BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Anggaran Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Menurut M. Munandar (2001 : 49), Anggaran Penjualan adalah sebagai berikut :

> Anggaran penjualan adalah *budget* yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya.

Sedangkan menurut Darsono Prawironegoro dan Ari Purwanti (2008 : 15), adalah sebagai berikut :

Anggaran penjualan ialah rencana pendapatan (*revenue*) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih.

Berdasarkan dari kedua definisi diatas, penulis memberikan kesimpulan bahwa anggaran penjualan merupakan sebuah rencana tentang penjualan dan pendapatan yang diharapkan perusahaan pada periode tertentu.

2.1.1.2 Kegunaan Anggaran Penjualan

Adapun kegunaan anggaran penjualan menurut M. Munandar (2001 : 50), mengemukakan bahwa budget penjualan memiliki 3 manfaat yaitu :

1. Sebagai pedoman kerja

   Budget berfungsi sebagai pedoman kerja dan memberikan arah serta sekaligus memberikan target-target yang harus dicapai oleh kegiatan-kegiatan perusahaan diwaktu yang akan datang.

2. Sebagai alat pengkoordinasian kerja

   Budget berfungsi pula sebagai alat untuk pengkoordinasian kerja agar semua bagian-bagian yang terdapat didalam perusahaan dapat saling menunjang, saling bekerja sama dengan baik, untuk menuju ke sasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian, kelancaran jalannya perusahaan akan lebih terjamin.

3. Sebagai alat pengawasan kerja

   Budget berfungsi pula sebagai tolok ukur, sebagai alat pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan perusahaan. Dengan membandingkan antara apa yang tertuang didalam budget dengan apa yang dicapai oleh realisasi kerja perusahaan, dapatlah dinilai apakah perusahaan telah sukses bekerja ataukah kurang sukses bekerja. Dari perbandingan tersebut dapat pula diketahui sebab-sebab penyimpangan antara budget dengan realisasinya, sehingga dapat pula diketahui kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan. Hal ini, akan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan yang sangat berguna untuk menyusun rencana (*budget*) selanjutnya secara lebih matang dan lebih akurat.

2.1.1.3 Pelaksanaan Anggaran penjualan

Dalam pelaksanaan anggaran penjualan tanggung jawab dari manajer bagian penjualan tidak hanya tertuju pada pencapaian sesuai dengan rencana yang telah tercantum dalam anggaran karena hal tersebut hanya mengandung konsep efektivitas dari penjualan.

Adapun konsep efisiensi sebenarnya sama pentingnya, sehingga selain memikirkan bagaimana mencapai apa yang telah dianggarkan, seorang manajer penjualan juga harus memikirkan bagaimana cara menggunakan sumber daya yang tersedia di perusahaan seefisien mungkin dalam rangka pencapaian apa yang telah dianggarkan tadi.

Selain sehubungan dengan fungsi pengendalian maka manajer tingkat atas yang berkepentingan dalam bidang penjualan harus selalu memonitor pelaksanaan anggaran penjualan oleh manajer tingkat bawah. Untuk mengetahui sejauhmana anggaran penjualan tersebut telah dilaksanakan lalu manajer tingkat atas itu mengevaluasi kegiatan penjualan yang telah terjadi yang biasanya dilakukan secara periode apakah perhari, perminggu atau perbulan.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Anggaran Penjualan

Suatu anggaran dapat dikatakan dengan baik jika taksiran-taksiran yang termuat didalamnya cukup akurat. Untuk dapat melaksanakan penaksiran yang akurat, diperlukan berbagai data dan pertimbangan dalam menyusun anggaran penjualan dibedakan menjadi dua kelompok.

