

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Anggaran

2.1.1 Pengertian Anggaran

Di dalam pelaksanaan fungsi-fungsinya, terutama fungsi perencanaan dan pengendalian, suatu manajemen memerlukan alat bantu. Demikian halnya juga dengan perusahaan yang mempunyai masalah yang kompleks. Manajemen sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap permasalahan yang ada dalam perusahaan memerlukan alat bantu yaitu berupa anggaran.

Anggaran merupakan suatu pernyataan kuantitatif tentang rencana tindakan dan alat bantu untuk koordinasi dan implementasi. Banyak sekali pengertian anggaran yang telah dikemukakan oleh para ahli. Diantaranya pengertian anggaran yang dikemukakan oleh Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri (2003 : 6), mereka memberikan pengertian anggaran sebagai berikut :

“Anggaran adalah suatu pendekatan yang formal dan sistematis daripada pelaksanaan tanggung jawab manajemen didalam perencanaan, koordinasi dan pengawasan.”

Seperti juga pengertian anggaran yang telah dikemukakan oleh Ellen Christina dkk (2001 : 1) yaitu :

“Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk angka dan dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa yang akan datang.”

Melihat dari beberapa pengertian anggaran yang telah disebutkan diatas, maka dapat diambil inti-intinya yang bisa dijadikan sebagai karakteristik dari anggaran itu sendiri, yaitu :

1. Rencana, merupakan penentuan awal yang disusun secara sistematis dari aktifitas yang akan dilaksanakan diwaktu yang akan datang.
2. Harus mencakup/meliputi semua kegiatan yang akan dilakukan oleh semua bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan.
3. Harus dinyatakan dalam unit satuan moneter. Di Indonesia yang berlaku umum adalah rupiah.
4. Jangka waktu anggaran yang berlaku untuk masa yang akan datang.
5. Anggaran juga berisi komitmen atau kesanggupan manajemen, yang berarti bahwa para manajemen setuju untuk menerima tanggung jawab untuk mencapai sasaran yang ditetapkan dalam anggaran.
6. Secara berkala, kinerja keuangan sesungguhnya dibandingkan dengan anggaran dan selisihnya dianalisis dan dijelaskan.

Maka dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan suatu rencana dari suatu perusahaan yang disusun sedemikian rupa dan sistematis yang dinyatakan secara kuantitatif dalam satuan uang atau unit moneter yang berlaku untuk jangka waktu tertentu dimasa yang akan datang.

2.1.2 Jenis-jenis Anggaran

Ada beberapa jenis anggaran yang dikenal dalam dunia usaha, diantaranya yang dijabarkan oleh Ellen Christina dkk (2001 : 12) yaitu :

1. Berdasarkan ruang lingkupnya/intensitas penyusunannya, anggaran dibedakan menjadi :
 - Anggaran Parsial
Yaitu anggaran yang ruang lingkupnya terbatas, misalnya anggaran untuk bidang produksi atau bidang keuangan saja.
 - Anggaran Komperhensif
Yaitu anggaran dengan ruang lingkup menyeluruh, karena jenis kegiatannya meliputi seluruh aktifitas perusahaan di bidang marketing, produksi, keuangan, personalia dan administrasi.
2. Berdasarkan fleksibilitasnya, anggaran dibedakan menjadi :
 - Anggaran Tetap (*Fixed Budget*)
Yaitu anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu dengan volume yang sudah tertentu dan berdasarkan volume tersebut disusun rencana mengenai *revenue*, *cost* dan *enxpense*.
 - Anggaran Kontinyu (*Continuous Budget*)
Yaitu anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu, dengan volume tertentu dan berdasarkan volume tersebut diperkirakan besarnya *revenue*, *cost*, dan *expense*, namun secara periodik dilakukan penilaian kembali.
3. Berdasarkan periode waktu, anggaran dibedakan menjadi :
 - Anggaran jangka pendek (1 tahun)
 - Anggaran jangka panjang (lebih dari 1 tahun)

Sedangkan tipe-tipe anggaran (dalam Mulyani Pusparini 2004 : 14) adalah sebagai berikut :

A. Anggaran Biaya (*Expense Budget*)

1. “*Engineered Cost Budget*” , yaitu untuk *responsibility centers* yang keluarannya bisa diukur. Adapun karakteristiknya adalah :
 - Dimaksudkan untuk mengukur efisiensi.
 - Manajemen Operasi menerima tanggung jawab penuh untuk mencapai sasaran yang dianggarkan.
2. “*Discretionary Cost Budget*” , yaitu untuk *responsibility centers* yang keluarannya tidak bisa diukur. Adapun karakteristiknya adalah :

- Tidak dimaksudkan untuk mengukur efisiensi.
- Mereka yang bertanggung jawab tidak boleh melakukan pengeluaran melebihi apa yang sudah dianggarkan tanpa persetujuan.

B. Anggaran Pendapatan (*Revenue Budget*)

Anggaran pendapatan terdiri dari proyeksi penjualan dan harga jual yang diharapkan. Karakteristik dari anggaran pendapatan adalah :

- Dimaksudkan untuk mengukur keefektifan dalam pemasaran
- Karena adanya faktor ketidakpastian di pasaran, maka manajer pemasaran memiliki tanggung jawab yang kurang dibanding dengan anggaran biaya (*cost budget*).

