

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Anggaran

2.1.1 Pengertian Anggaran

Secara umum anggaran atau budget, merupakan salah satu kegiatan yang berkaitan dengan program dan perencanaan, yang memiliki peran sebagai alat koordinasi bagi suatu rencana kegiatan.

Banyak teori yang memberikan pengertian mengenai anggaran namun secara umum masing - masing definisi itu mempunyai pengertian yang sama. Definisi anggaran yang digunakan secara luas, disimpulkan oleh Agus Ahyari (1988:8):

"Anggaran merupakan perencanaan secara formal dari seluruh kegiatan perusahaan, didalam jangka waktu tertentu yang dinyatakan dalam unit kuantitatif (moneter)"

Sesuai dengan judul penulisan tugas akhir ini yaitu pengaruh anggaran penjualan terhadap tingkat produksi dan persediaan barang maka akan diuraikan terlebih dahulu beberapa definisi dari anggaran penjualan, tingkat produksi dan persediaan barang itu sendiri. Karena menyangkut anggaran yang dimaksud adalah anggaran yang berorientasi pada suatu perusahaan maka terlebih dahulu perlu diketahui arti dari anggaran perusahaan itu sendiri adalah:

"suatu pendekatan yang formal dan sistematis dari pelaksanaan, tanggung jawab manajemen didalam perencanaan, koordinasi dan pengawasan"

Adapun syarat - syarat penyusunan anggaran adalah :

1. **Realistis**, penyusunan tidak terlalu pesimis dan optimis
2. **Fleksibel**, penyusunan tidak terlalu kaku disesuaikan dengan kondisi
3. **Continue**, memerlukan perhatian yang terus menerus

Manfaat penyusunan anggaran bagi perusahaan adalah :

1. Menolong individu untuk berpikir ke depan
2. Menolong kerjasama antara bagian
3. Menolong adanya azas kerja sama

2.1.2 Karakteristik Anggaran

Adapun karakteristik anggaran menurut Agus Ahyari (1988:8) adalah sebagai berikut :

- a. Dinyatakan dalam satuan keuangan (moneter)
- b. Mencangkup kurun waktu tertentu (umumnya satu tahun)
- c. Usulan anggaran dinilai dan disetujui oleh wewenang yang lebih tinggi daripada yang menyusun anggaran
- d. Apabila anggaran sudah disahkan maka anggaran tersebut tidak dapat diubah, kecuali dalam hal khusus
- e. Hasil aktual yang diperoleh akan dibandingkan dengan anggaran secara periode, sedangkan varians (penyimpangan) yang terjadi dianalisis dan dijelaskan

2.1.3 Fungsi Anggaran

Fungsi anggaran dalam buku yang tertulis oleh Sugianto, Robert Gunardi H, Sony Loho (1995:23) adalah:

1. Anggaran berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk suatu periode tertentu dimasa yang akan datang
2. Anggaran juga berfungsi sebagai alat pengawasan bagi pemilik perusahaan terhadap kebijakan yang diambil manajemen dalam mengelola perusahaan
3. Anggaran juga berfungsi sebagai alat koordinasi kegiatan dimasa yang akan datang

2.1.4 Keterbatasan Anggaran

Meskipun anggaran mempunyai banyak manfaat dan kegunaanya juga tidak terlepas dari keterbatasan - keterbatasan. Anggaran hanyalah sekedar alat bantu dan bukan pengganti manajemen. Anggaran juga jangan dipandang sebagai alat bantu yang memberikan petunjuk bagi pejabat untuk organisasi. Menurut Gunawan Adisaputro dan Marvan Asri sw dalam buku "anggaran perusahaan "

Keterbatasan anggaran adalah sebagai berikut :

- a. Karena budget disusun berdasarkan estimasi (potensi penjualan, kapasitas produk dan lain - lain)
- b. Budget hanya merupakan rencana, dan rencana tersebut baru berhasil apabila dilaksanakan dengan sungguh - sungguh
- c. Budget hanya merupakan suatu alat yang dipergunakan untuk membantu manajemen dalam melaksanakan tugasnya
- d. Kondisi yang tidak selalu sama dengan yang diramalkan sebelumnya

2.1.5 Jenis - Jenis Anggaran

Menurut D Hartato, jenis anggaran yang paling umum digunakan oleh suatu perusahaan dan sesuai dengan pusat tanggung jawab yang ada dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Appropriation Budget

Adalah budget yang memberikan batas pada pengeluaran untuk suatu hal tertentu. Pada umumnya appropriation budget digunakan dalam pemerintahan, yang disebut juga anggaran penerimaan dan belanja negara.

