BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Anggaran

Anggaran merupakan rencana yang dinyatakan dalam angka, biasanya disebut juga sebagai rencana keuangan. Suatu anggaran perusahaan adalah suatu rencana yang dirinci mengenai bagaimana dana akan digunakan untuk keperluan perusahaan serta bagaimana memenuhi kebutuhan barang-barang modal dan sebagainya, dan juga bagaimana dana untuk keperluan tersebut dapat diperoleh. Seperti anggaran untuk masing-masing departemen, anggaran perusahaan dapat juga digunakan untuk merumuskan rencana perusahaan dan untuk menjalankan pengendalian atas berbagai departemen.

Anggaran harus dipandang dari perspektif sebenarnya sebagai suatu alat bantu bagi manajemen dalam perencanaan, koordinasi, dan pengendalian. Sebagai suatu rencana, anggaran termasuk proyeksi keuangan yang dipadukan dengan asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu serta hal-hal yang relevan lainnya.

Proses penyusunan serta penggunaannya, anggaran berfungsi sebagai alat koordinasi antar bagian yang mendorong adanya komunikasi dan kesatuan tindakan. Selain itu anggaran berguna dalam tahap penilaian sebagai tolak ukur pelaksanaan rencana perusahaan.

Penyusunan anggaran merupakan suatu alat untuk merealisasikan keinginan perusahaan dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan di masa yang akan datang agar tercapai keinginan tersebut. Penyusunan anggaran merupakan proses pembuatan rencana kerja dalam rangka waktu satu tahun yang dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan kuantitatif orang lain.

Penyusunan anggaran sering diartikan sebagai perencanaan laba. Dalam perencanaan laba, manajemen menyusun rencana operasional yang implikasinya dinyatakan dalam laporan laba rugi jangka panjang dan jangka pendek, neraca kas dan modal kerja yang diproyeksikan di masa yang akan datang.

Anggaran merupakan alat bantu manajemen dalam menyusun perencanaan, koordinasi, dan pengendalian kegiatan perusahaan. Anggaran didefinisikan sebagai berikut : "Suatu rencana tindakan (*Plan of action*) yang dinyatakan secara kuantitatif mengenai apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi perusahaan pada masa datang dalam hubungannya dengan pendapatan, arus kas, posisi keuangan dan rencana-rencana lainnya yang relevan dalam hal-hal tersebut." (Amin Widjaja Tunggal, 1995 : 1)

> Suatu rencana keuangan, bagi pimpnan perusahaan *budget* merupakan sarana keperluan perencanaan, koordinasi, dan pengawasan (*planning, coordinating, and control)* karena perusahaan berusaha memperoleh keuntungan melalui penjualan, baik berupa barang, atau berupa jasa-jasa. (Abas Kartadinata, 1997 : 175)

Sedangkan M. Munandar mengemukakan bahwa:

"Anggaran adalah 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".

Menurut Gunawan Adisaputro dan Marwan mengemukakan bahwa: "Anggaran adalah suatu pendekatan yang formal dan sistematis dari pada pelaksanaan tanggung jawab manajemen didalam perencanaan, koordinasi, dan pengawasan".

Dari pengertian di atas, anggaran dikaitkan dengan fungsi-fungsi dasar manajemen yang meliputi fungsi perencanaan, koordinasi, dan pengawasan. Jadi, bila anggaran dihubungkan dengan fungsi dasar manajemen maka anggaran meliputi fungsi perencanaan, mengarahkan, mengorganisasi dan mengawasi setiap satuan dan bidang-bidang operasional didalam badan usaha.

2.1.2 Fungsi Anggaran

Peranan anggaran pada suatu perusahaan merupakan alat untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan, fungsi perencanaan, koordinasi, pengawasan dan juga sebagai pedoman kerja dalam menjalankan perusahaan untuk tujuan yang telah ditetapkan M. Narafin menjelaskan fungsi anggaran dalam masing-masing bidang tersebut sebagai berikut:

1) Fungsi Perencanaan

   Anggaran merupakan alat perencanaan tertulis yang menuntut pemikiran yang teliti dan akan memberikan gambaran yang lebih nyata dalam unit dan uang.