C. Anggaran Laba (*Profit Budget*)

Anggaran laba merupakan rencana laba tahunan. Anggaran laba terdiri dari proyeksi keadaan keuangan untuk tahun mendatang dengan skedul-skedul perhitungan yang mendukungnya. Suatu anggaran laba juga disebut dengan anggaran induk (*Master budget*).

Karakteristik dari anggaran laba adalah :

- Mengukur prestasi kerja
- Memberikan tanggung jawab kepada manajer pusat laba

2.1.3 Karakteristik Anggaran yang Baik

Pada umumnya apabila kita akan memutuskan untuk menilai sesuatu yang telah baik atau belum, maka harus mempunyai standar penilaian. Begitu pula apabila kita ingin menilai suatu anggaran maka harus mengetahui karakteristik

anggaran yang baik, maka anggaran yang baik memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

1. Anggaran harus disusun berdasarkan program
2. Anggaran harus disusun berdasarkan karakteristik pusat pertanggungjawaban yang dibentuk dalam organisasi perusahaan
3. Anggaran harus berfungsi sebagai alat perencanaan dan alat pengendalian
4. Adanya partisipasi para manajer dalam proses penyusunan anggaran
5. Adanya organisasi anggaran
6. Adanya penggunaan informasi akuntansi sebagai pengirim peran dalam proses penyusunan anggaran dan sebagai pengukur kinerja manajer dalam pelaksanaan anggaran

2.1.4 Tujuan Penyusunan Anggaran

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Ellen Christina dkk (2001 : 4) yang menjelaskan bahwa anggaran mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menyatakan harapan/sasaran perusahaan secara jelas dan formal, sehingga bisa menghindari kerancuan dan memberikan arah terhadap apa yang hendak dicapai manajemen.
2. Untuk mengkomunikasikan harapan manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran dimengerti, didukung dan dilaksanakan.
3. Untuk menyediakan rencana terinci mengenai aktifitas dengan maksud mengurangi ketidakpastian dan memberikan pengarahan yang jelas bagi individu dan kelompok dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.
4. Untuk mengkoordinasikan cara/metode yang akan ditempuh dalam rangka memaksimalkan sumber daya.
5. Untuk menyediakan alat pengukur dan mengendalikan kinerja individu dan kelompok, serta menyediakan informasi yang mendasari perlu tidaknya tindakan koreksi.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan anggaran dalam suatu perusahaan adalah untuk menyediakan dan mengkoordinasikan metode yang terperinci agar dapat dijalankan sehingga semua sumber daya dapat digunakan secara maksimal. Anggaran juga bertujuan untuk dapat menghadapi ketidakpastian yang mungkin terjadi dalam perusahaan. Salah satu tujuan yang paling utama dalam penyusunan anggaran di perusahaan antara lain dapat

memberikan arah kepada manager tentang tujuan perusahaan serta untuk mengkomunikasikan kepada semua pihak yang bersangkutan.

2.1.5 Manfaat dan Fungsi Anggaran

Anggaran sebagai alat manajemen untuk keperluan perencanaan dan pengawasan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perkembangan ini diukur dari segi manfaat yang ingin diperoleh dari pelaksanaan anggaran tersebut. Program anggaran yang bagaimanapun bentuknya akan bermanfaat bagi setiap perusahaan, terlepas dari bentuk dan keridakpastiannya. Berikut ini manfaat anggaran yang telah dikemukakan oleh Ellen Christina dkk (2001 : 2) :

1. Adanya perencanaan terpadu
2. Sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan perusahaan
3. Sebagai alat pengkoordinasian kerja
4. Sebagai alat pengawasan kerja
5. Sebagai alat evaluasi kegiatan perusahaan

Setiap usaha akan lebih berhasil apabila ditunjang oleh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang terarah dan dibantu oleh perencanaan-perencanaan yang matang. Begitu pula halnya dengan perusahaan, perusahaan yang berkecenderungan memandang kedepan, akan selalu memikirkan apa yang mungkin dilakukannya pada masa yang akan datang. Sehingga dalam pelaksanaannya, perusahaan-perusahaan ini tinggal berpegangan pada semua rencana yang telah disusun sebelumnya.

2.1.6 Keterbatasan Anggaran

Disamping banyak manfaat yang diperoleh dengan menyusun anggaran, namun suatu anggaran juga memiliki beberapa keterbatasan yaitu :

1. Perencanaan dan anggaran didasarkan pada estimasi atau proyeksi yang ketepatannya tergantung pada kemampuan estimator atau proyektor. Ketidaktepatan estimasi mengakibatkan manfaat perencanaan tidak dapat dicapai.
2. Perencanaan dan anggaran didasarkan pada kondisi dan asumsi tertentu, jika kondisi dan asumsi yang mendasari berubah maka perencanaan dan anggaran harus dikoreksi.
3. Anggaran berfungsi sebagai alat manajemen hanya jika semua pihak, terutama para manajer, terus bekerjasama secara terkoordinasi dan berusaha mencapai tujuan.
4. Perencanaan dan anggaran tidak dapat menggantikan fungsi manajemen dan “judgement” manajemen.

