

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan hidup dalam lingkungan yang berubah cepat, dinamik, dan rumit. Kemajuan teknologi dan persaingan merupakan dua faktor lingkungan yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya, kemajuan teknologi ini didorong oleh dan mendorong persaingan global. Perubahan tersebut juga mempengaruhi para pembeli atau pelanggan suatu produk, mereka menginginkan produk yang bermutu tinggi, sangat fungsional, penyerahan tepat waktu, dan berharga murah. Kemajuan teknologi dalam sektor transportasi, teknologi informasi, teknologi produksi (pemanufakturan) mendorong perusahaan di Indonesia menghadapi persaingan global. Dalam menghadapi persaingan global, perusahaan harus dapat mempertahankan keunggulan jangka panjang. (Supriyono, 1997:iii)

Persaingan tersebut juga dialami oleh PT “X” yang bergerak dalam bidang media cetak. Dalam menghadapi persaingan tersebut PT “X” harus berusaha agar hasil penjualan dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan serta memberikan laba maksimal, sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai laba yang maksimal diperlukan strategi khusus untuk meningkatkan volume penjualan, dan menciptakan minat pasar akan produk yang dijual sehingga dapat mencapai laba yang diinginkan.

Laba yang didapat dari hasil penjualan barang yang diproduksi dengan menggunakan sumber ekonomi yang ada, di mana jumlahnya terbatas oleh sebab itu perusahaan memasok bahan baku dari dalam negeri dan luar negeri. Hal ini menuntut pihak manajemen perusahaan untuk dapat mengelola kegiatan seefektif dan seefisien mungkin, sehingga menghasilkan keuntungan dan memberi manfaat yang besar bagi perusahaan.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan bergantung pada keberhasilan bagian pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba yang maksimal. Oleh karena itu, anggaran penjualan disusun lebih dahulu dan merupakan dasar dalam penyusunan anggaran lainnya. Kesalahan dalam penyusunan anggaran penjualan akan mengakibatkan kesalahan pada anggaran yang lain. (Nafarin, 2004:30)

Menurut Nafarin (2004:20-21) anggaran memiliki fungsi yang sama dengan manajemen yang meliputi fungsi perencanaan, pelaksanaan (koordinasi), dan pengawasan kerja (pengendalian). Hal ini disebabkan anggaran mempunyai fungsi sebagai alat manajemen dalam melaksanakan fungsinya. Anggaran merupakan alat perencanaan tertulis yang menuntut pemikiran teliti, karena anggaran memberikan gambaran yang lebih nyata atau jelas dalam unit dan uang. Anggaran merupakan alat pengendalian (*controlling*), berarti melakukan evaluasi (menilai) atas pelaksanaan pekerjaan, dengan cara membandingkan realisasi dengan rencana (anggaran), dan melakukan tindakan perbaikan apabila dipandang perlu (jika ada penyimpangan yang merugikan). Dengan digunakannya anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen

dalam melakukan perencanaan dan pengendalian penjualan diharapkan dapat menunjang tercapainya efektivitas penjualan.

Melihat betapa pentingnya masalah anggaran bagi manajemen, penulis tertarik dengan judul sebagai berikut:

“Manfaat Anggaran Penjualan sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah manfaat anggaran penjualan pada PT “X”?
2. Apakah pengendalian penjualan pada PT “X” telah efektif?
3. Bagaimana anggaran penjualan dimanfaatkan sebagai alat bantu manajemen untuk mencapai efektivitas pengendalian?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini akan dilaksanakan dengan tujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana manfaat anggaran pada perusahaan.
2. Mengetahui bagaimana efektivitas pengendalian penjualan pada perusahaan.

3. Mengetahui, dan menilai bagaimana manfaat anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen untuk mencapai efektivitas pengendalian penjualan pada perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak di bawah ini:

1. Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan pertimbangan, dan pemikiran yang berguna untuk mengetahui efektivitas pengendalian penjualan, dan untuk menjamin kontinuitas perusahaan.

2. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, karena memberikan gambaran yang lebih nyata di bidang anggaran terutama anggaran penjualan, selain itu merupakan salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Universitas Kristen Maranatha.

3. Rekanan mahasiswa, pembaca atau pihak lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan pembaca mengenai anggaran, khususnya anggaran penjualan.

1.5 Rerangka Pemikiran

Suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila di dukung oleh kinerja yang baik, keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dilihat dari pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mengoptimalkan laba. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan adanya perencanaan strategis; pembuatan anggaran; alokasi sumber daya; pengukuran, evaluasi, dan penghargaan atas kinerja; alokasi pusat tanggung jawab; dan penetapan harga transfer. (Anthony dan Govindarajan, diterjemahkan oleh Tjakrawala, 2005:11)

Perencanaan berhubungan dengan pengembangan tujuan masa depan dan penyusunan berbagai anggaran untuk mencapai tujuan. Sedangkan pengendalian berhubungan dengan langkah-langkah yang dilaksanakan oleh manajemen untuk menjamin bahwa tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dan untuk menjamin bahwa semua bagian dalam organisasi berfungsi secara konsisten dengan kebijaksanaan organisasi. Agar dapat efektif, sistem anggaran yang baik harus dihubungkan dengan perencanaan dan pengendalian. Perencanaan yang baik tanpa pengendalian yang efektif berakibat pemborosan dana dan waktu. Sebaliknya, tanpa perencanaan tidak dapat dilakukan pengendalian ke arah tujuan yang ingin dicapai. (Supriyono, 2000:43)

Penyusunan anggaran secara umum dapat dimanfaatkan oleh perusahaan karena mempunyai fungsi sebagai alat perencanaan, alat koordinasi, alat motivasi, alat pengendalian, dan alat evaluasi kegiatan perusahaan. (Supriyono, 2000:42-43)

Menurut Adisaputro dan Asri (1984:7) penyusunan anggaran yang optimal memenuhi beberapa syarat yaitu realistis, luwes, dan kontinyu. Realistis yaitu tidak terlalu optimis dan tidak pula terlalu pesimis. Luwes yaitu tidak terlalu kaku dan mempunyai peluang untuk disesuaikan dengan keadaan yang mungkin berubah. Kontinyu yaitu membutuhkan perhatian yang terus menerus dan tidak merupakan suatu usaha yang insidentil.

Pada prinsipnya, manajemen perusahaan memanfaatkan anggaran untuk memudahkan dalam mengendalikan kegiatan usahanya.

Pengertian anggaran menurut Supriyono (2000:40) yaitu

“ Anggaran adalah suatu rencana terinci yang disusun secara sistematis dan dinyatakan secara formal dalam ukuran kuantitatif, biasanya dalam satuan uang, untuk menunjukkan perolehan dan penggunaan sumber-sumber suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu , biasanya satu tahun.”

Pada umumnya anggaran penjualan memiliki manfaat sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja dan alat pengawasan kerja. Dengan memanfaatkan anggaran penjualan, perusahaan akan mempunyai perencanaan penjualan yang baik dan terarah. Pada prinsipnya, manajemen perusahaan memanfaatkan anggaran untuk memudahkan dalam mengendalikan suatu kegiatan penjualan untuk pencapaian tujuan.

Anggaran penjualan menurut Nafarin (2004:30) yaitu

“ Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Oleh karena itu anggaran penjualan sering disebut anggaran kunci.”

Manajemen perusahaan haruslah menyusun suatu rencana yang dapat mengarahkan seluruh anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Definisi efektivitas menurut Anthony dan Govindarajan, diterjemahkan oleh Tjakrawala (2005:174) yaitu

“ Efektivitas ditentukan oleh hubungan antara output yang dihasilkan oleh suatu pusat tanggung jawab dengan tujuannya.”

Definisi pengendalian menurut Supriyanto (1995:5):

“ Pengendalian merupakan suatu proses untuk menjamin bahwa pelaksanaan kerja yang efisien akan dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Proses ini mencakup penetapan sasaran dan standar, perbandingan antara prestasi yang telah dicapai dengan sasaran dan standar yang telah ditetapkan dan tindakan koreksi jika diperlukan.”