2) Fungsi Pelaksanaan

Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan secara selaras dalam mencapai tujuan (laba). Jadi anggaran penting untuk menyelaraskan (koordinasi) setiap bagian kegiatan.

3) Fungsi Pengawasan

Anggaran merupakan alat pengawasan (*controlling)*, dengan cara :

a. Membandingkan realisasi dengan cara anggaran.
b. Melakukan tindakan perbaikan apabila dipandangperlu (apabila terdapat penyimpangan yang merugikan). (2000 : 15)

2.1.3 Jenis-jenis Anggaran Pada Perusahaan

Pengelompokkan jenis-jenis anggaran dapat dilakukan dari berbagai sudut pandang. Menurut Smith, Keit, dan Stephen membagi jenis anggaran dari segi jangka waktu yaitu :

1) Anggaran jangka panjang, biasanya berlaku untuk jangka waktu yang lebih dari satu periode akuntansi dan lebih bersifat strategis.
2) Anggaran jangka pendek, yang meliputi satu periode akuntansi dan biasanya lebih menunjukan suatu jumlah kuantitatif yang terperinci.

2.1.4 Aspek dan Manfaat Anggaran

Fungsi pokok manajemen adalah perencanaan, koordinasi, dan pengawasan. Semakin terbatasnya sumber-sumber ekonomi yang dimiliki oleh perusahaan dan semakin kompleksnya masalah perusahaan, memaksa manajer

untuk menggunakan sumber-sumber tersebut secara bijaksana, terarah dan terkendalikan dengan efektif dan efisien. Perencanaan adalah spesifikasi (perumusan) dari tujuan perusahaan yang ingin dicapai serta penentuan cara-cara yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut, jadi perencanaan mengandung aspek :

1) Penentuan tujuan yang akan dicapai
2) Memilih dan menentukan cara yang akan ditempuh dari semua alternatif yang mungkin dipilih.
3) Usaha-usaha atau langkah-langkah yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang dipilih.

Manfaat anggaran yaitu :

a. Anggaran sebagai alat penaksir.
b. Anggaran sebagai "plafon" dan sekaligus alat pengukur.
c. Anggaran sebagai pengukur efisiensi.

(Gunawan dan Marwan, 1992 : 20)

2.1.5 Karakteristik Anggaran

Anggaran memiliki beberapa karakteristik umum, karakteristik anggaran adalah sebagai berikut :

1) Dinyatakan dalam bilangan keuangan dengan rincian yang mungkin bukan dalam bidang keuangan.
2) Biasanya untuk jangka waktu satu tahun.
3) Anggaran dipelajari dan disetujui oleh atasan penanggung jawab anggaran.

4) Secara periodik perbandingan realisasi dengan anggaran dilakukan.

(Amin Widjaja Tunggal, 1995 : 2)

2.2 Anggaran Penjualan

2.2.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Pada umumnya kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menjual hasil produksinya adalah terbatas. Dengan demikian tidak ada perlunya membeli material, menghasilkan barang atau jasa, mencari modal atau membeli mesin-mesin yang lebih besar dari kemampuan menjual sehingga dapat dikatakan bahwa anggaran penjualan merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain, dan pada umumnya anggaran penjualan disusun terlebih dahulu dari anggaran-anggaran lainnya. Anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dalam penentuan proyeksi penjualan dan penghasilan yang realistis dan pendukung utama dalam menyusun rencana anggaran perusahaan. Sebab jika anggaran penjualan tidak realistik seperti "*over confidance"* atau terlalu percaya diri maka sebagian besar dari rencana laba keseluruhan juga akan ikut tidak realistis.

> Anggaran penjualan adalah budget penjualan yang diperlihatkan jumlah satuan-satuan produk yang diperkirakan akan dijual, harga jual per satuan dan jumlah uang yang akan diterima sebagai penghasil penjualan produk tersebut. (Drs. Abas Kartadinata, 1997 : 175)

2.2.2 Tujuan Utama Dari Anggaran Penjualan

Tujuan utama anggaran penjualan bagi perusahaan menurut Welsch, Hilton, dan Gordon yaitu :

1) Untuk mengurangi ketidakpastian mengenai pendapatan masa datang.
2) Menyatukan segala pertimbangan dan keputusan manajemen dalam proses perencanaan.
3) Merupakan alat pengendalian bagi manajemen atas kegiatan penjualan produk perusahaan.

