagian dengan baik, agar pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Salah satu alat yang digunakan oleh manajemen agar strategi dan perencanaan dapat diterapkan dengan baik adalah melalui anggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam satuan keuangan (unit moneter), dan berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang (Munandar, 2007). Anggaran digunakan sebagai pedoman kerja sehingga proses penyusunannya memerlukan organisasi yang berfungsi dengan baik, pendekatan

yang tepat, serta model-model perhitungan besaran (simulasi) anggaran yang mampu meningkatkan kinerja pada seluruh jajaran manajemen dalam organisasi. Proses penyusunan anggaran, dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan yaitu *topdown*, *bottom up* dan partisipasi (Ramadhani dan Nasution, 2009).

Sangat penting bagi setiap perusahaan untuk membuat anggaran karena dengan adanya anggaran, usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan akan ditunjang oleh perencanaan yang matang sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal bagi perusahaan, namun perencanaan yang baik tanpa pengendalian yang efektif adalah sia-sia karena perencanaan dan pengendalian saling berhubungan satu sama lain. Dengan adanya anggaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan, diharapkan dapat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian pengeluaran sekaligus dalam perencanaan hasil usaha dan kondisi keuangan perusahaan dimasa yang akan datang. Anggaran juga berfungsi sebagai alat pembanding untuk mengevaluasi realisasi kegiatan perusahaan. Dengan membandingkan antara apa yang tertuang dalam anggaran dan realisasinya, maka dapat dinilai keberhasilan perusahaan dalam pelaksanaan anggaran. Disamping itu, dengan adanya perbandingan tersebut dapat diketahui sebab-sebab penyimpangan, sehingga dapat diketahui kelemahan dan kekuatan yang ada dalam perusahaan.

Adapun empat unsur pokok dalam suatu anggaran (Munandar, 2007) dibagi atas:

1. Rencana
2. Meliputi seluruh kegiatan perusahaan
3. Dinyatakan dalam satuan keuangan

4. Berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang

Anggaran penjualan berisi tentang berapa jumlah produk yang ditargetkan untuk dijual dan harga jual setiap produk yang memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang optimal pada masa yang akan datang. Anggaran penjualan sendiri disusun setelah ramalan penjualan dilakukan. Ramalan penjualan yang akurat meningkatkan manfaat anggaran penjualan sebagai dasar penyusunan anggaran perusahaan yang lain karena perusahaan dapat melengkapi rencana aktivitas lain setelah perusahaan mengetahui jumlah yang dianggarkan untuk dijual dalam suatu periode. Beberapa komponen utama yang terdapat dalam anggaran penjualan adalah penjelasan tentang kuantitas unit dan jenis produk maupun jasa perusahaan, harga jual produk, total harga jual, dan rincian daerah pemasaran. Penyusunan anggaran penjualan harus disusun secara cermat dan baik karena menjadi dasar penyusunan anggaran lain, karena kesalahan atau ketidaktepatan anggaran penjualan yang material dapat menapat mengakibatkan kesalahan fatal yang lain pada anggaran yang bergantung pada anggaran penjualan.

Menurut (Wardoyo, Trimanto S. dan Adriyanto Luthfi, 2011), sebagai alat bantu anggaran khususnya anggaran penjualan bukanlah alat yang sempurna. Karena anggaran penjualan disusun berdasarkan proyeksi masa yang akan datang dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti:

1. Faktor yang terkendali, seperti: harga, promosi, dan pendistribusian.
2. Faktor yang tidak terkendali, seperti: konsumen, pesaing, kebijakan, pemerintah, dan teknologi.

