

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era krisis moneter banyak sekali perusahaan mengalami penurunan penjualan yang disebabkan karena kondisi perdagangan yang sangat terpuruk akibat naiknya nilai mata uang rupiah terhadap Dollar US. Seiring dengan kemajuan teknologi, Indonesia mulai menata kembali perekonomian sehingga menjadi lebih stabil.

Peningkatan perekonomian menyebabkan munculnya industri-industri baru yang menyemarakkan persaingan dunia usaha, salah satunya adalah industri yang bergerak dibidang garmen. Banyak pabrik-pabrik garmen yang mengalami penurunan aktivitas bahkan harus menutup usahanya akibat kerugian yang mereka alami, kini usaha ini mulai tumbuh seiring dengan banyaknya perusahaan-perusahaan kecil yang bergerak dibidang garmen. Baik itu yang bergerak dibidang perdagangan (jual – beli) maupun yang mulai memproduksi sendiri walau hanya melayani pesanan dalam jumlah kecil maupun melakukan produksi massal dalam jumlah terbatas karena keterbatasan kapasitas.

Perkembangan dan persaingan di dunia usaha yang semakin ketat memberikan tantangan untuk dapat berkembang dan terus melakukan perbaikan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan laba perusahaan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, diperlukan adanya

perencanaan dan pengendalian dalam perusahaan. Pada umumnya, perencanaan dan pengendalian yang paling sering dilupakan oleh perusahaan berskala kecil, adalah perencanaan dan pengendalian dari segi keuangan perusahaan.

Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, perusahaan harus dapat membuat perencanaan keuangan yang baik terlebih dahulu. Salah satu alat bantu perencanaan dan pengendalian uang kas adalah anggaran. Penganggaran (atau proses menganggarkan) adalah satu perencanaan dan pengendalian yang umumnya dipakai oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Penganggaran lebih menunjuk kepada proses, yang dimulai dengan penyusunan rencana hingga implementasi dan evaluasi hasil perencanaan rencana tersebut.

Anggaran merupakan alat bantu bagi pemilik untuk mengetahui apakah kegiatannya sudah sesuai dengan perencanaan semula dan bila terjadi penyimpangan dapat segera diambil tindakan. Dengan adanya anggaran, dapat memberikan pedoman bagi pemilik mengenai kegiatan yang harus dilakukan, sasaran yang akan dituju, bagaimana mengatur sumber daya yang tersedia. Selain itu, juga dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana rencana yang dibuat dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dan alat pengendali jika terjadi penyimpangan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Perencanaan perusahaan merupakan bagian penting dari pencapaian tujuan dan operasional perusahaan karena merupakan langkah awal penentu

arah kebijakan perusahaan. Dengan pembuatan anggaran penjualan sebagai perencanaan awal merupakan cara yang efektif untuk mempengaruhi aktivitas penjualan.

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mencoba melakukan penelitian pada PT. "X" dan menguraikannya dalam hasil penelitian yang berjudul :

“Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Dan Pengendalian Dalam Usaha Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada PT “X”.

1.2 Identifikasi Masalah

Perencanaan anggaran penjualan yang baik dapat membantu pemilik atau manajer perusahaan dalam menentukan keputusan yang tepat dalam membuat strategi dan melaksanakan pengendalian dari rencana kerja yang sudah dirancang. Berdasarkan hal ini, maka masalah-masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara perusahaan dalam melakukan perencanaannya?
2. Bagaimana proses penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan perusahaan?
3. Bagaimana peranan anggaran penjualan yang disusun sebagai alat perencanaan dan pengendalian dalam meningkatkan efektivitas penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui cara perusahaan dalam melakukan perencanaan penjualannya.
2. Mengetahui proses penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan oleh perusahaan
3. Mengetahui peranan anggaran penjualan yang disusun sebagai alat perencanaan dan pengendalian dalam meningkatkan efektivitas penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Dapat berguna bagi penulis untuk memperdalam tentang pembuatan Anggaran Penjualan dan pengaruhnya terhadap pencapaian tujuan organisasi.
2. Dengan adanya Anggaran Penjualan ini maka perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap rencana penjualan di masa yang akan datang dan memberikan peluang untuk menerapkan kebijakan keuangan yang lebih baik dengan perencanaan yang lebih matang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya membutuhkan adanya kegiatan penjualan. Perusahaan membutuhkan uang untuk membiayai

kegiatan operasional. Satu-satunya cara perusahaan mendapatkan uang adalah melalui aktivitas penjualannya. Karena itu, aktivitas penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan yang memerlukan pengelolaan dengan baik. Tanpa pengelolaan yang baik, perusahaan tidak akan mempunyai cukup uang untuk membiayai kegiatan operasionalnya, akibatnya perusahaan dapat mengalami kerugian bahkan kebangkrutan.