2. Performance Budget

Adalah anggaran yang didasarkan atas fungsi aktivitas proyek. Apabila dibandingkan oleh sifat appropriation budget dimana jenis budget itu pada intinya hanya diberikan batas maksimum untuk setiap pos anggaran atau jenis biaya, misalnya gaji, biaya, dan sebagainya.

3. Fix Budget

Adalah budget yang dibuat untuk tingkat kegiatan selama jangka waktu tertentu misalnya satu tingkat pabrik dapat dinyatakan dengan:

- a. persentase kapasitas
- b. jumlah produk yang dihasilkan
- c. jumlah jam yang dikerjakan untuk jangka waktu tertentu dan sebagainya

4. Flexible Budget

Adalah anggaran yang dibuat sesuai dengan perubahan volume. Jenis budget ini menentukan biaya tetap dan biaya variable. Di dalam penyusunannya digunakan deretan rumus karena setiap bagian mempunyai

rumus sendiri. Rumus ini merupakan jumlah tetap dan tingkat variabel dalam aktivitas yang ditentukan.

Menurut M. Munandar dalam bukunya "Budgeting, perencanaan, pengkoordinasian dan pengawasan kerja" (1992:6)

Anggaran dikaitkan dengan dengan masalah jangka waktu atau periode dimana dikenal dua macam, yaitu :

- Anggaran Strategis

Yaitu anggaran yang berlaku untuk jangka panjang, biasanya untuk suatu periode akuntansi.

- Anggaran Taktis

Yaitu anggaran yang disusun untuk jangka waktu pendek meliputi Satu periode akuntansi atau kurang dari, yang terdiri dari :

1. Anggaran periodik yaitu anggaran yang disusun untuk jangka waktu satu periode akuntansi
2. Anggaran tidak kontinuitas yaitu anggaran yang disusun untuk jangka waktu kurang dari satu periode akuntansi

2.2 Anggaran Penjualan

2.2.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Perusahaan dewasa ini mengalami kesulitan utama dalam bidang pemasaran karena pada umumnya perusahaan yang ada di masyarakat tergolong sebagai perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing dalam arti penawaran produk yang dihasilkan perusahaan – perusahaan tersebut lebih besar dari permintaan

terhadap produk itu di pasar. Jadi dengan kata lain anggaran penjualan harus disusun lebih awal dibandingkan dengan anggaran lainnya.

Rencana penjualan menjadi dasar perencanaan berkala dalam perusahaan, karena semua perencanaan disusun atas dasar ini. Sumber utama uang kas adalah penjualan, penambahan modal yang dibutuhkan, jumlah biaya yang harus direncanakan, kebutuhan tenaga kerja, tingkat produksi dan aspek – aspek penting lainnya tergantung pada volume penjualan.

Adapun yang dimaksud dengan anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kuantitas) barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat atau daerah penjualan.

2.2.2 Konsep Anggaran Penjualan

Menyusun konsep anggaran penjualan komponen – komponen pokok konsep anggaran penjualan adalah:

1. Dasar – dasar penyusunan anggaran
 - a. menyusun tujuan perusahaan
 - b. menyusun strategi perusahaan
 - c. menyusun ramalan penjualan
2. Menyusun anggaran penjualan
 - a. anggaran promosi dan advertensi
 - b. anggaran biaya – biaya penjualan
 - c. rencana pemasaran

Dengan pengertian bahwa ramalan dan pengawasan atas penjualan dapat dilakukan maka semua kegiatan tersebut disusun perencanaan secara terinci.

Anggaran perusahaan disusun dengan menggunakan berbagai pendekatan.

