

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk berkembang, tetap hidup (survive), serta memenuhi fungsi sosialnya. Tujuan tersebut dapat diwujudkan melalui suatu perencanaan dan pengendalian yang baik. Semakin berkembangnya perusahaan akan semakin banyak pula jenis-jenis kegiatan yang harus dilakukan sehingga perencanaan dan pengendalian akan kegiatan tersebut menjadi lebih rumit. Perencanaan dan pengendalian ini juga diperlukan untuk menghindarkan perusahaan dari masalah yang kompleks akibat meningkatnya persaingan di dunia usaha.

Perencanaan ini dinyatakan dalam bentuk anggaran atau lebih dikenal dengan nama *budget*. Anggaran sebagai suatu sistem cukup memadai untuk digunakan sebagai alat perencanaan, pelaksanaan (pengarahan dan pemotivasian), pengendalian, dan evaluasi seluruh kegiatan perusahaan. Anggaran sebagai alat bantu manajemen untuk jangka waktu tertentu dinyatakan dalam unit kuantitatif dan satuan moneter.

Penganggaran merupakan komitmen resmi manajemen yang terkait dengan harapan manajemen tentang pendapatan, biaya dan beragam transaksi keuangan dalam jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.

Anggaran yang telah ditetapkan untuk dilaksanakan oleh unit-unit yang ada di dalam perusahaan, dengan sendirinya akan berinteraksi dengan individu-individu di dalam organisasi perusahaan. “Peranan dan kepentingan individu di

dalam organisasi atau perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan didasarkan pada ketertarikan para individu untuk mencapai tujuan atau kepentingannya (Sahmuddin, 2001:35).”

Dalam proses penyusunan anggaran, langkah pertama adalah pembuatan ramalan-ramalan penjualan dan selanjutnya penyusunan anggaran penjualan. Anggaran penjualan digarap terlebih dahulu karena anggaran-anggaran lain tidak dapat disusun tanpa adanya estimasi penjualan. Anggaran penjualan berisi tentang berapa jumlah produk yang ditargetkan untuk dijual dan harga jual setiap produk yang memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang optimal. Ramalan penjualan yang akurat meningkatkan manfaat anggaran penjualan sebagai dasar penyusunan anggaran perusahaan yang lain karena perusahaan dapat melengkapi rencana aktivitas lain setelah perusahaan mengetahui jumlah yang dianggarkan untuk dijual dalam suatu periode. Beberapa komponen utama yang terdapat dalam anggaran penjualan adalah penjelasan tentang kuantitas unit dan jenis produk perusahaan, harga jual produk, total harga jual, dan rincian daerah pemasaran.

Penulis memfokuskan anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen dalam menilai keberhasilan pelaksanaan proses perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan. Anggaran penjualan memberikan informasi mengenai kegiatan penjualan perusahaan, melalui informasi tersebut dapat dianalisis lebih lanjut serta dievaluasi apakah sesuai dengan perencanaan semula, dalam rangka mencapai target yang diharapkan dengan pengeluaran biaya yang wajar. Anggaran penjualan merupakan dasar dari penyusunan anggaran lain, seperti anggaran biaya

pemasaran, anggaran kas, dan anggaran investasi. Anggaran penjualan juga merupakan pedoman dasar bagi seluruh aktivitas perusahaan dalam segi perekrutan karyawan, administrasi masalah pendanaan, investasi serta ekspansi.

Kegunaan anggaran itu sendiri dalam menunjang efektifitas pengendalian penjualan adalah untuk menilai keberhasilan pelaksanaan proses perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan dalam mencapai target penjualan sesuai dengan anggaran yang ditetapkan sebelumnya. Dalam perusahaan keberadaan anggaran sangat diperlukan, sebab perusahaan bertujuan mencari laba yang optimum, sehingga perusahaan harus membuat perencanaan bertujuan mencari laba yang optimum, dan perusahaan harus membuat perencanaan dan penyusunan program secermat mungkin, apalagi jika perusahaan tersebut berada dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang sejenis.

Anggaran penjualan pada PT. Astra International, Tbk Toyota Medan selain berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran yang ada dalam perusahaan, juga merupakan salah satu alat pengendalian terhadap kegiatan penjualan yang sedang berjalan. Bagi perusahaan yang menghadapi persaingan pasar, anggaran penjualan harus disusun paling awal dari semua anggaran yang lain, yang ada dalam perusahaan. Pengendalian merupakan fungsi terakhir dalam proses manajemen, sama seperti perencanaan, pengendalian juga harus dilakukan secara terus menerus. Pengendalian merupakan proses mengukur dan mengevaluasi pelaksanaan nyata setiap komponen organisasi, dan melaksanakan tindakan korektif jika diperlukan. Pengendalian digunakan untuk menjamin pencapaian tujuan, sasaran, kebijakan dan standar secara efisien seperti yang telah

ditentukan dalam perencanaan. Di bawah ini adalah data singkat anggaran penjualan PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan periode tahun 2012 s/d 2013:

Tabel 1.1
Anggaran Penjualan
PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan

Tahun	Anggaran	Realisasi	%
2012	583.558.895.000	653.824.770.000	12.7
2013	687.525.580.000	801.218.660.000	15.5

Sumber : PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Peranan Anggaran Sebagai Alat Pengendalian Penjualan pada Astra International, Tbk Auto 2000 Medan.”**

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penyusunan anggaran penjualan pada PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan?
2. Apakah anggaran penjualan berperan sebagai alat pengendalian penjualan pada PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses penyusunan anggaran penjualan pada PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan.

2. Untuk mengetahui sejauh mana anggaran berperan sebagai alat pengendalian penjualan pada PT. Astra International, Tbk Auto 2000 Medan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman penulis tentang penggunaan anggaran penjualan, pengendalian terhadap penjualan perusahaan dan perencanaan anggaran penjualan dalam menunjang efektifitas penjualan, melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang di peroleh selama masa perkuliahan dan membandingkannya dengan keadaan yang terjadi di perusahaan, serta untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Medan Area.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan akan dapat dijadikan bahan masukan dan informasi tambahan yang dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi manajemen perusahaan mengenai penerapan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian penjualan perusahaan.
3. Bagi Pihak Lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu ;pengetahuan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yang dapat digunakan sebagai acuan (referensi) untuk

pengkajian topik-topik sejenis yang berkaitan dengan anggaran, terutama anggaran penjualan.