Menurut Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto dan Edi Sukarno (2001 : 34), faktor-faktor tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Intern.
    a. Penjualan tahun-tahun yang lalu meliputi kualitas, kuantitas, harga, waktu maupun tempat (daerah) penjualannya.
    b. Kebijaksanaan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan, seperti tentang pemilihan saluran distribusi, pemilihan media-media promosi, cara penetapan harga jual dan sebagainya.
    c. Kepastian produksi yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan perluasannya dimasa yang akan datang.
    d. Tenaga kerja yang tersedia, baik jumlah, keterampilan maupun keahliannya, serta kemungkinan pengembangannya dimasa yang akan datang.
    e. Modal kerja yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan penambahannya dimasa yang akan datang.
    f. Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan perluasannya dimasa yang akan datang.
2. Faktor Ekstern.
    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, terutama akan mempengaruhi perencanaan harga jual dalam anggaran penjualan yang akan disusun.
f. Agama, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat.
g. Berbagai kebijaksanaan pemerintah, baik politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan.
h. Keadaan perekonomian nasional maupun internasional.
i. Kemajuan teknologi, barang-barang subtitusi, selera konsumen dan kemungkinan perubahannya.

2.1.1.5 Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan

Menurut Gunawan Adi Saputro dan Marwan Asri (2000 : 127), mengemukakan bahwa langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menyusun anggaran penjualan yaitu sebagai berikut :

1. Penentuan dasar-dasar anggaran.
   a. Penentuan relevan variabel yang mempengaruhi penjualan.
   b. Penentuan tujuan umum dan khusus yang diinginkan.
   c. Penentuan strategi pemasaran yang dipakai.
2. Penyusunan rencana penjualan.
   a. Melakukan analisa ekonomi, dengan mengadakan proyeksi terhadap aspek-aspek makro dan menilai akibatnya terhadap permintaan.
   b. Melakukan analisa industri, dilakukan untuk mengetahui kemampuan masyarakat menyerap produk atau jasa sejenis yang dihasilkan perusahaan.

c. Melakukan analisa prestasi penjualan yang lalu, yang dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan pada masa lalu, dengan kata lain untuk mengetahui *market share* yang dimiliki perusahaan dimasa lampau.
d. Melakukan analisa penentuan prestasi penjualan yang akan datang, dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan mencapai target penjualan dimasa depan dan memperhatikan faktor-faktor produksi.
e. Menyusun *forecast* penjualan, yaitu meramalkan jumlah penjualan yang diharapkan dengan anggapan segala sesuatu berjalan seperti masa lalu.
f. Menentukan jumlah penjualan yang dianggarkan.
g. Menghitung laba atau rugi yang mungkin diperoleh.
h. Mengkomunikasikan rencana penjualan yang telah disetujui kepada pihak lain yang berkepentingan.

2.1.2 Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur yang penting dalam perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang memuaskan dan diharapkan dengan menggunakan segala sumber yang ada didalam perusahaan seefisien mungkin.

Pendapatan pada dasarnya diperoleh terutama hasil penjualan produk atau jasa. Dengan sendirinya perusahaan yang berhasil menjual produk atau jasanya

dengan semaksimal mungkin akan memperoleh pendapatan yang memuaskan seperti yang diharapkan.

2.1.2.1 Pengertian Pendapatan

Didalam suatu perusahaan, pendapatan merupakan jantung perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pendapatan juga dapat mencerminkan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam melaksanakan operasinya, dimana besar kecilnya pendapatan itu sendiri sebagai tolak ukur.

Konsep pendapatan sulit dirumuskan karena pada umumnya pendapatan dikaitkan dengan prosedur akuntansi tertentu, jenis perubahan nilai tertentu dan diasumsikan untuk menetapkan kapan pendapatan harus dilaporkan. Pengukuran dan penetapan waktu pendapatan merupakan masalah yang menarik dalam akuntansi, tetapi harus didekati dengan perkiraan tertentu.

Ikatan Akuntansi Indonesia (2004 : 23), memberikan pengertian pendapatan sebagai berikut :

> Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari konstribusi penanaman modal.

Sedangkan pengertian pendapatan menurut Haryono Jusuf (2001 : 24), menyatakan bahwa :

Pendapatan adalah aliran penerimaan kas atau harta lain yang diterima dari konsumen sebagai hasil penjualan barang atau pemberian jasa.

Menurut Kusnadi (2001 : 325), mengemukakan pendapatan sebagai berikut :

Pendapatan *(Revenue)* adalah ekspresi moneter dari keseluruhan produk atau jasa-jasa yang ditransferkan oleh perusahaan kepada para konsumennya selama suatu periode.

