

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia perekonomian yang berkembang saat ini mendorong perusahaan manufaktur maupun jasa untuk saling bersaing dalam usaha untuk menghasilkan produk yang bermutu disertai dengan pelayanan yang berkualitas. Tujuan utama pendirian perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang optimal dengan pengeluaran biaya yang wajar. Di lain pihak dari sudut pelanggan, tujuan perusahaan adalah memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Seandainya tujuan ini tidak dapat tercapai, maka perusahaan tidak akan dapat bersaing dan akhirnya tersingkir. Untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut, maka diperlukan pengelolaan yang efektif terhadap seluruh aspek kegiatan perusahaan.

Masalah yang dihadapi perusahaan akan semakin berat karena adanya era globalisasi. Dalam era globalisasi ini peran konsumen menjadi sangat sentral. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin selektifnya konsumen atas produk yang akan di konsumsinya, khususnya pada perusahaan garmen yang memproduksi pakaian jadi. Oleh karena itu perusahaan harus mampu untuk menghasilkan produk dengan harga terjangkau yang didukung pula dengan mutu yang berkualitas. Hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam dunia usaha yaitu dengan

selalu memperbaharui setiap kebijakan perusahaan dalam menentukan strategi perusahaan yang efektif. Upaya dalam memperbaharui dan memperbaiki kinerja perusahaan yaitu dengan menciptakan sistem pengendalian manajemen yang baik, sehingga diharapkan perusahaan dapat beroperasi secara efisien dan efektif.

Kegiatan-kegiatan yang ada dalam perusahaan merupakan kegiatan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Kegagalan pelaksanaan salah satu kegiatan akan mempunyai akibat terhadap kegiatan lain dalam satu bagian atau bahkan akan meluas ke bagian lain dalam perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut, manajemen perusahaan dituntut untuk berupaya sebaik-baiknya agar pelaksanaan seluruh kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Salah satu kegiatan yang terpenting dalam perusahaan adalah kegiatan penjualan. Upaya yang tepat dalam melaksanakan seluruh kegiatan perusahaan yaitu dengan menyusun suatu sistem perencanaan. Dengan adanya sistem perencanaan, koordinasi, dan pengendalian diharapkan perusahaan akan dapat menyusun perencanaan yang lebih baik, dapat mengkoordinasi kegiatan yang dilaksanakan serta dapat mengawasi dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan.

Dewasa ini anggaran lazim dipergunakan sebagai sistem perencanaan, koordinasi dan pengendalian dari seluruh kegiatan perusahaan sebab anggaran merupakan perencanaan terpadu sehingga koordinasi dan pengendalian dapat dilakukan dengan baik. Anggaran menjadi masalah yang menarik untuk dibahas karena anggaran merupakan perencanaan yang mempunyai kelebihan, yaitu dapat dijadikan pedoman sekaligus sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan.

Penulis mengkhususkan pada anggaran penjualan sebagai salah satu alat pengendalian dimana anggaran perusahaan berguna sebagai dasar untuk penyusunan semua anggaran yang ada dalam perusahaan dan merupakan salah satu alat pengendalian kegiatan yang sedang berjalan, sehingga anggaran perusahaan harus disusun paling awal daripada semua anggaran yang ada dalam perusahaan.

Berdasarkan pemikiran dan uraian tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: **“Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan (Studi Kasus pada PT. X).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penerapan anggaran penjualan yang dilakukan dalam perusahaan ?
- 2) Bagaimana peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada perusahaan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Sejalan dengan masalah yang telah diidentifikasi, maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui efektivitas penerapan anggaran penjualan perusahaan.

- 2) Untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap agar penelitian ini berguna bagi:

- 1) Bagi penulis:
 - (a) Sebagai pengetahuan, agar penulis dapat memahami dan membandingkan antara teori yang diperoleh di masa kuliah dengan praktik secara langsung di perusahaan.
 - (b) Untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian sarjana ekonomi jurusan akuntansi di Universitas Kristen Maranatha.
- 2) Bagi Perusahaan, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam meningkatkan efektivitas pengendalian penjualan.
- 3) Bagi Pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna untuk menambah pengetahuan terapan sekaligus dapat dijadikan referensi penelitian yang sama di masa yang akan datang.

1.5 Rerangka Pemikiran

Seperti kita ketahui, dewasa ini perusahaan berkembang menjadi besar dan kompleks, sehingga masalah-masalah yang ada dalam perusahaan menjadi semakin

rumit. Oleh karena itu agar tujuan perusahaan dapat tercapai, pihak manajemen selaku pengelola perusahaan memerlukan suatu perencanaan dan koordinasi yang tepat disertai dengan alat pengendalian yang memadai.