Demikian juga dengan perusahaan yang berskala kecil. Dalam sebuah perusahaan berskala kecil, pemilik perusahaan juga berperan sebagai seorang manajer dalam perusahaan. Oleh sebab itu, pemilik memegang semua keputusan yang akan sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaannya. Salah satu tujuan pemilik perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan dan salah satu tugasnya adalah mengelola aktivitas penjualan perusahaan, dan salah satu alat bantu yang dapat digunakan adalah anggaran.

Anggaran merupakan rencana perusahaan yang disusun secara normal dan kuantitatif. Anggaran juga dapat digunakan sebagai alat evaluasi terhadap hasil kerja, dengan cara membandingkan hasil aktual dengan anggaran yang dibuat. Anggaran juga dapat digunakan sebagai alat pengendali jika terjadi penyimpangan dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam sebuah anggaran, terdapat anggaran yang dibuat secara khusus dan menjadi dasar bagi pembuatan anggaran lainnya. Anggaran itu adalah anggaran penjualan. Anggaran ini akan mempengaruhi aktivitas penjualan dari perusahaan karena anggaran penjualan merupakan alat untuk merencanakan dan mengendalikan penjualan.

Menurut Horngren, Foster dan Datar (2000:8), anggaran adalah “*A budget is quantitative expression of a proposed of action by management for a future time period and is on aid to the coordination and implementation of the plan. It can cover both financial and nxon financial aspect of this plan and acts as a blueprint for the organization to follow in the upcoming period.*”

Sedangkan menurut Sundjaja dan Barlian (2003:164), “Anggaran atau ramalan penjualan adalah prediksi penjualan pada suatu periode tertentu didasarkan pada data eksternal dan atau data internal serta digunakan sebagai input untuk membuat rencana penjualan dan merupakan input utama untuk proses perencanaan keuangan jangka pendek.”

Anggaran ini menjadi dasar bagi penyusunan anggaran lain, karena anggaran ini menggambarkan rencana perusahaan secara kuantitatif dalam aktivitas penjualan. Sedangkan kita ketahui, aktivitas penjualan adalah aktivitas yang sangat mempengaruhi perusahaan karena merupakan aktivitas utama sebuah perusahaan. Demikian juga yang berlaku untuk perusahaan garmen “X”, dimana perusahaan ini sudah mulai memproduksi sendiri barang dagangannya. Anggaran ini akan menggambarkan rencana perusahaan tersebut dalam aktivitas penjualan untuk satu tahun kedepan.

Di dalam anggaran penjualan ini, terdapat perkiraan penjualan pada tingkat harga tertentu. Perkiraan ini ditentukan berdasarkan analisis hasil penjualan masa lalu yang disesuaikan dengan kondisi di masa sekarang dan ramalan penjualan perusahaan untuk periode yang akan datang. Dari analisis

tersebut, dibuat rencana penjualan yang baru yang kemudian akan digunakan untuk menyusun anggaran penjualan periode yang akan datang.