Dengan demikian, dari pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan kas masuk bruto dari manfaat ekonomi, sebagai aliran penerimaan kas dan kegiatan pokok perusahaan.

2.1.2.2 Pengertian pendapatan Operasi

Pendapatan Operasi, yaitu pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang ada hubungannya langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan tersebut. Pendapatan operasi juga dapat mencerminkan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam melaksanakan operasinya, dimana besar kecilnya pendapatan itu sendiri sebagai tolak ukur. Dalam banyak hal, pendapatan diperoleh pada saat perusahaan menyerahkan barang atau jasa yang telah selesai dikerjakan kepada konsumen.

Adapun pengertian pendapatan operasi menurut M.M. Hanafi dan Abdul Halim (2003 : 16), menyatakan bahwa:

“Pendapatan operasi adalah pendapatan yang dihasilkan oleh kegiatan pokok perusahaan”.

2.1.2.3 Sumber-sumber Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil penjualan barang atau jasa yang diukur berdasarkan jumlah yang dibebankan kepada langganan atau pembeli atas barang dan jasa yang diserahkan kepada mereka.

Pendapatan yang diperoleh perusahaan pada dasarnya dikelompokkan kedalam dua sumber, yaitu :

1. Pendapatan Operasi, yaitu pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang ada hubungannya langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan tersebut. Pendapatan operasi terdiri dari beberapa jenis :
    a. Penjualan (*sales)*, adalah hasil penjualan barang-barang yang menjadi objek usaha pokok perusahaan.
    b. Potongan pembelian tunai (*purchases discount),* adalah potongan yang diperoleh perusahaan dalam melakukan pembelian barang-barang yang merupakan objek usaha pokok perusahaan dengan pembayaran tunai.
    c. Penerimaan tambahan dari pembelian (*purchases allowen),* adalah tambahan barang ekstra yang diterima dari pihak penjual karena perusahaan merupakan melakukan pembelian barang-barang dengan pembayaran tunai atau karena perusahaan membeli barang-barang dalam jumlah besar.
2. Pendapatan Non Operasi, adalah penghasilan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya secara langsung dengan usaha pokok perusahaan tersebut. Beberapa jenis pendapatan non operasi, yaitu:

a. Normal *Revenue Activities*, terdiri dari :

   1) Penghasilan barang.

   2) Penghasilan sewa.

   3) Penghasilan kas dividen.

b. Normal *Revenue Activities*, adalah pendapatan pertukaran atau penjualan yang bukan barang dagangan yang dikenal dengan istilah *Gain*, dimana gain ini merupakan *inflow* dari asset.

2.1.2.4 Pengukuran Pendapatan

Pengukuran pendapatan dapat dilakukan dengan menggunakan nilai tukar dari barang atau jasa tersebut yang telah disetujui oleh kedua belah pihak yang pada akhirnya menentukan berapa besar pendapatan itu sendiri.

Menurut Theodorus M. Tuanakota (2000 : 155) adalah sebagai berikut :

> Cara terbaik untuk mengukur pendapatan (*Revenue)* adalah dengan menggunakan nilai tukar (*Exchange Value)* dari barang atau jasa. Nilai tukar ini merupakan *Cash Equivalent* (Ekuivalen kas) atau *Present Value* (nilai sekarang) dari tagihan yang diharapkan akan diterima dari transaksi pendapatan (*Revenue)* ini, dalam hal ini kebanyakan hal ini adalah harga yang sudah disepakati dengan langganan.

Sedangkan menurut Kusnadi dkk (2001 : 327), apabila tenggang waktu tersebut pendek, maka discount dapat diabaikan berdasarkan tiga alasan sebagai berikut :

1. Pada tingkat discount yang rendah, maka jumlah discount yang diberikan adalah kecil dan tidak akan mempengaruhi total pendapatan secara material.