Anggaran merupakan suatu bentuk perencanaan sekaligus pengendalian yang menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk menggunakan anggaran sebagai dasar dalam melaksanakan kegiatan operasi perusahaan. Anggaran merupakan rencana kerja yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan secara kuantitatif dan berlaku untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.

Menurut Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri (1995,6) anggaran adalah suatu pendekatan yang formal dan sistematis terhadap pelaksanaan tanggung jawab manajemen dalam perencanaan, koordinasi dan pengendalian. Sebagai alat perencanaan, anggaran merupakan landasan dalam melakukan kegiatan-kegiatan selanjutnya. Proses pengendalian dilakukan dengan membandingkan antara hasil aktual dengan anggaran, kemudian penyimpangan yang terjadi dianalisis agar bila diperlukan dapat diambil tindakan untuk memperbaiki keadaan tersebut. Anggaran merupakan suatu rencana awal dari perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya, yang memerlukan pemikiran yang matang mengenai prospek produk yang akan dipasarkan dan bagaimana respon dari konsumen yang mempengaruhi secara langsung terhadap penjualan atas produk perusahaan, maka untuk itu dalam kegiatan operasi perusahaan diperlukan adanya suatu tindakan dari pihak manajemen dalam mengelola anggaran tersebut agar tepat sasaran. Pada umumnya penyusunan

anggaran diawali dengan penyusunan anggaran penjualan lalu diikuti dengan penyusunan anggaran produksi serta anggaran-anggaran lainnya. Namun hal tersebut tergantung pada karakteristik masing-masing perusahaan. Anggaran merupakan rencana kerja yang terperinci dan tertuang dalam bentuk kuantitatif, yang dibuat oleh manajemen untuk mengarahkan kegiatan yang ada dalam jangka waktu tertentu.

Anggaran pun berfungsi sebagai pedoman kerja dan memberikan arah serta target yang harus dicapai oleh kegiatan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan harus selalu membandingkan anggaran penjualan dan realisasi penjualan secara periodik, hal ini dilakukan sebagai kegiatan penilaian atas kinerja perusahaan dalam bidang penjualan khususnya, sehingga dapat diketahui penyimpangan yang terjadi dalam perusahaan apakah berasal dari faktor internal atau eksternal perusahaan, untuk kemudian dapat dilakukan evaluasi dan tindakan lanjut atas segala penyimpangan yang terjadi agar dapat mengantisipasi pengaruhnya terhadap operasi perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Munandar (2000, 49) pengertian anggaran penjualan adalah:

“Anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang didalamnya meliputi rencana sejenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) pemasaran.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan suatu alat perencanaan perusahaan di bidang penjualan yang dinyatakan secara lebih terperinci.

Pengendalian merupakan penilaian atas pekerjaan yang dilakukan dengan maksud mengadakan tindakan perbaikan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengendalian dilakukan dengan membandingkan antara anggaran dengan hasil yang sebenarnya. Suatu pertimbangan dapat diambil dalam menilai tingkat daya guna operasi keuntungan yang diperoleh. Adanya perbedaan antara anggaran penjualan dengan penjualan yang sebenarnya dalam jumlah yang besar akan menarik perhatian dan mengundang perusahaan untuk meningkatkan kecermatan dalam rangka membuat anggaran.

Jadi pada hakekatnya peran anggaran penjualan sebagai tolok ukur dalam pelaksanaan kegiatan penjualan di perusahaan. Anggaran perusahaan disusun sesuai dengan karakteristik anggaran yang ada dan harus ditetapkan dengan baik dalam perusahaan. Dan penggunaan sistem anggaran ini sebenarnya adalah untuk memudahkan pengendalian kegiatan penjualan dalam perusahaan.

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan di atas penulis merumuskan suatu hipotesis sebagai berikut: **“Anggaran penjualan berperan dalam meningkatkan efektivitas pengendalian penjualan.”**

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data sesuai dengan kondisi yang sebenarnya serta memberikan gambaran dan analisis dari masalah yang ada. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain :

- 1) Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer dengan teknik pengumpulan data :
 - a. Observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lokasi dengan data yang diperlukan.
 - b. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dimana penulis melakukan wawancara langsung dengan orang yang berwenang mengenai masalah yang diteliti.
 - c. Kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden.
- 2) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, artikel, catatan-cacatan kuliah serta literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian di lakukan untuk memperoleh data teoritis sebagai landasan pengetahuan yang dapat dipelajari sebagai bahan pembanding dengan kegiatan yang ada selama penelitian.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. “X” yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian jadi (garmen) yang berlokasi di Jalan Raya Kopo km 11.2 Bandung. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Oktober 2006 sampai dengan waktu yang diperlukan untuk penyelesaian penelitian.