Oleh karena itu, anggaran penjualan merupakan evaluasi yang kontinyu agar apabila terjadi penyimpangan dapat segera dilakukan revisi untuk disesuaikan dengan situasi yang sesungguhnya, hal tersebut dikarenakan anggaran bersifat dinamis. Proses penyusunan anggaran merupakan proses penyusunan rencana jangka pendek, yang dalam perusahaan berorientasi laba, pemilihan rencana didasarkan atas dampak rencana kerja terhadap laba. Untuk memungkinkan manajemen puncak melakukan pemilihan rencana kerja yang berdampak baik terhadap laba, manajemen dapat menggunakan teknik analisa biaya-volume dan laba. Selanjutnya, informasi akuntansi differensial yang didapatkan memungkinkan manajemen untuk melakukan pemilihan berbagai alternatif kerja yang akan dicantumkan dalam anggaran. Setelah suatu rencana kerja dipilih untuk mencapai sasaran anggaran, manajer yang berperan untuk melaksanakan rencana kerja tersebut memerlukan sumber daya agar sasaran anggaran dapat tercapai.

Permasalahan lain dalam menyusun anggaran adalah kesiapan sumber daya manusia. Sumber daya manusia harus terus dibenahi sehingga selalu siap menghadapi perubahan khususnya dalam proses penganggaran dan penerapan anggaran yang telah dibuat. Diharapkan dengan penentuan anggaran penjualan yang memadai, penerapan anggaran yang diwujudkan melalui penjualan perusahaan dapat tercapai dengan baik dan perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi demi keberlangsungan perusahaan.

Fungsi manajemen yang terutama dalam menciptakan sistem pengendalian yang baik adalah fungsi perencanaan dan fungsi pengendalian. Fungsi perencanaan berhubungan dengan kegiatan perusahaan di masa datang. Rencana

diperlukan oleh perusahaan sebagai pedoman kerja di waktu yang akan datang sebagai alat pengkoordinasian kegiatan dari seluruh bagian yang ada dalam perusahaan. Dan sebagai alat pengawasan terhadap realisasi dan rencana tersebut di waktu yang akan datang, manajemen menggunakan anggaran sebagai alatnya. Kegunaan *budget* yang pokok menurut (Munandar, 2007) adalah sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja, dan alat pengawasan kerja. Dengan kata lain, *budget* berperan sebagai alat bantu manajemen dalam menjalankan fungsinya. Selanjutnya, akuntansi berperan sebagai pemasok data untuk menyusun anggaran (*budget*) dan sekaligus juga berperan sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi pelaksanaan *budget*. Maka semua teknik pencatatan dan semua sistematika yang dipakai dalam akuntansi harus sama dan sejalan dengan teknik serta sistematika yang dipakai dalam anggaran (*budget*).

Bagi penulis anggaran menjadi masalah yang menarik untuk dibahas karena anggaran merupakan alat yang digunakan oleh manajemen dalam perusahaan sebagai alat yang penting bagi pengendalian manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Penulis disini mengkhususkan pada anggaran penjualan karena anggaran ini selain berguna untuk pedoman kerja, pengkoordinasian kerja dan alat pengawasan kerja juga sebagai dasar dari penyusunan anggaran lain dalam perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: “Peranan Anggaran Penjualan Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan pada CV. Mutiara Sejati.”

1.2. Identifikasi Masalah

Laba menjadi tujuan perusahaan khususnya organisasi nirlaba, demi menjaga kelangsungan hidup perusahaannya. Hampir seluruh perusahaan nirlaba, mengandalkan penjualan produk atau jasa mereka untuk menghasilkan laba. Namun, banyak faktor lain yang harus diperhatikan demi kelancaran penjualan mereka. Di antaranya adalah minat konsumen, peraturan dan kebijakan pemerintah, teknologi, persaingan, dan juga kemampuan sumber daya manusia di dalam manajemen perusahaan.

Demi mencapai tujuan perusahaan yaitu laba, disusun sebuah sistem perencanaan dan pengendalian yang memadai melalui alat yaitu anggaran. (Munandar, 2007) Mengatakan anggaran merupakan rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam satuan moneter yang berlaku dalam jangka waktu tertentu untuk masa yang akan datang yang akan membantu manajemen dalam mengendalikan kegiatan perusahaan. Salah satu anggaran yang paling penting dan menjadi dasar anggaran-anggaran lain dalam perusahaan adalah anggaran penjualan.

Menurut (Haruman dan Rahayu, 2007) “Anggaran penjualan (*sales budget*) ialah *budget* yang direncanakan secara lebih terperinci penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat/daerah penjualannya.”