2.2.3 Kegunaan Anggaran Penjualan

Secara umum, semua anggaran termasuk anggaran penjualan mempunyai kegunaan pokok yaitu sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja dan sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam memimpin jalannya perusahaan sedangkan secara khusus, anggaran penjualan berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran-anggaran dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing, anggaran penjualan harus disusun paling awal dari pada semua anggaran yang lain, yang ada dalam perusahaan.

2.2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun anggaran penjualan, secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

1) Faktor-faktor intern yaitu data, informasi, dan pengalaman yanbg terdapat didalam perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain :
    a. Penjualan tahun-tahun yang lalu meliputi baik kuantitatif, harga, waktu maupun tempat penjualannya.
    b. Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan perluasan diwaktu yang akan datang.
    c. Tenaga kerja yang tersedia baik jumlahnya maupun keterampilan dan keahliannya, serta kemungkinan pengembaliannya diwaktu yang akan datang.
2) Faktor-faktor ekstern yaitu data dan pengalaman yang terdapat diluar perusahaan, memiliki pengaruh terhadap anggaran penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa :
    a. Keadaan persaingan dipasar.
    b. Posisi perusahaan dalam persaingan
    c. Tingkat penghasilan masyarakat
    d. Kemajuan teknologi, barang substitusi, selera konsumen dan kemungkinan perubahannya.

2.2.5 Cara Melakukan Penaksiran Anggaran Penjualan

Untuk menyusun anggaran penjualan diperkirakan penaksiran-penaksiran tentang jumlah produk yang diperkirakan akan mampu dijual, dengan waktu serta tempat penjualannya. Cara untuk melakukan penaksiran-penaksiran tersebut dibedakan menjadi 2 yaitu :

1) Bersifat kualitatif, ialah cara penaksiran yang menitik beratkan pada pendapatan seseorang, cara penaksiran ini mempunyai kelemahan yang menonjol, yaitu bahwa pendapatan seseorang seringkali banyak diwarnai oleh hal-hal yang bersifat subjektif daripada yang bersifat objektif.
2) Bersifat kuantitatif, ialah cara penasiran yang menitik beratkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistika.

2.3 Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang atau jasa dengan pembeli. Seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang. Dengan alat penukar yang berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan menjadi mudah dilakukan.

> Penjualan bersih istilah yang digunakan apabila penjualan kotor (*gross sales)* serta potongan-potongan sehubungan dengan pembayaran kontan (*sales discount).* Net sales ini merupakan petunjuk yang riil mengenai volume transaksi penjualan. (George A. Mac Farland, 1985 : 41)

Sedangkan Penjualan Kotor atau Bruto ialah :

"Keseluruhan harga berdasarkan ketentuan (kontrak) dari keseluruhan barang dagangan yang dijual sama satu periode".

2.3.2 Tujuan Penjualan

Bagi perusahaan pada umumnya tujuan penjualan adalah :

1) Mencapai volume penjualan tertentu
2) Mendapatkan laba tertentu
3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.4 Realisasi Anggaran Penjualan

Agar manajemen dapat mengetahui sampai sejauh mana hal-hal yang ditetapkan dalam anggaran telah dilaksanakan, diperlukan laporan yang disusun secara sistematis dan terperinci mengenai realisasi anggaran. Laporan realisasi anggaran digunakan untuk memberikan informasi. Informasi tersebut menekankan hubungan antara informasi dengan manajer yang bertanggung jawab terhadap perencanaan dan realisasinya.

