

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada dewasa ini banyak terjadi persaingan tajam dan ketat diantara perusahaan-perusahaan yang telah ada. Sebab dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang telah ada dan memproduksi barang-barang yang sejenis, maka perusahaan dituntut untuk menetapkan kebijakan dan strategi yang tepat, agar usahanya tetap berjalan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk mewujudkan tujuan perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk memiliki ketrampilan dan kemampuan manajemen dalam menghadapi persaingan. Untuk melakukan usahanya perusahaan dituntut melakukan perencanaan yang tepat agar dapat digunakan sebagai alat kontrol pelaksanaan kegiatan perusahaan. Dari segi perencanaan, perusahaan dapat melihat ke masa depan atau dapat menentukan tindakan-tindakan apa yang harus dilakukan untuk merealisasikan tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh perusahaan. (Hansen, 1999, hal. 350)

Dalam menjalankan usahanya, biasanya perusahaan menghadapi berbagai macam masalah yang ada diluar jangkauannya, misalnya mengenai situasi dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang. Karena situasi dimasa datang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan perusahaan (Marwan Asri, 1997, hal. 2), maka perusahaan harus dapat melakukan perencanaan dan pengendalian yang tepat. Dari segi pengendalian perusahaan dapat melihat ke belakang, sehingga

perusahaan dapat menilai apa yang telah dicapai atau dihasilkannya dengan rencana yang telah disusun (Hansen, 1999, hal 350). Agar perusahaan dapat menghadapi permasalahan yang ada diluar jangkauannya itu, maka perusahaan memerlukan perencanaan, pengkoordinasian serta pengendalian (Henri Simamora, 1999, hal. 190). Untuk kegiatan pengambilan keputusan, pimpinan perusahaan perlu mengumpulkan data-data penting. Oleh karena itu, perlu disusun rencana yang dapat digunakan untuk menentukan dan mengatur seluruh kegiatan perusahaan. Salah satu bentuk perencanaan tersebut berupa anggaran, yaitu suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang (Marwan Asri, 1997, hal. 1).

Untuk menjalankan usahanya dan mencapai tujuan perusahaan, selain melakukan perencanaan anggaran secara teknik manajemen perusahaan harus mempertimbangkan pengaruh penganggaran dari aspek keprilakuan. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan, sebab penganggaran dari aspek keprilakuan lebih penting di banding penganggaran dari aspek teknisnya (Henry Simamora, 1999, hal. 194). Karena pada kenyataannya anggaran yang telah ditetapkan perusahaan tidak akan dapat tercapai tanpa dukungan seluruh personel yang ada di dalam perusahaan. Oleh sebab itu anggaran organisasi yang merupakan rencana formal dan kebijakan manajemen dapat digunakan juga untuk mengukur atau menilai kinerja personel perusahaan, agar dapat mengkoordinasi karyawan sehingga tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat tercapai. Salah satu bentuk

pengkoordinasian itu adalah dengan melakukan penilaian kinerja, yaitu penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan personelnnya, berdasarkan sasaran standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Mulyadi, 1999, hal. 227).

Perencanaan dan pengendalian penjualan yang dianggarkan juga penting bagi PT. Kaibon Indah, yaitu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan produk-produk keramik, sebab perencanaan dan pengendalian penjualan merupakan alat yang dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam penyusunan anggaran penjualan diperlukan teknik peramalan yang tepat dengan membuat estimasi kegiatan masa depan yang didasarkan estimasi masa lalu. Perencanaan estimasi PT. Kaibon Indah selama ini hanya berdasarkan pengalaman penjualan satu tahun sebelumnya, sehingga belum dapat digunakan sebagai *standart estimasi* pada tahun yang akan datang.

Untuk melaksanakan keputusan yang akan diambil dalam perencanaan dan pengendalian aktivitas PT Kaibon Indah, manajer perusahaan perlu membuat anggaran mengenai sasaran perusahaan saat ini dan di masa yang akan datang. Perusahaan perlu membuat anggaran penjualan karena anggaran merupakan faktor kunci bagi keseluruhan proses penganggaran. Dengan anggaran penjualan juga manajer dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat pencapaian anggaran penjualan, perusahaan dapat menentukan dengan cara membandingkan antara

jumlah anggaran yang ditetapkan dengan hasil yang dicapai (Hansen, 1999, hal. 350).

Berdasarkan uraian di atas penulis ingin mengambil judul :

“ANALISIS METODE UNTUK MENYUSUN ANGGARAN SEBAGAI ALAT PERENCANAAN PENJUALAN PADA PT. KAIBON INDAH MADIUN.”

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : “Metode apakah yang sesuai untuk menyusun anggaran sebagai alat perencanaan penjualan pada PT. Kaibon Indah Madiun”.

C. PEMBATASAN MASALAH

Dalam penelitian ini ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada rencana penjualan pada tahun 1998, 1999, 2000, dan 2001 yang dilakukan di PT. KAIBON INDAH. Karena pencatatan laporan keuangan PT. KAIBON INDAH mulai dilakukan pada tahun 1998, sedangkan sebelumnya pencatatan dilakukan oleh perusahaan pusat yang ada di Jakarta.