2. Apabila jumlah bunga tidak material, maka pengelompokannya langsung kedalam pendapatan tidak akan membawa pengaruh yang besar atas total pendapatan dalam periode yang bersangkutan.
3. Pengklasifikasian pendapatan yang timbul karena adanya masa menunggu (bunga) tidak akan berarti banyak dan oleh karena itu dapat dimasukkan kedalam pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk.

Dari pengukuran pendapatan dengan *cash equivalent* atau *present value* dari uang yang diterima, jelas bahwa retur penjualan, potongan-potongan (*trade discount)* dan pengurangan-pengurangan lain dari harga jual yang ditetapkan harus dikurangi dari pendapatan yang dihasilkan sebagai akibat adanya transaksi-transaksi khusus, yang sering menimbulkan keraguan adalah perilaku atas adanya potongan tunai (*cash discount)* dan kerugian-kerugian yang timbul dari tidak tertagihnya suatu piutang.

2.1.3 Hubungan Anggaran Penjualan dengan pendapatan Operasi

Untuk memastikan bahwa perusahaan bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan maka perusahaan melakukan tindakan beberapa proses pengendalian manajemen menjelaskan bagaimana suatu pusdat pertanggungjawaban suatu departemen dalam suatu perusahaan bekerja dengan informasi yang tersedia didalamnya sesuai dengan arah tujuan yang telah ditetapkan tersebut, yang meliputi kegiatan pemograman, penganggaran, operasi dan pengukuran serta analisis.

Seperti kita ketahui bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh pendapatan yang maksimal, maka dari itu perusahaan harus mengadakan suatu

kegiatan salah satunya dengan anggaran penjualan. Anggaran ini diperlukan untuk semua jenis usaha tanpa anggaran suatu perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menjalankan operasinya. Dalam perusahaan keberadaan anggran penjualan sangat diperlukan sebab perusahaan bertujuan mencari pendapatan dari operasinya yang optium. Apalagi jika peruahaan tersebut berada dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang sejenis. Disamping itu berguna sebagai alat koordinasi kegiatan-kegiatan, sehingga tercipta sebuah kondisi yang saling menunjang antar bagian yang mempermudah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun menurut Welsch, Hilton and Gordon (2000 : 147), mengemukakan bahwa :

Rencana penjualan yang menyeluruh memasukkan keputusan manajemen seperti tujuan, dimana tujuan utama rencana penjualan yaitu untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan dimasa yang akan datang.

Anggaran penjualan merupakan unsur penjualan yang sangat penting dalam perusahaan, karena anggaran ini tidak sedikit jumlahnya tetapi mengeluarkan jumlah dalam nominal yang sangat besar. Selain itu juga, anggaran penjualan merupakan suatu rencana secara terperinci mengenai penjualan perusahaan selama periode yang akan datang. Oleh Karena itu, perlu diperhatikan perubahan-perubahan yang ada sangat berhubungan erat dengan kegiatan penjualan, yang nantinya akan diterapkan bahwa penurunan anggaran penjualan akan mengakibatkan peningkatan pendapatan operasi begitu pula sebaliknya.

Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga, dividen, royalti dan sewa. Oleh karena itu, menurut

Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto dan Edi Sukarno (2001 : 22)", menyatakan bahwa :

Anggaran Penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan.

Sedangkan menurut Narumondang Bulan Siregar (2003 : 9), menyatakan bahwa :

Anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dalam penentuan proyeksi penjualan dan penghasilan yang realistis dan pendukung utama dalam menyusun rencana anggaran komprehensip perusahaan.

Oleh karena itu, dengan adanya anggaran penjualan maka suatu perusahaan dapat menggambarkan pendapatan operasi yang akan diterima perusahaan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Semakin besar anggaran penjualan maka semakin besar pula pendapatan operasi yang diterima perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pendapatan operasi perusahaan.