Masing – masing pendekatan konsekuensinya berbeda – beda sehingga perlu pertimbangan cara pendekatan mana yang paling menguntungkan. Dalam melakukannya perlu dipertimbangkan beberapa faktor seperti:

1. Faktor pasar yang dihadapi perusahaan

a. Luas pasar

- Bersifat lokal
- Bersifat regional
- Bersifat nasional

b. Keadaan persaingan

- Bersifat monopoli
- Bersifat persaingan bebas
- Bersifat monopolis

c. Kemampuan pasar

d. Keadaan atau sifat konsumen. Apakah konsumen akhir atau konsumen akhir

2. Kemampuan finansial:

- a. Kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan
- b. Kemampuan membiayai usaha – usaha untuk mencapai target penjualan
- c. Kemampuan untuk membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan

3. Kemampuan personil:

- a. Apakah jumlah tenaga kerja cukup tersedia
- b. Apakah tenaga kerja yang ada mampu melakukan tugasnya agar target tercapai

4. Dimensi waktu

Hal ini perlu diperhatikan karena apabila membuat rencana terlalu awal kemungkinan akan terjadi perubahan keadaan, juga perlu dipertimbangkan sampai berapa lama rencana yang disusun tersebut direalisasikan.

2.2.3 Penyusunan Anggaran Penjualan

2.2.3.1 Langkah – langkah penyusunan anggaran penjualan

Dalam penyusunan anggaran penjualan, langkah – langkah yang dilakukan meliputi:

1. Perencanaan dasar – dasar anggaran
 - a. Penentuan relevansi variabel yang mempengaruhi penjualan
 - b. Penentuan tujuan umum dan khusus yang diinginkan
 - c. Strategi pemasaran yang digunakan
2. Penyusunan rencana penjualan
 - a. Analisis ekonomi dengan mengadakan proyeksi terhadap aspek makro
 - Moneter
 - Kependudukan
 - Teknologi dan menilai akibatnya
 - b. Melakukan analisis industri
 - c. Melakukan analisis prestasi penjualan pada masa lalu

- d. Melakukan analisis prestasi di masa lalu
- e. Menyusun peramalan atas penjualan yaitu meramalkan jumlah penjualan yang diharapkan
- f. Menentukan jumlah penjualan yang dianggarkan
- g. Menghitung rugi/ laba yang mungkin terjadi
- h. Mengkomunikasikan penjualan yang telah disetujui kepada pihak yang berkepentingan.

2.2.3.2 Unsur – Unsur Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran

Penjualan

Pengaruh anggaran penjualan secara garis besar dapat dibedakan menjadi:

1. Faktor intern, yaitu data atau informasi yang ada dalam perusahaan, antara lain;
 - a. Penjualan tahun sebelumnya
 - b. Kebijaksanaan perusahaan
 - c. Kapasitas produksi
 - d. Tenaga kerja yang tersedia
 - e. Modal yang dimiliki perusahaan
2. Faktor ekstern yaitu data atau informasi yang terdapat di luar perusahaan, yaitu:
 - a. Keadaan persaingan di pasar
 - b. Posisi perusahaan dalam persaingan
 - c. Tingkat pertumbuhan penduduk
 - d. Tingkat penghasilan masyarakat

- e. Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan perusahaan
- f. Agama, adat istiadat, kebiasaan masyarakat
- g. Berbagai kebijaksanaan pemerintah
- h. Keadaan perekonomian nasional maupun internasional
- i. Kemajuan teknologi, barang – barang substitusi, selera konsumen dan kemungkinan perubahan dan sebagainya.

2.3 PRODUKSI

Kata produksi sering digunakan dalam istilah membuat sesuatu. Dalam istilah yang lebih luas dan lebih fundamental. Produksi dapat diartikan sebagai berikut:

Produksi adalah pengubahan bahan – bahan dari sumber – sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen, hasil itu dapat berupa barang atau jasa

Penjabaran anggaran penjualan menjadi rencana produksi yang meliputi volume produksi, tingkat persediaan barang. Faktor – faktor yang mempengaruhi rencana produksi adalah:

- Rencana penjualan
- Kapasitas mesin
- Kemampuan sumber daya manusia
- Modal kerja yang dimiliki
- Kapasitas lain yang dimiliki oleh perusahaan

Fungsi anggaran produksi:

1. Menunjang kegiatan perusahaan
2. Menjaga tingkat produksi dan persediaan yang memadai

Langkah – langkah penyusunan anggaran penjualan :

1. Penentuan periode
2. Penentuan tingkat produksi dan persediaan

Tingkat produksi itu sendiri dibagi atas tiga tingkatan yaitu:

- a. Tingkat produksi stabil
- b. Tingkat produksi fluktuatif
- c. Tingkat persediaan moderat