"*Realization* (penyerahan) adalah pengakuan terhadap perolehan pada waktu terjadinya penjualan barang dagangan bagi usaha eceran, atau pada saat penyerahan jasa bagi usaha pelayanan." (Ardiyos, 2001 : 380)

Sedangkan laporan budget adalah :

"Laporan budget (*budget report)* ialah laporan yang sistematis dan terperinci tentang realisasi pelaksanaan budget, beserta analisis dan evaluasinya dari waktu ke waktu selama periode yang akan datang." (M. Munandar, 2001 : 329)

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya realisasi anggaran dapat dijadikan penilaian prestasi kerja suatu perusahaan. Pada saat realisasi anggaran dapat dicapai dari yang dianggarkan maka perusahaan akan mengalami peningkatan dalam pendapatan atau perolehan laba. Laba diperoleh dari penjualan yang telah terealisasikan dalam laporan budget. Laporan budget menunjukkan analisis perbandingan antara angka-angka yang tercantum dalam catatan akuntansi. Analisis perbandingan menunjukkan apakah telah terjadi penyimpangan-penyimpangan antara budget dan pelaksanaannya (realisasi). Apakah penyimpangan-penyimpangan yang terjadi itu bersifat positif (menguntungkan) ataukah bersifat negatif (merugikan).

Penyimpangan yang terjadi dan bersifat positif memiliki kebijakan tindak lanjutnya diarahkan agar positif tersebut dapat terulang kembali pada periode berikutnya. Sebaliknya bilamana penyimpangan-peyimpangan yang bersifat negatif memiliki kebijakan tindak lanjut yang terarah agar yang negatif tidak akan terulang kembali pada periode berikutnya.

Setelah diketahuinya peyimpangan-penytimpangan yang terjadi, dapatlah dinilai (evaluasi) apakah kegiatan pelaksanaan budget dapat dikatakan “berhasil” ataukah “kurang berhasil”. Dari hasil analisis dan evaluasi tersebut, maka pimpinan perusahaan dapat membuat kebijakan sebagai tindak lanjut *(follow up)* untuk menghadapi periode berikutnya. Oleh karena itu, analisis dan evaluasi begitu penting bagi penyusunan kebijakan tindak lanjut untuk menghadapi periode berikutnya, maka laporan budget perlu disusun secara teratur (berkala) dengan selang waktu yang tidak terlalu lama.

2.5 Laba

2.5.1 Pengertian Laba

salah satu sasaran penting bagi organisasi yang berorientasi pada profit oriented yaitu untuk menghasilkan laba. Oleh karena itu, jumlah laba yang dihasilkan dapat dipakai sebagai salah satu alat ukur efektivitas karena laba merupakan keuntungan yang diterima perusahaan karena perusahaan telah melakukan pengorbanan untuk kepentingan pihak lain, maka perusahaan akan memperoleh pendapatan.

Laba menurut ekonomi menganut konsep pemeliharaan modal atau *capital maintenance,* dimana laba diidentifikasikan sebagai perubahan kekayaan bersih diluar transaksi modal dan deviden dalam suatu periode tertentu yaitu dengan cara mengurangi antara jumlah kekayaan bersih (modal) pada awal periode. Sedangkan menurut ilmu akuntansi penilaian laba tidak berdasarkan pada perubahan kekayaan perusahaan diantara dua periode yang berbeda, tetapi lebih mendekati pada konsep biaya yang dikenal dengan konsep laba yang berdasarkan pada prinsip perbandingan biaya terhadap pendapatan *(matching cost against revenue).*

Definisi menurut Supriyono adalah :

> Rugi dan laba adalah hasil dari proses mempertemukan secara wajar antara semua penghasilan dengan semua biaya dalam periode akuntansi yang sama. Apabila semua penghasilan lebih besar dibandingkan semua biaya maka selisihnya adalah laba bersih, akan tetapi apabila semua penghasilan lebih kecil dibandingkan semua biaya maka selisihnya adalah rugi bersih.

Sedangkan definisi biaya Menurut Hansen dan Mowen (2004:40), "kas atau nilai kuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagiorganisasi."

Menurut Supriyono (2000:185), " biaya adalah pengorbanan ekonomis yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa."