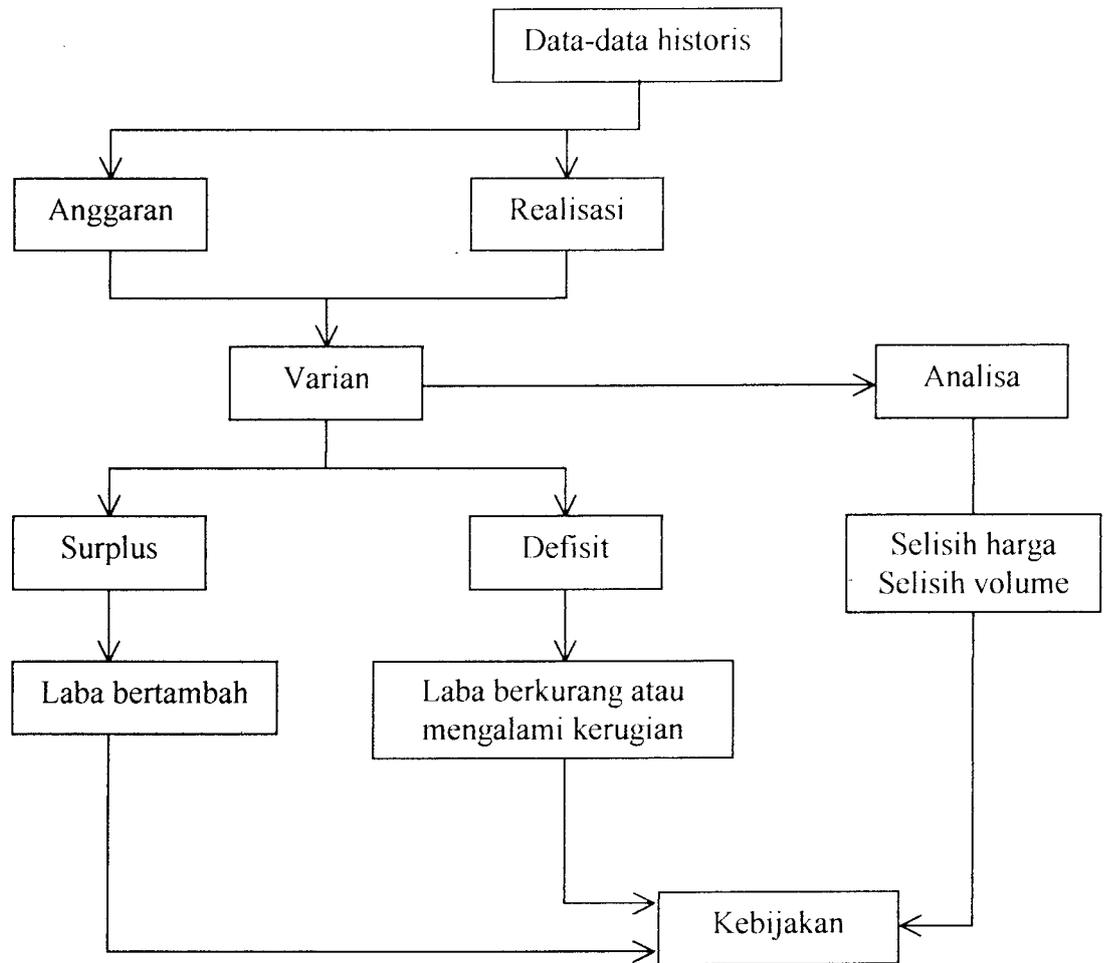
D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang metode apa yang sesuai untuk penyusunan anggaran sebagai alat perencanaan penjualan.
2. Untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektifitas anggaran penjualan yang telah dibuat oleh PT. KAIBON INDAH.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui cara menentukan anggaran penjualan untuk tahun yang akan datang dan membantu dalam menentukan metode yang sesuai untuk menyusun anggaran.
2. Bagi pihak lain dapat digunakan sebagai bahan pustaka dan masukan jika ada orang lain yang ingin melakukan penelitian pada perusahaan yang sama.

F. KERANGKA PEMIKIRAN



Keterangan:

Data-data historis realisasi penjualan diolah dengan metode *Least Square* dan metode Kwadratik untuk mengetahui bentuk grafik yang dihasilkan dari pengolahan data tersebut, dan juga untuk mengetahui anggaran yang akan datang. Dari grafik yang dihasilkan kedua metode itu maka manajer dapat memilih bentuk

metode yang sesuai dengan penjualan perusahaan. Dengan metode yang dianggap sesuai dengan keadaan penjualan perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan perencanaan untuk anggaran penjualan tahun akan datang. Selain menggunakan metode di atas perusahaan juga perlu melakukan analisis laporan keuangan dengan menggunakan analisis varian antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan berdasarkan analisis harga dan analisis volume. Karena dari hasil analisis varian, manajer dapat menilai efisiensi dan efektifitas anggaran penjualan yang telah dianggarkan yang akan digunakan sebagai dasar mengambil kebijakan dalam perencanaan dan pengendalian penjualan di masa yang akan datang (Henry Simamora, 1999, hal. 190).

