

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini mengangkat isu mengenai hubungan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran pada suatu perusahaan. Dunia usaha dewasa ini ditandai dengan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang ada. Persaingan ini terjadi di dalam semua sektor perekonomian baik industri, perdagangan, maupun jasa. Dengan ada persaingan yang jelas memberikan manfaat kepada peningkatan kualitas kehidupan manusia. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus kuat bersaing agar terjadi peningkatan usaha. Penting bagi suatu perusahaan melakukan penganggaran dalam menjalankan aktivitas operasinya. Selain itu, semakin berkembang pula kebutuhan dan tuntutan atas informasi oleh pihak manajemen perusahaan. Hal ini didorong oleh pertimbangan yang semakin kritis dalam memanfaatkan dalam berbagai dana dan sumber daya lainnya secara optimal yang pada umumnya hanya tersedia dalam jumlah yang terbatas, sehingga mengharuskan untuk memperolehnya dengan biaya sehemat mungkin dan menggunakan seefisien mungkin guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Untuk memastikan bahwa perusahaan melaksanakan strateginya secara efektif dan efisien, manajemen melakukan suatu proses yang disebut dengan

pengendalian. Salah satu bentuk pengendalian adalah dengan memperhatikan masalah operasional dengan anggaran keuangan sebagai pendukung kegiatan dengan melakukan penyusunan rencana anggaran pada waktu yang lebih awal, melalui pembentukan pusat-pusat pertanggungjawaban, serta laporan anggaran dan realisasinya dari setiap pusat pertanggungjawaban untuk dapat menentukan prestasi pusat pertanggungjawaban.

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain, yang mencakup jangka waktu satu tahun. Tetapi masih banyak kasus penyimpangan anggaran yang sering terjadi, khususnya di Indonesia. Contohnya seperti kasus Anggaran Perjalanan Dinas PNS Melonjak 33% Jadi Rp 32 Triliun di 2014. Jakarta - Pemerintah telah mematok anggaran perjalanan dinas bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kementerian/Lembaga tahun 2014. Anggaran perjalanan dinas ini naik Rp 8 triliun dari Rp 24 triliun di 2013 menjadi Rp 32 triliun di 2014 atau naik 33%. Anggaran perjalanan dinas ini besar sekali per tahunnya. Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) sendiri mencatat pemalsuan perjalanan dinas sebagai poin penting dalam Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) Laporan Keuangan Kementerian Lembaga (LKKL) tahun 2012 (Detikfinance, Senin, 21/10/2013). Anggaran tidak hanya sekedar angka-angka mati yang akan direalisasikan pada periode berikutnya, tapi lebih dari itu merupakan representasi komitmen dari tiap-tiap pihak di dalam perusahaan untuk bekerja bersama mewujudkan rencana jangka pendek guna mencapai tujuan jangka panjang (Mulyadi, 2001;429).

Keterbukaan yang dimiliki seorang manajer untuk dapat mengendalikan perusahaan secara baik adalah dengan menerapkan akuntansi pertanggungjawaban. Akuntansi pertanggungjawaban merupakan salah satu konsep dari akuntansi manajemen dan sistem akuntansi yang dikaitkan dan disesuaikan dengan pusat-pusat pertanggungjawaban yang ada dalam organisasi. Istilah akuntansi pertanggungjawaban ini akan mengarah pada proses akuntansi yang melaporkan sampai bagaimana baiknya manajer pusat pertanggungjawaban dapat manage pekerjaan yang langsung dibawah pengawasannya dan yang merupakan tanggungjawabnya atau suatu sistem yang mengukur rencana dan tindakan dari setiap pusat pertanggungjawaban. Menurut Hansen, Mowen (2005:116) definisi akuntansi pertanggungjawaban adalah sebagai berikut : "Akuntansi pertanggungjawaban adalah Sistem yang mengukur berbagai hasil yang dicapai oleh setiap pusat pertanggungjawaban menurut informasi yang dibutuhkan oleh para manajer untuk mengoperasikan pusat pertanggungjawaban mereka."

Tujuan penggunaan akuntansi pertanggungjawaban adalah untuk mengetahui apakah ada penyimpangan biaya dan penghasilan dari yang dianggarkan. Biaya yang ditekankan pada biaya pemasaran adalah biaya yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan mulai dari saat barang-barang telah dibeli atau di produksi sampai dengan barang-barang tersebut dijual ke pelanggan – misalnya biaya periklanan dan biaya promosi penjualan, biaya pengiriman, biaya pergudangan, dan biaya pengepakan. Pada masa sekarang perhatian terhadap berbagai aspek manajemen pemasaran telah dikembangkan, kemampuan bersaing bagi setiap perusahaan di masa yang akan datang sangat tergantung pada efisiensi pemasarannya. Dengan

demikian berkembangnya perusahaan, maka tuntutan akan efisiensi pemasaran semakin besar di antaranya perlu ada pengawasan dan penanganan serta pengelolaan atas biaya distribusi.

Berikut ini penulis sajikan beberapa penelitian yang menyajikan hubungan antara penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran, antara lain: Penelitian yang dilakukan oleh Indra Bastian, (2006) oleh karena sifatnya yang “rencana”, anggaran dapat mengungkapkan apa yang akan dilakukan suatu entitas di masa mendatang. National Committee on Governmental Accounting (NCGA) yang saat ini menjadi Governmental Accounting Standard Board (GASB) mendefinisikan Anggaran (budget) sebagai: rencana operasi keuangan, yang mencakup estimasi pengeluaran yang diusulkan, dan sumber pendapatan yang diharapkan untuk membiayainya dalam periode waktu tertentu”. Arliani (2008) menjelaskan bahwa, perusahaan dapat mengetahui apakah biaya pemasaran yang dikeluarkan wajar atau tidak dengan cara melakukan analisis terhadap biaya pemasaran, yaitu dengan cara membandingkan antara anggaran biaya pemasaran dengan realisasinya. Analisis tersebut merupakan alat bantu dalam mengevaluasi biaya yang telah dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran, sehingga perusahaan dapat mengarahkan penggunaan biaya pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien.

Dari berbagai keterangan dan latar belakang yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Peranan Penganggaran dan Akuntansi Pertanggungjawaban Terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran Pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah penerapan sistem penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang efisiensi biaya pemasaran Restoran Bakmi Parahyangan Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: Untuk mengetahui dampak penerapan sistem penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efisiensi biaya pemasaran pada Restoran Bakmi Parahyangan Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Akademis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta memahami dan memberi gambaran tentang sistem penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban di suatu perusahaan dan pengaruhnya terhadap efisiensi biaya pemasaran.

- b. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada manajemen untuk membantu dalam pengendalian biaya pemasaran agar dapat memberikan respon yang memadai terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi untuk penelitian lebih lanjut, terutama bagi peneliti yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban serta biaya pemasaran