Salah satu indikator dari laba perusahaan adalah pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH:

> Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

2.5.2 Jenis-jenis Laba

a. Laba bruto yaitu hasil penjualan dikurangi harga pokok penjualan.
b. Penghasilan usaha bersih yaitu laba bruto dikurangi biaya-biaya usaha.
c. Penghasilan bersih sebelum pajak yaitu penghasilan usaha bersih ditambah dan dikurangi dengan pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya luar biasa.
d. Penghasilan bersih sesudah pajak yaitu penghasilan bersih sebelum pajak dikurangi pajak penghasilan.

" Laba adalah selisih antara penerimaan atau pendapatan total dan jumlah seluruh biaya ". (Soemarso S. R, 2000 : 234)

2.6 Hubungan Realisasi Anggaran Penjualan dengan Laba Perusahaan

Anggaran merupakan rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh rencana kegiatan perusahaan. Anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dalam proyeksi dan penghasilan yang realistis dan pendukung utama dalam menyusun rencana anggaran komprehensif perusahaan. Sebab jika anggaran penjualan bersifat tidak realistis seperti "*over convidence"* atau terlalu percaya diri maka sebagian besar dari rencana laba keseluruhan juga akan ikut tidak realistis.

" Realisasi anggaran penjualan merupakan pelaksanaan nyata mengenai budget yang terperinci tentang penjualan selama periode berlangsung. "(Kusnadi, 2002:54).

Anggaran penjualan yang telah di realisasikan dengan seefektif dan seefisien mungkin akan memciptakan kegiatan operasional yang baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan laba. Sehingga dengan laba yang dihasilkan, perusahaan dapat tetap tumbuh dan dan berkembang mengikuti persaingan dunia usaha. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyadi (2002:68) bahwa :

> Realisasi anggaran dapat dijadikan sebagai kerangka kerja untuk menilai prestasi kerja perusahaan. Inilah berarti bahwa dengan adanya kegiatan penganggaran yang baik dan perencanaan, maka kegiatan operasional perusahaan akan dapat berjalan sesuai dengan harapan jika kegiatan operasional berjalan dengan baik, maka tujuan perusahaan akan tercapai dengan kata lain laba perusahaan mengalami peningkatan.

2.7 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1

Penelitian Sebelumnya

Nomor	Penulis	Judul	Kesimpulan	Perbedaan	Persamaan
1.	Susi Rosdiawati	Kontribusi realisasi anggaran penjualan terhadap realisasi laba kotor di PT.Perkebunan Nusantara VIII (Persero)	Realisasi anggaran penjualan berpengaruh positif terhadap realisasi laba kotor.	Indicator pada laba kotor yaitu penjualan dikurangi biaya produksi.	Menggunakan analisis korelasi pearson
2.	Sri Aminah	Pengaruh realisasi anggaran penjualan jasa telekomunikasi terhadap laba operasi pada PT.Inti (Persero)	Dengan koefisien korelasi dapat diketahui bahwa ternyata hubungan antara realisasi anggaran penjualan dengan laba operasi sangat kuat dan positif	Variabel dependen (y) adalah laba operasi yaitu selisih laba kotor dengan total biaya operasi	Indicator variabel independen sama yaitu total realisasi anggaran penjualan
3.	Saepul hidayat	Pengaruh realisasi anggaran penjualan terhadap laba penjualan peda PT.Kereta Api (Persero) Bandung	Realisasi anggaran penjualan berpengaruh terhadap laba penjualan	Teknik pengumpulan data pada studi pustaka menggunakan Quotasi, paraphrase, dan summary	Indicator dan skala pengumpulan data pada realisasi anggaran penjualan (variabel independen) sama
4.	Mariana Irma	Pengaruh realisasi anggaran penjualan terhadap pencapaian laba perusahaan pada PT. PINDAD (Persero) Bandung	Realisasi anggaran penjualan berpengaruh terhadap pencapaian laba perusahaan	Menggunakan explanatory research	Indikatornya sama, menggunakan statistik parametis yang meliputi : analisis korelasi pearson, regresi sederhana, dan koefisien determinasii.

2.8 Kerangka Pemikiran

Anggaran dikaitkan dengan fungsi-fungsi dasar manajemen yang meliputi fungsi perencanaan, koordinasi dan pengawasan. Jadi bila anggaran dihubungkan dengan fungsi dasar manajemen maka anggaran meliputi fungsi perencanaan, mengarahkan, mengorganisasi dan mengawasi setiap satuan dan bidang-bidang organisasional didalam badan usaha.