2.1.4 Penelitian Sebelumnya

a) Penelitian yang dilakukan Ahmad Hidayat yang berjudul Hubungan anggaran penjulan dengan laba opersional Pada PT. Perkebuna Nusantara (PERSERO) Penelitian dilakukan pada tahun 2001, metode yang digunakan adalah metode deskriftif dan metode verifikatif. Persamaan

dalam penelitian ini Independen sama yaitu hubungan anggaran penjualan dan perbedaannya Variable (y) adalah laba operasi yaitu selisih laba dengan total biaya operasi hasilnya Anggaran penjualan meningkat 30 % dan terhadap laba operasinal sebesar 35,775.

b) Penelitian yang dilakukan Noviyanti yang berjudul Pengaruh Anggaran Penjualan Terhadap pendapatan Operasi Pada PT. Kereta Api (PERSERO) Penelitian dilakukan pada tahun 2008 metode yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Persamaan dalam penelitian ini Indicator dan skala pengumpulan data pada anggaran penjualan dan pendapatan operasi dan perbedaannya Teknik pengumpulan data menggunakan quotasi, paraphrase, dan summary hasilnya Hasil penelitiannya anggaran penjualan, pendapatan operasi mengalami penurunan pada tahun 2004 sebesar 3.29%. Hal ini terjadi karena adanya faktor persaingan jasa transportasi lain.

c) Penelitian yang dilakukan Siti Aminah yang berjudul Pengaruh Anggaran penjualan Terhadap Efektivits Laba Operasi Pada PT. Samsung Elektronik penelitian dilakukan pada tahun 2005, metode yang digunakan metode yang digunakan adalah metode deskriftif dan metode verifikatif persamaan dalam penelitian ini Menggunakan analisis regresi linier sederhana, perbedaanya Pada variabel (y) efektivitas laba operasi hasilnya Anggaran penjualan Berpengaruh Terhadap efektivitas Laba Operasional sebesar 26%.

Dari penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh para peneliti – peneliti terdahulu menghasilkan kesimpulan, yaitu terdapat pada tabel 2.1

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Ahmad Hidayat	2001	Hubungan anggaran Penjualan Dengan Laba Operasional Pada PT.Perkebunan Nusantara VII (PERSERO)	Independen sama yaitu hubungan anggaran penjualan	Variable (y) adalah laba operasi yaitu selisih laba dengan total biaya operasi	Anggaran penjualan meningkat 30 % dan terhadap laba operasinal sebesar 35,775
2	Noviayanti	2008	Pengaruh Anggaran Penjualan Terhadap pendapatan Operasi Pada PT. Kereta Api (PERSERO)	Indicator dan skala pengumpulan data pada anggaran penjualan dan pendapatan operasi sama	Teknik pengumpulan data mengguna kan quotasi, paraphrase, dan summary	Hasil penelitiannya anggaran penjualan, pendapatan operasi mengalami penurunan pada tahun 2004 sebesar 3.29%. Hal ini terjadi karena adanya faktor persaingan jasa transportasi lain
3	Siti Aminah	2005	Pengaruh Anggaran penjualan Terhadap Efektivits Laba Operasi Pada PT. Samsung Elektronik	Mengguna kan analisis regresi linier sederhana	Pada variabel (y) efektivitas laba operasi	Anggaran penjualan Berpengaruh Terhadap efektivitas Laba Operasional sebesar 26%

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2 .2.1 Kerangka Pemikiran

Perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatannya mengarah pada pencapaian tujuan yang hendak dicapai, oleh karenanya dalam melaksanakan seluruh aktivitasnya harus selalu disesuaikan dengan rencana dan anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam meningkatkan kemampuan untuk mengefektifkan pendapatan operasi perusahaan adalah dengan cara mengendalikan pendapatan operasi melalui penyusunan anggaran penjualan perusahaan.

Menurut M. Munandar (2001 : 49) pengertian Anggaran Penjualan adalah sebagai berikut :

> Anggaran penjualan adalah *budget* yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya.