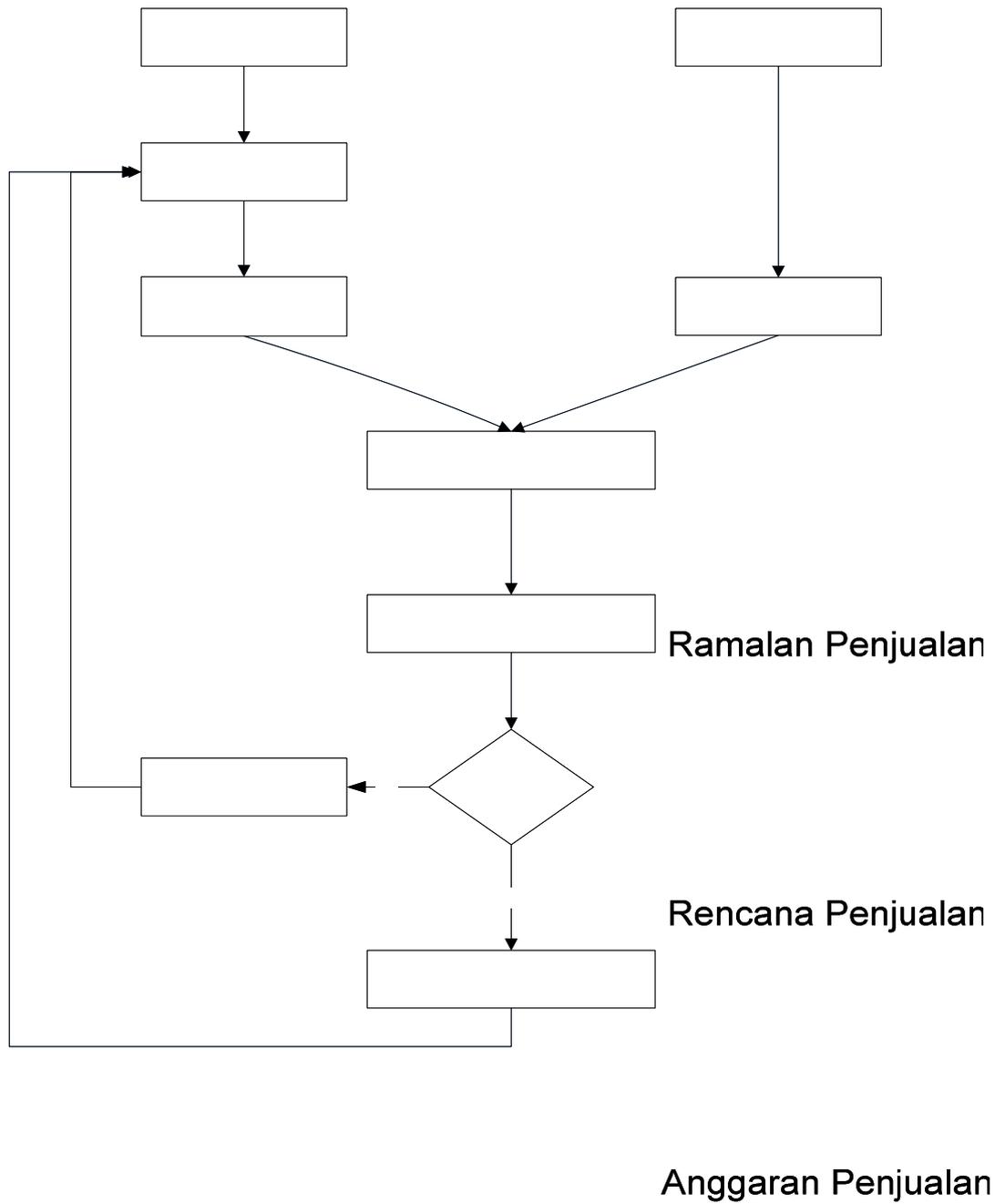
Dalam penelitian ini, pertama-tama akan dibuat rencana penjualan untuk periode berikutnya. Untuk keperluan ini, diperlukan data penjualan ditahun sebelumnya. Data tersebut untuk melihat keadaan penjualan yang telah terjadi ditahun sebelumnya. Dengan cara tersebut, pemilik dapat mengetahui produk mana yang lebih banyak diminati. Dengan begitu, pemilik dapat membuat ramalan produksi dan penjualan yang akan dilakukan untuk tahun berikutnya.

Setelah itu, mulai disusun anggaran penjualan untuk bulan Januari sampai dengan Desember 2006. Penyusunan ini didasarkan pada data keuangan masa lalu dengan mempertimbangkan kondisi yang terjadi saat ini dan perkiraan kondisi serta kebijakan pemilik untuk periode berikutnya. Anggaran penjualan akan mengurangi ketidakpastian situasi agar aktivitas penjualan perusahaan mempunyai arah dan tujuan yang jelas.

Kemudian akan dibandingkan anggaran penjualannya dengan realisasi penjualannya untuk mencari selisih penjualan. Untuk keperluan itu, dibutuhkan data berupa laporan realisasi penjualan mulai dari bulan Januari 2006 sampai dengan Desember 2006. Selisih ini kemudian akan digunakan untuk melihat besarnya penyimpangan yang terjadi dengan dasar perhitungan anggaran penjualan yang telah disusun. Hasil perhitungannya akan digunakan untuk melihat efektivitas penjualan yang telah terjadi dan bagaimana perusahaan harus menyingkapinya. Evaluasi ini akan menjadi koreksi dan

feedback bagi perusahaan dalam menyusun rencana dan anggaran penjualan untuk masa yang akan datang.

Gambar 1.1
Skema Kerangka Pemikiran



1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metoda deskriptif analitis, yaitu suatu metoda penelitian yang bertujuan untuk menyajikan dan menganalisa data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Penelitian ini bersifat menemukan fakta dengan inventarisasi yang cukup atas data yang diperoleh selama penelitian.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pejabat yang berwenang, atau bagian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh gambaran mengenai perusahaan secara umum seperti sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur perusahaan dan hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Mengumpulkan data tertulis yang ada dalam perusahaan.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku-buku kepustakaan yang dimaksudkan untuk memperoleh landasan teori yang memadai, yang dapat mendukung

pembahasan yang dilakukan. Studi kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder.

1.6.2 Teknik Pengolahan Data

Langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam pengolahan data ini adalah:

1. Mengumpulkan data keuangan Awal tahun 2005 – Desember 2005
2. Memilah data-data yang berhubungan dengan aktivitas penjualan, seperti penjualan tunai, piutang usaha, pendapatan diterima dimuka, dan pembayaran piutang.
3. Mengumpulkan data yang berisi rencana penjualan untuk periode tahun 2006
4. Mengumpulkan data penjualan 2006
5. Membandingkan anggaran dengan data penjualan untuk mencari selisih (variansi) dengan anggaran sebagai dasar perhitungan
6. Melakukan analisis untuk mengetahui efektivitas penjualan yang terjadi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. “X” yang berlokasi di Bandung. Lamanya penelitian yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian adalah 4 bulan.