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang disusun sistematis dan dinyatakan dalam unit moneter. Lazimnya penyusunan anggaran berdasarkan pengalaman masa lalu dan taksir-taksiran pada masa yang akan datang, maka ini dapat menjadi pedoman kerja bagi setiap bagian dalam perusahaan untuk menjalankan kegiatannya.

Agar anggaran perusahaan berjalan dengan lancar diperlukan perencanaan. Perencanaan didasarkan pada pandangan bahwa kesuksesan masa depan suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan tindakan manajemen yang berkesinambungan. Dilihat dari sasaran umumnya, suatu perusahaan akan lebih sukses bila manajemen mengimplementasikan proses umpan maju kedepan dibandingkan dengan yang tidak. Penjulan juga memerlukan perencanaan dalam mencapai target yang diinginkan.

> Anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan selama periode yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualnya. (Munandar , 2001:49)

Realisasi adalah tindakan yang nyata, adanya pergerakan atau perubahan. Sedangkan pengertian realisasi anggaran penjualan adalah:

"Realisasi anggaran penjualan merupakan pelaksanaan nyata mengenai budget yang terperinci tentang penjualan selama periode berlangsung." (Kusnadi, 2002:54)

Jadi dengan adanya penjualan maka produk yang dihasilkan perusahaan dapat diketahui masyarakat umum dan memberikan citra tersendiri bagi perusahaan. Pada dasarnya setiap perusahaan selalu mempunyai tujuan untuk merealisasikan target yang ingin dicapai melalui penjualan.

Penyusunan anggaran mutlak harus dilakukan dalam sebuah perusahaan, karena anggaran merupakan komponen yang sangat menentukan dalam suatu perusahaan. Apabila perusahaan dapat menyusun anggaran yang efektif maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan laba operasinya.

Pengertian anggaran penjualan itu sendiri adalah anggaran yang menerangkan secara terperinci tentang penjualan perusahaan dimasa yang akan datang dimana didalamnya ada rencana tentang jenis barang, jumlah, harga, waktu serta tempat penjualan barang. Anggaran penjualan perlu dikembangkan dengan teliti agar anggaran-anggaran operasi dan anggaran financial saling mengisi dan saling memantau dalam menyusun rencana anggaran.

"Budget penjualan yang memperlihatkan jumlah satuan-satuan produk yang diperkirakan akan dijual, harga jual per satuan dan jumlah uang yang akan diterima sebagai hasil penjualan produk tersebut." (M. Nafarin, 2004:30)

Anggaran ini ditetapkan oleh tingkat yang diharapkan akan dicapai oleh perusahaan. Melalui perbandingan dengan laba yang terealisasi, nilai-nilai yang tertera dalam anggaran dapat membantu manajemen dalam menemukan hal-hal yang tidak efektif. Anggaran penjualan merupakan satu faktor penting dalam proses perencanaan dan pengendalian keuangan perusahaan terutama dalam hubungannya dengan pencapaian laba.

Laba merupakan topik utama yang sering diperbincangkan dan sekaligus menjadi perhatian manajemen puncak. Hal ini dikarenakan laba merupakan salah satu komponen terpenting dalam menjalankan roda perusahaan dan juga merupakan hidup dan matinya perusahaan, artinya jika suatu perusahaan tidak memiliki laba untuk memenuhi aktivitas perusahaan, maka perusahaan tersebut tidak dapat melaksanakan kegiatannya dengan semestinya, bahkan akan mengalami kehancuran. Dan sebaliknya jika terdapat cukup laba untuk memenuhi aktifitasnya, perusahaan tersebut akan dapat berjalan lancar sebagaimana mestinya.

