

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Melihat perkembangan mode di dunia saat ini dan semakin pesatnya perkembangan dunia industri khususnya industri garmen, tidak mengherankan jika kini banyak bermunculan aneka macam jenis maupun model pakaian yang digemari. Kemajuan teknologi dan informasi juga cukup membantu dalam penyebaran mode ke seluruh penjuru dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Semakin tingginya minat masyarakat Indonesia akan pakaian dapat terlihat jelas dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan yang bergerak di industri pakaian jadi dalam memenuhi permintaan masyarakat yang juga semakin banyak.

Pakaian jadi yang dimaksud tidak terbatas hanya pada pakaian atasan (kemeja), tapi dapat berupa kaos, rok, celana panjang, jaket, atau yang lainnya. Fungsinya tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dasar tapi dapat juga berguna sebagai *fashion* yang digemari oleh semua lapisan masyarakat.

Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan informasi yang ada, maka manajemen dapat lebih cermat mengamati keinginan pasar. Berbagai macam dan jenis produk yang telah dihasilkan dapat terus diperbaharui ataupun diperbanyak. Penampilan dan bentuk yang lebih bervariasi dan menarik dapat memberikan kepuasan dan nilai tambah kepada konsumen, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.

Dengan semakin luasnya kesempatan berusaha dalam bidang perdagangan dan keadaan perekonomian yang semakin stabil, maka perusahaan dituntut untuk dapat berpikiran jauh ke depan dengan menggunakan sumber daya manusia yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru, baik dalam produk, strategi maupun teknologi mesin. Hal-hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan keberadaannya, mampu bersaing dengan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, bahkan mampu menjadi *leading* dalam industri sejenisnya. Selain itu untuk menjadi *leading* dalam industri garmen diperlukan strategi yang efektif dan efisien dalam merencanakan dan mengelola produk serta inovasi-inovasi baru. Menurut Danny Soetanto owner dari PT. Rajabrana yang merupakan kompetitor PT. X di bidang garmen berpendapat bahwa "Ongkos produksi setiap tahun tidak akan pernah menjadi semakin murah." Keefektifan dan keefisienan dapat dilihat dari besar kecilnya ongkos produksi terhadap laba yang diperoleh. Berkaitan dengan hal itu, dia berpendapat ada *role of thumb* yang sangat mendasar. Bila perusahaan garmen hanya semata-mata mengejar kuantitas, berarti tak ada pilihan lain kecuali menghasilkan produk dengan harga murah. Namun bila pilihannya pada kualitas produk, berarti keterampilan dan keahlian harus menjadi perhatian utama. Melihat ongkos produksi di Indonesia yang terus melambung tinggi ditambah kenaikan harga BBM mengejar margin dengan memproduksi barang berkualitas adalah jalan terbaik untuk mempertahankan bisnis agar tetap langgeng. (Sumber: swa.co.id)

Sony Ericsson sebagai salah satu perusahaan elektronik yang terkenal di dunia punya cara tersendiri dalam meningkatkan penjualannya. Salah satunya, dengan memberikan pelatihan pengetahuan produk kepada para *frontliner* secara periodik.

”Dengan *product knowledge* yang bagus, mereka akan lebih mudah dalam menjual”, ungkap Oky Gunawan, Head of Trade Marketing Sony Ericsson. (Sumber: swa.co.id)

Indrawan Masrin, Presiden Direktur Lautan Luas mengatakan peningkatan penjualan selain dipicu oleh selisih kurs, juga dipengaruhi oleh hasil investasi barang modal dalam upaya peningkatan fasilitas distribusi, manufaktur dan teknologi informasi. (Sumber: swa.co.id)

PT. X merupakan salah satu perusahaan yang ruang lingkup kegiatannya meliputi usaha di bidang industri perdagangan pakaian jadi, dimana perusahaan ini berusaha memenuhi kebutuhan pakaian jadi dalam negeri. Produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan diharapkan dapat mengikuti mode dan berkualitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul

“Peranan Anggaran Penjualan Dalam Perencanaan Dan Pengendalian Kegiatan Penjualan Pada PT. X”

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menjalankan usahanya yang semakin berkembang, perusahaan perlu memperhatikan kegiatan bagian penjualan dalam meningkatkan hasil penjualan perusahaan untuk mencapai laba. Oleh karena itu perusahaan perlu menggunakan anggaran penjualan.

Dengan adanya anggaran penjualan yang telah disiapkan, maka anggaran penjualan ini sangat dibutuhkan dalam membantu manajer untuk perencanaan dan pengendalian

operasi perusahaan khususnya pada kegiatan penjualannya. Apabila anggaran penjualan tersebut dapat dilaksanakan secara tepat, maka akan dapat meningkatkan efektivitas penjualan dan memudahkan pencapaian tujuan serta sasaran perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis bermaksud mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedur penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan oleh PT. X?
2. Faktor-faktor apa saja yang harus dipertimbangkan dalam penetapan anggaran penjualan?
3. Bagaimana usaha yang dilakukan oleh PT. X dalam pencapaian anggaran penjualan?
4. Bagaimana peranan anggaran penjualan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan pada PT. X?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui prosedur penyusunan anggaran penjualan
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penetapan anggaran penjualan
3. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan oleh PT. X dalam pencapaian anggaran penjualan

4. Untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan pada PT. X

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis sendiri, dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis serta dapat mengetahui sejauh mana penerapan ilmu dan teori yang didapat dengan praktek dalam dunia nyata.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan yang membantu dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan dan meningkatkan kelebihan-kelebihan yang ada.
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan berguna bagi pembaca yang membutuhkan tambahan informasi tentang anggaran penjualan.
4. Sebagai salah satu pemenuhan syarat dalam menempuh ujian kesarjanaan dan memperoleh gelar kesarjanaan pada fakultas Ekonomi jurusan Akuntansi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

1.5 Kerangka Penelitian

Dewasa ini, perkembangan dunia usaha maupun tingkat persaingan dalam dunia usaha itu sendiri semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan permasalahan yang dihadapi oleh manajemen dalam perusahaan semakin rumit dan kompleks, sehingga manajemen dituntut untuk, selalu bekerja secara lebih efektif dan efisien.

Keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dapat dilihat dari sejauh mana tujuan perusahaan yang telah ditetapkan tercapai. Secara umum, tujuan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang optimal. Manajemen sebagai pengelola perusahaan berkewajiban untuk menentukan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini, penetapan langkah-langkah yang dilakukan oleh manajemen harus bertumpu pada fungsi-fungsi manajerial terutama perencanaan dan pengendalian.

Menurut Mulyadi perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen perusahaan yang di dalamnya ditentukan tindakan-tindakan yang akan atau perlu diambil manajemen dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, dengan mempertimbangkan masalah yang mungkin timbul di masa yang akan datang. Sekalipun masa yang akan sulit diperkirakan secara tepat, akan tetapi dengan memadukan antara pengetahuan dan keahlian manajemen diharapkan perencanaan yang akan dibuat akan mendekati keadaan yang sebenarnya. (2001, 160)

Sedangkan fungsi pengendalian menurut Mulyadi dilakukan dengan membandingkan antara hasil actual yang telah dicapai dengan yang telah ditetapkan, kemudian penyimpangan yang terjadi dianalisis agar bila diperlukan dapat diambil tindakan lebih lanjut. (2001, 162)

Tanpa adanya perencanaan, segala kegiatan perusahaan tidak memiliki arah dan tujuan yang jelas serta perusahaan tidak dapat bekerja secara efisien. Sebaliknya, perencanaan tanpa disertai dengan pengendalian tidak akan berjalan secara efektif, karena pimpinan perusahaan tidak akan mengetahui apakah rencana yang telah ditetapkan

perusahaan telah dilaksanakan dan apakah terdapat penyimpangan-penyimpangan yang merugikan perusahaan.

Salah satu cara untuk melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian adalah melalui penyusunan anggaran.

Sedangkan dalam buku **"Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa"**, Mulyadi menyebutkan:

"Anggaran merupakan merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain, yang mencakup jangka waktu 1 tahun."

Menurut Horngren, Foster, dan Datar:

"A budget is the quantitative expression of a proposed plan of action by management for a future time period and is an aid to the coordination and implementation of the plan. It can cover both financial and non financial aspects of these plans and acts as blueprint for the organization to follow in the upcoming period." (2000, 178)

Penyusunan anggaran pada perusahaan dagang lebih difokuskan pada satuan mata uang daripada unit barang. Hal ini disebabkan karena perusahaan dagang menjual sejumlah barang dagangan dengan jumlah, ukuran, jenis, model dan harga berbeda-beda, sehingga sulit bagi perusahaan dagang apabila menyusun anggaran dalam bentuk unit barang.

Pada perusahaan dagang retail, permintaan pasar sulit untuk diperkirakan secara tepat, kapan dan berapa kuantitas barang yang dibutuhkan. Oleh karena itu manajemen harus mempertahankan kuantitas yang layak dari setiap item, dengan melakukan perencanaan dan pengendalian sebaik mungkin. Karena bila perencanaan dan pengendalian tidak dikelola dengan baik, perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk

menjual dan membuat pelanggan kecewa. Akibatnya, perusahaan kehilangan pelanggan pindah dan beralih kepada produk pesaing.

Disini dapat dilihat bahwa jika anggaran disusun dan dilaksanakan secara tepat, maka anggaran akan bermanfaat sebagai alat perencanaan dan pengendalian yang efektif, dalam hal ini untuk mengelola kegiatan penjualan perusahaan.

1.6 Metode Penelitian.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analitis, yaitu metode yang menggambarkan, memaparkan dan melaporkan suatu gejala yang ada pada waktu penelitian dengan jalan mengumpulkan, menjelaskan dan menganalisis data yang diperoleh pada lokasi penelitian dan selanjutnya dibuat kesimpulan.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan cara pengumpulan sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung pada perusahaan yang bersangkutan.

Dilakukan dengan cara:

- Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung pada objek yang diteliti.
- Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak yang bersangkutan

seperti pimpinan atau karyawan perusahaan yang berwenang untuk memberikan data.

- Meneliti dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan berkenaan dengan kegiatan penjualan.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dengan membaca dan mempelajari buku-buku referensi, literatur-literatur dan catatan kuliah yang sesuai dengan masalah yang dibahas.

Sedangkan untuk teknik pengolahan data, penulis menggunakan perhitungan matematika. Perhitungan matematika itu dipakai untuk mengolah data mentah sehingga data-data yang diperoleh dalam penelitian dapat menjadi informasi yang berguna dan mudah dimengerti.

1.7 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 16 September 2006. Penelitian ini dilakukan pada PT. Multi Garmentama yang berlokasi di Jl. Kopo Bihbul Raya No. 99 km 6, 7, Bandung.