Definisi pengendalian penjualan menurut Wilson dan Campbell yang diterjemahkan oleh Tjendra (1996:259) yaitu

“ Pengendalian penjualan meliputi analisa, penelaahan, dan penelitian yang diharuskan terhadap kebijaksanaan, prosedur, metode, dan pelaksanaan yang sesungguhnya untuk mencapai volume penjualan yang dikehendaki, dengan biaya yang wajar, yang menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk mencapai hasil pengembalian yang diharapkan atas investasi (*ROI*).”

Definisi ciri dari pengendalian yaitu membandingkan realisasi dengan anggaran, dimana anggaran dimanfaatkan sebagai alat pengendalian dalam pelaksanaan penjualan. Dalam kegiatan pengendalian penjualan, anggaran penjualan digunakan sebagai pedoman dalam meningkatkan pelaksanaan pengendalian penjualan yang efektif di perusahaan, karena anggaran penjualan dapat memonitor

pelaksanaan rencana penjualan dengan hasil yang sebenarnya terjadi, mengidentifikasi penyimpangan yang timbul dan menginformasikan kepada manajemen sebagai umpan balik yang berguna bagi pengambilan keputusan untuk perbaikan pengendalian penjualan di masa yang akan datang. (Wilson dan Campbell yang diterjemahkan oleh Tjendra, 1996:259)

Penyusunan anggaran adalah proses penentuan peran setiap manajer dalam melaksanakan program atau bagian program. Pengendalian kegiatan melalui anggaran ini disebut pengendalian melalui anggaran (*budgetary control*). (Supriyono, 2000:77)

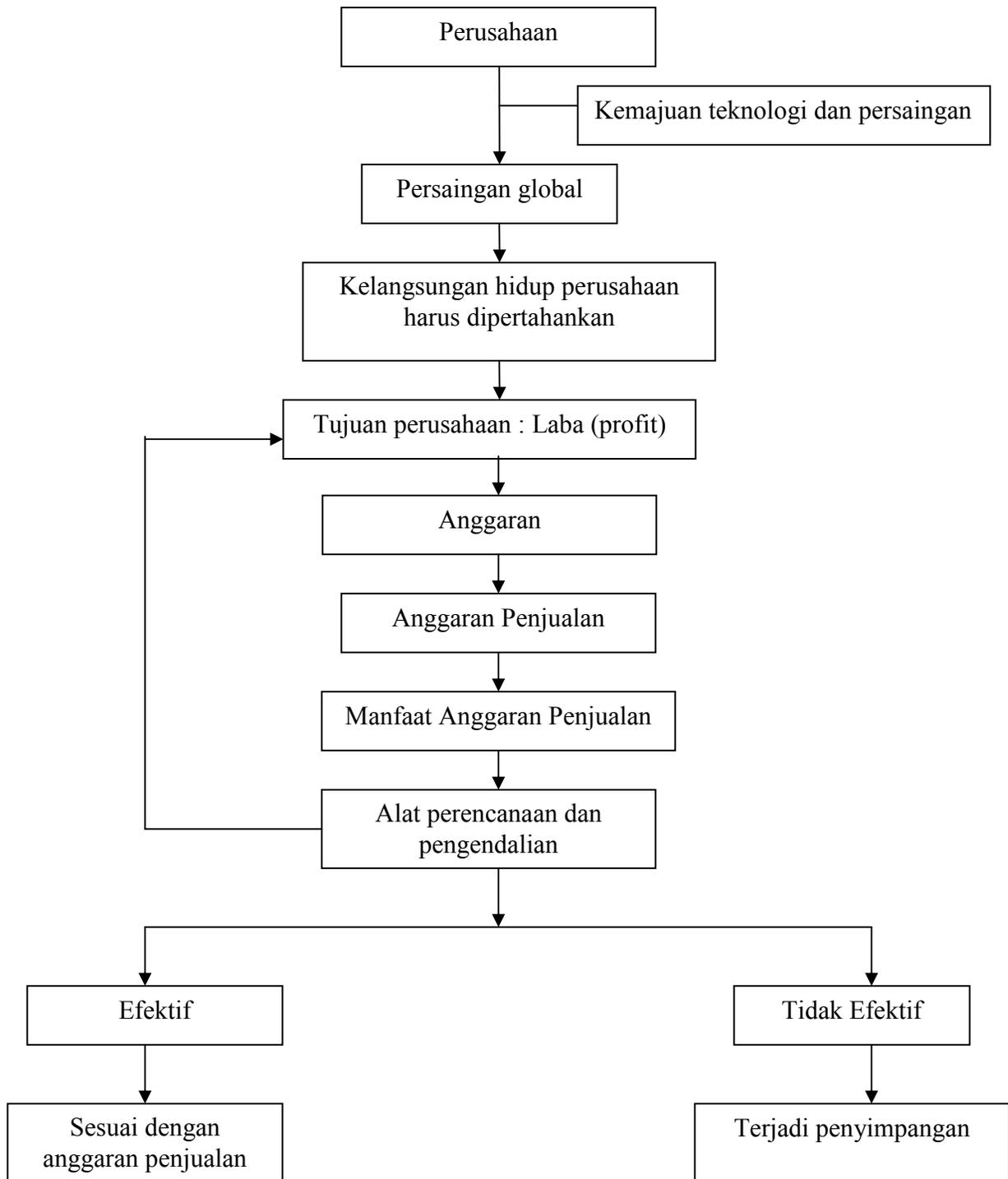
Karakteristik anggaran menurut Supriyono (2000:77) adalah:

- 1. Anggaran mengestimasi potensi laba unit bisnis,**
- 2. Anggaran dinyatakan dalam ukuran moneter dan didukung oleh ukuran nonmoneter,**
- 3. Anggaran biasanya mencakup periode satu tahun,**
- 4. Anggaran merupakan komitmen manajemen untuk menerima tanggung jawab mencapai tujuan yang dianggarkan, dan**
- 5. Usulan anggaran dikaji ulang dan disahkan oleh manajer dengan wewenang yang lebih tinggi dari pengusul anggaran.**

Anggaran penjualan akan memberikan manfaat yang besar bagi suatu perusahaan, karena atas dasar anggaran penjualan itu semua keputusan penting mengenai pengendalian penjualan ditentukan.

Penulis memilih anggaran penjualan sebagai salah satu alat pengendalian, dimana anggaran penjualan berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran yang ada dalam perusahaan, dan merupakan salah satu alat pengendalian kegiatan yang akan berjalan.

Berdasarkan rerangka pemikiran di atas penulis mengambil hipotesis, yaitu:
“Anggaran penjualan bermanfaat dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan.”



Bagan Rerangka Pemikiran

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif analitis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat, hubungan antara fenomena yang diteliti dengan berusaha mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menginterpretasikan data serta pada akhirnya menarik kesimpulan dari data yang ada pada perusahaan yang diteliti. (Indriantoro dan Supomo, 1999:170-173)

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk menyusun skripsi ini sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian lapangan, penulis langsung mengunjungi perusahaan untuk mengumpulkan bukti-bukti yang akan dijadikan dasar bagi penarikan kesimpulan. Penelitian lapangan ini bertujuan untuk mencari data primer dan dilakukan dengan cara:

- a) Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang dan bertanggung jawab untuk memberikan data dan keterangan.
- b) Pengamatan (*Observasi*), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas guna mendapatkan bahan-bahan teoritis agar diperoleh suatu pengertian yang mendalam dan menunjang proses pembahasan terhadap penelitian yang dilakukan penulis dalam perusahaan. Penelitian ini akan mendapatkan data sekunder.

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT “X”, yang beralokasi di Bandung. Penelitian lapangan untuk memperoleh data-data yang diperlukan berlangsung mulai bulan Oktober 2007 sampai dengan selesai.