> Laba adalah naiknya *equity* dari suatu transaksi yang sifatnya insidentil dari bukan kegiatan utama *entity* dan dari transaksi kejadian lainnya yang mempengaruhi entity selama satu periode tertentu kecuali yang berasal dari hasil atau investasi dari pemilik. (Safyan Syafri, 2001:134)

"Laba dapat didefinisikan sebagai peningkatan dalam kesejahteraan. Dalam hal suatu perusahaan, ini dapat di operasionalisasikan sehingga arus kas satuan usaha ditambah perubahan dalam nilai perusahaan tersebut." (Hendrikson, 2000:284)

Sedangkan laba perusahaan adalah :

"Laba perusahaan adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan." (Soemarso, 2004:235)

> Elemen – elemen laporan laba perusahaan merupakan kelompok-kelompok umum dari pos-pos. Elemen-elemen merupakan komponen-komponen dari ekuitas pemegang saham dan dilaporkan untuk periode awal dan akhir. Elemen-elemen laporan yang dimaksud adalah pendapatan dan laba bersih. Pendapatan adalah kenaikan aktiva perusahaan yang berasal dari pengirim-pengirim barang, penyerahan jasa, atau kegiatan-kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan sentral perusahaan. Pada intinya, pendapatan merupakan arus masuk sumber daya yang berasal dari kegiatan-kegiatan usaha perusahaan dan umumnya diakibatkan oleh penyelesaian pertukaran ekonomi. Sedangkan laba bersih adalah perbedaan antara pendapatan dan beban. Jika pendapatan melebihi biaya maka hasilnya adalah laba bersih. Di lain pihak, jika beban melampaui pendapatan, maka yang muncul adalah rugi bersih. Pendapatan akan mendongkrak aktiva perusahaan atau ekuitas pemegang saham, sedangkan beban mengkonsumsi aktiva bersih perusahaan. (Simamora, 2000 : 26)

Beberapa definisi anggaran, realisasi anggaran, penjualan, realisasi anggaran penjualan, dan laba yang dikemukakan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran adalah suatu pedoman dalam memberikan acuan dan saran serta arahan dalam pencapaian target perusahaan yang berorientasi laba, sedangkan laba merupakan suatu hasil dari transaksi perusahaan yang berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

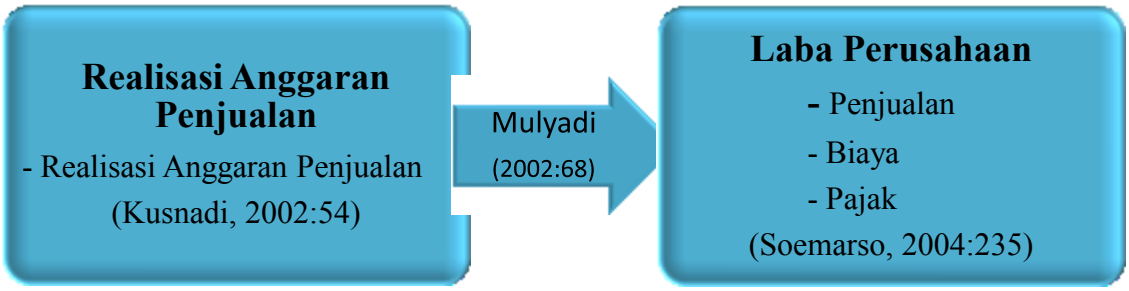
Adanya pengaruh antara realisasi anggatan terhadap laba, yang di nyatakan sebagai berkut :

> Realisasi anggaran dapat dijadikan sebagai kerangka kerja untuk menilai prestasi kerja perusahaan. Inilah berarti bahwa dengan adanya kegiatan penganggaran yang baik dan perencanaan, maka kegiatan operasional perusahaan akan dapat berjalan sesuai dengan harapan jika

kegiatan operasional berjalan dengan baik, maka tujuan perusahaan akan tercapai dengan kata lain laba perusahaan mengalami peningkatan.

(Mulyadi, 2002:68)

Dari uraian diatas, jelas terdapat pengaruh antara realisasi anggaran penjualan terhadap laba perusahaan, yang digambarkan secara skematis sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.9 Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. (Sugiyono, 2004:51)

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas serta dilandasi teori diatas maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara realisasi anggaran penjualan terhadap laba perusahaan pada PT. INTI (Persero) Bandung.