Menurut (M. Munandar, 2007), “*Budget* penjualan (*sales budget*) ialah *budget* yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual,

jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan, serta tempat (daerah) pemasarannya.”

Pelaksanaan pengendalian penjualan berkaitan erat dengan anggaran penjualan karena dalam anggaran penjualan terdapat sasaran penjualan yang ingin dicapai oleh setiap pelaksana anggaran. Adanya pengendalian penjualan membuat manajemen perusahaan dapat melakukan analisis dan penelitian terhadap kemungkinan terjadinya penyimpangan-penyimpangan, dan kemudian dari penyimpangan tersebut dilakukan tindakan koreksi yang diperlukan dan disesuaikan dengan situasi dan kondisi internal maupun kondisi eksternal perusahaan. Efektivitas pengendalian penjualan dapat tercapai dengan cara membandingkan dan menganalisa antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan yang terjadi, sehingga akan terlihat selisih ataupun penyimpangan yang terjadi. Selisih maupun penyimpangan yang terjadi, digunakan sebagai dasar evaluasi dan prestasi serta dimanfaatkan sebagai umpan balik untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Adanya anggaran penjualan yang digunakan sebagai alat perencanaan dan pengendalian, membantu manajemen dalam melakukan proses pengendalian di dalam perusahaan. Anggaran penjualan akurat mengandung arti bahwa efektivitas pengendalian penjualan yang dilakukan oleh perusahaan telah berjalan dengan baik, kemudian mengandung arti juga bahwa penyimpangan yang terjadi tidak terlalu signifikan, sehingga tujuan anggaran penjualan dapat tercapai.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan variabel penelitian, sub variabel, dan indikator yang akan diteliti.

| Variabel Penelitian | Sub Variabel | Indikator |
|---------------------|--------------|-----------|
|---------------------|--------------|-----------|

| | | |
|------------------------------|---|---|
| Penerapan Anggaran Penjualan | a. Tujuan Anggaran b. Karakteristik Anggaran c. Konsep Anggaran Penjualan. d. Menetapkan Anggaran Penjualan e. Membandingkan Realisasi dengan Anggaran yang Telah Ditetapkan f. Analisis Penyebab Penyimpangan | a. Tujuan Perusahaan b. Dinyatakan dalam satuan keuangan dan satuan selain uang. c. Umumnya memiliki jangka waktu satu tahun. d. Berisi estimasi manajemen e. Penyusunan Anggaran Penjualan f. Menyusun Resalisasi Anggaran Penjualan g. Analisis Penyebab Penyimpangan |
|------------------------------|---|---|

Sumber: (Bertha, 2004) dalam (Mardiana, 2015), pengembangan pada indikator d, e dan f.

Pendapatan (*revenue*) dapat mendefinisikan secara umum sebagai hasil dari suatu perusahaan. Hal itu biasanya diukur menggunakan satuan moneter. Pendapatan diakui setelah kejadian penting atau setelah proses penjualan pada dasarnya telah diselesaikan. Dalam prakteknya, pendapatan seringkali diakui pada saat penjualan. Dalam Bukunya Manajemen Keuangan dan Akuntansi, Hendra S. Raharjaputra (2009) dijelaskan bahwa, dalam pusat penghasilan (*income/ revenue centers*) setiap output akan diukur dengan kinerja keuangan (*monetary term*). Pusat penghasilan biasanya ditemukan pada bagian/departemen pemasaran/penjualan yang memiliki aktivitas antara lain, menyusun anggaran penjualan dan merencanakan jumlah/target penjualan.

Yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan pada CV. Mutiara Sejati sudah memadai?
2. Apakah anggaran penjualan berperan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Mutiara Sejati?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kememadaian penyusunan anggaran penjualan pada CV. Mutiara Sejati.
2. Untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Mutiara Sejati.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai peranan anggaran penjualan dalam meningkatkan efektivitas penjualan.
2. Bagi perusahaan, yaitu sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penyusunan anggaran penjualan dan pengendalian penjualan.
3. Bagi pihak lain, yaitu sebagai salah satu bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam anggaran penjualan.