G. METODOLOGI PENELITIAN.

1. Sumber Data.

a. Data Primer.

Yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh penulis melalui tanya jawab secara langsung dengan karyawan dan staf yang ada di dalam perusahaan.

b. Data Sekunder.

Yaitu data yang diperoleh penulis langsung dari perusahaan yang berupa data penjualan dan rencana penjualan tahun lalu.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik penelitian, metode penelitiannya antara lain:

a. *Library Research*

Yaitu penelitian dengan cara membaca, memahami, menganalisis serta menyimpulkan dari literatur yang terkait dengan materi untuk menjadi dasar pembahasan.

b. *Field Research*.

Yaitu pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

1. *Wawancara/Interview*.

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan staf atau karyawan perusahaan.

2. *Dokumenter*.

Yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengumpulkan data-data historis dari perusahaan.

3. Analisis Data.

Di dalam penelitian analisis yang digunakan untuk perencanaan anggaran penjualan adalah metode *Least Square* dan metode Kwadratik. Penulis menggunakan kedua metode di atas untuk dijadikan alat pembanding, selain itu kedua metode di atas juga mempunyai prinsip yang sama yaitu berusaha mengganti garis patah-patah dari data historis menjadi garis yang lebih teratur bentuknya, agar dapat digunakan untuk mengadakan penaksiran

(forecasting). Adapun garis yang lebih teratur bentuknya tersebut secara umum dapat berbentuk garis lurus (*linear*) dan dapat berbentuk garis lengkung (*non linear*)

Metode *Least Square* digunakan, karena metode ini lebih sesuai digunakan untuk perusahaan-perusahaan yang mempunyai deretan data historis yang bila digambarkan dalam grafik cenderung mengarah ke bentuk garis lurus (*linier*). Selain itu metode *Least Square* merupakan suatu metode yang lebih sederhana dibandingkan metode-metode lain. Dalam matematika garis lurus tersebut dinyatakan dalam suatu persamaan atau fungsi garis lurus, (Munandar, 1977, hal 72) yaitu $Y' = a + bx$.

Metode kwadratik digunakan, karena metode ini lebih sesuai dengan digunakan untuk perusahaan-perusahaan yang mempunyai deretan data historis yang cenderung mengarah ke bentuk garis lengkung (*non-linier*) yang berbentuk parabola. Dalam matematika, bentuk parabola semacam ini dinyatakan dalam suatu persamaan atau fungsi parabola, (Munandar, 1977, hal 72) yaitu : $Y' = a + bx + cx^2$

a. Metode *Least Square*.

1. $y' = a + bx$

2. $a = \frac{\Sigma y}{n}$

$$3. b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

b. Metode Kwadratik

$$1. y' = a + bx + cx^2$$

$$2. \Sigma y = n.a + c\Sigma x^2$$

$$3. \Sigma xy = b\Sigma x^2$$

$$4. \Sigma x^2 y = a\Sigma x^2 + c\Sigma x^4$$

Keterangan:

y' = Nilai penjualan.

y = Data historis.

x = Parameter pengganti waktu.

a = Nilai y jika $x = 0$

b = Variabel tiap x (perubahan variabel y karena perubahan 1 unit x)

c = Variabel tiap x^2 .

n = Banyaknya data.

Untuk membandingkan anggaran yang dibuat dengan realisasi penjualan, agar dapat melihat penyimpangan yang terjadi maka digunakan:

- a. Analisis selisih harga penjualan, yaitu analisis dengan adanya perubahan harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dianggarkan.

$$SHJ = (HJ_2 - HJ_1) K_2$$

Keterangan :

SHJ = Selisih Harga Jual.

HJ₁ = Harga Jual per satuan unit yang dianggarkan.

HJ₂ = Harga Jual per satuan unit yang sesungguhnya.

K₂ = Kuantitas atau volume penjualan yang sesungguhnya.

- b. Analisis selisih volume penjualan, yaitu analisis dengan adanya perubahan kuantitas atau volume penjualan yang sesungguhnya dengan kuantitas atau volume penjualan yang dianggarkan.

$$SVP = (K_2 - K_1) HJ_1$$

Keterangan :

SVP = Selisih volume penjualan.

K₁ = Kuantitas atau volume penjualan yang dianggarkan.

K₂ = Kuantitas atau volume penjualan yang sesungguhnya.

HJ₁ = Harga jual per satuan unit yang dianggarkan.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Memuat tentang teori-teori relevan yang digunakan dalam penyusunan skripsi yang didasarkan pada masalah-masalah yang telah dirumuskan.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Berisi mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan daerah pemasaran.

BAB IV : ANALISA DATA

Implementasi pengendalian anggaran yang dikaitkan dengan realisasi anggaran yang telah terjadi untuk mengetahui seberapa jauh penyimpangan yang terjadi.

BAB V : PENUTUP

- a. Kesimpulan.
- b. Saran