Oleh karena itu, anggaran penjualan membantu manajemen dalam menetapkan sasaran yang hendak dicapai agar operasi yang sebenarnya sesuai dengan rencana yang ditetapkan sebelumnya. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka perusahaan harus memiliki aktivitas pengendalian yang memadai. Aktivitas pengendalian itu dimulai dari penerimaan pesanan sampai dengan penerimaan kas dibuat. Pengendalian intern ini diharapkan dapat membantu usaha perusahaan dalam mencapai kelengkapan pendapatan yang diterima, dalam arti bahwa pendapatan yang diterima sesuai dengan jumlah yang seharusnya diterima pada periode akuntansi. Untuk mendapatkan pendapatan yang maksimal guna kelangsungan hidup perusahaan, maka jumlah produksi harus ditingkatkan diikuti

dengan peningkatan jumlah penjualan sedangkan biaya yang dikeluarkan harus dapat dikendalikan seminimal mungkin sampai batas tertentu.

Ikatan Akuntansi Indonesia (2004 : 23) memberikan pengertian pendapatan sebagai berikut :

> Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari konstribusi penanaman modal.

Adapun pengertian pendapatan operasi menurut M.M.Hanafi dan Abdul Halim (2003:16) adalah sebagai berikut :

Pendapatan operasi yaitu pendapatan yang dihasilkan oleh kegiatan pokok perusahaan.

Dengan adanya pendapatan yang berasal dari kegiatan operasi yang disebut dengan pendapatan operasi, perusahaan berusaha untuk mencapai tujuan pokoknya yaitu meningkatkan nilai perusahaan atau meningkatkan nilai saham. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan haruslah ditingkatkan seoptimal mungkin. Hal ini dilakukan untuk menciptakan laba, untuk mendukung hal tersebut maka kinerja dalam perusahaan harus ditingkatkan sebagai salah satu penunjang dalam peningkatan aset.

Penghasilan (*income*) berdasarkan Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan (PSAK No. 23, IAI, 2004 : 23.1) meliputi baik pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gain*). Selain itu, pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga, dividen, royalti dan sewa

Oleh karena itu, terdapat teori menurut Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto dan Edi Sukarno (2001 : 22), menyatakan bahwa :

Anggaran penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan.

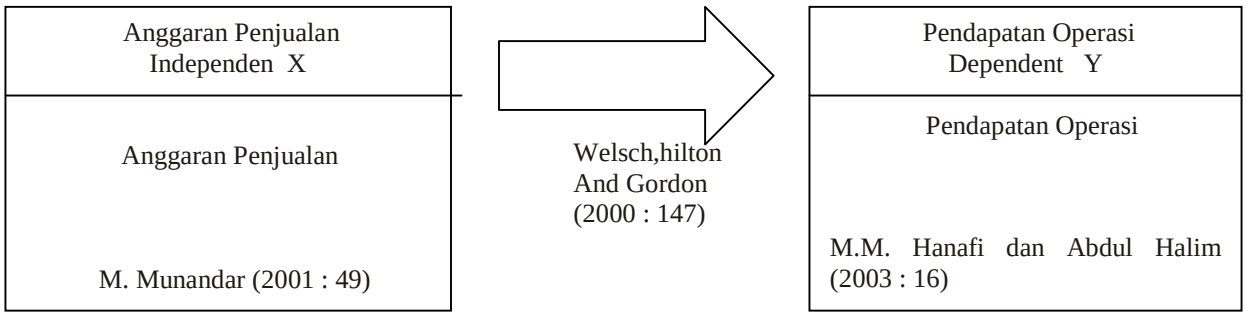
Sedangkan menurut Narumondang Bulan Siregar (2003 : 9), menyatakan bahwa :

Anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dalam penentuan proyeksi penjualan dan penghasilan yang realistis dan pendukung utama dalam menyusun rencana anggaran komprehensip perusahaan.

Adapun menurut Welsch, Hilton and Gordon (2000 : 147), mengemukakan bahwa :

Rencana penjualan yang menyeluruh memasukkan keputusan manajemen seperti tujuan, dimana tujuan utama rencana penjualan yaitu untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dibuat suatu bagan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian Anggaran Penjualan dan Pendapatan Operasi

2.1.2 Hipotesis

Berdasarkan pemikiran tersebut diatas, akhirnya penulis mengajukan hipotesis yang merupakan kesimpulan sementara dari penelitian ini sebagai berikut : **”Ada Hubungan antara Anggaran Penjualan dengan pendapatan Operasi”**.