Seperti juga dengan keterbatasan anggaran yang dikemukakan oleh Ellen Christina dkk (2001 : 19) dalam bukunya yaitu :

1. Dalam menyusun anggaran, penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Sering kali keadaan yang digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran mengalami perkembangan yang jauh berbeda daripada yang direncanakan. Hal ini berarti diperlukan pemikiran untuk penyesuaian . Kemungkinan ini menghendaki agar anggaran disesuaikan secara berkesinambungan dengan kondisi yang berubah-ubah agar data dan informasi yang diperoleh akurat.
3. Karena penyusunan anggaran melibatkan banyak pihak, maka secara potensial dapat menimbulkan persoalan-persoalan hubungan kerja yang dapat menghambat proses pelaksanaan anggaran.
4. Penganggaran tidak dapat terlepas dari penilaian subyektif pembuat kebijakan terutama pada saat data dan informasi tidak lengkap atau tidak cukup.

2.1.7 Penyusunan Anggaran

Wewenang dan tanggung jawab dalam penyusunan anggaran pada dasarnya berada ditangan pimpinan tertinggi perusahaan. Hal ini disebabkan pimpinan tertinggi perusahaanlah yang paling berwenang dan bertanggung jawab

atas seluruh kegiatan perusahaan. Namun demikian, tugas menyiapkan dan menyusun anggaran dapat didelegasikan kepada bagian dalam perusahaan sesuai struktur organisasi perusahaan, menurut Munandar (dalam Mulyani Pusparini 2004 : 19) menjelaskan bahwa pada garis besarnya tugas mempersiapkan dan menyusun budget ini dapat didelegasikan kepada :

1. Bagian Administrasi, bagi perusahaan yang kecil. Hal ini disebabkan karena bagi perusahaan yang kecil, kegiatan-kegiatan perusahaan tidak terlalu kompleks, sederhana, dengan ruang lingkup yang terbatas, sehingga tugas penyusunan budget dapat diserahkan kepada salah satu bagian saja dari perusahaan yang bersangkutan, dan tidak perlu banyak melibatkan secara aktif seluruh bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan.
2. Panitia Budget, bagi perusahaan yang besar. Hal ini disebabkan karena bagi perusahaan besar, kegiatan-kegiatan perusahaan cukup kompleks, beraneka ragam dengan ruang lingkup yang cukup luas, sehingga bagian administrasi tidak mungkin dan tidak mampu lagi untuk menyusun budget sendiri tanpa partisipasi secara aktif bagian-bagian lain dalam perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa penyusunan anggaran harus berdasarkan kesepakatan dari semua pihak karena anggaran yang disusun itu melibatkan semua komponen yang ada di perusahaan sehingga semua pihak yang terkait harus dapat mengetahui sasaran yang akan dicapai oleh perusahaan.

2.1.8 Laporan Realisasi Anggaran

Laporan realisasi anggaran merupakan hal yang sangat penting dalam pengendalian suatu perusahaan. Untuk mengevaluasi hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan yang berdasarkan rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Pihak manajemen perusahaan memerlukan informasi dalam bentuk laporan realisasi anggaran. Fungsi manajemen dapat dijalankan dengan membandingkan anggaran dengan realisasinya.

Realisasi anggaran dapat diperoleh dari suatu sistem informasi akuntansi dalam bentuk laporan realisasi anggaran yang dibuat secara periodik. Laporan realisasi anggaran selanjutnya disebarluaskan kepada manajer untuk dievaluasi dan dianalisa terhadap hasil pelaksanaan tersebut. Hasil evaluasi dan analisa tersebut merupakan dasar bagi pengambilan keputusan manajemen. Agar laporan realisasi anggaran periodik tersebut dapat berfungsi secara efektif (dalam Herawati 2003 : 22), maka diperlukan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Penggunaan Konsep Pertanggungjawaban

Konsep pertanggungjawaban perlu diterapkan untuk mengidentifikasi pihak-pihak yang bertanggung jawab atas hasil pertanggungjawaban anggaran. Untuk memudahkan proses pengendalian diperlukan adanya suatu sistem organisasi yang secara jelas menggambarkan adanya suatu pusat pertanggungjawaban. Dengan demikian setiap pusat pertanggungjawaban bertanggung jawab atas hasil yang diperoleh.

2. Penggunaan Konsep “*Management by exception principle*”

Konsep ini mempunyai arti mempersiapkan suatu laporan pelaksanaan dengan isi dan bentuk penyajian yang berguna bagi pengambilan keputusan manajemen. Agar laporan dapat berfungsi secara efektif maka laporan tersebut disusun dalam bentuk yang diinginkan oleh pimpinan perusahaan.

3. Mencerminkan Unsur Komperatif

Disini mempunyai fungsi untuk melihat adanya penyimpangan yang mungkin terjadi. Untuk itu perlu dilakukan bentuk penyajian yang memungkinkan melihat dengan mudah bila ada penyimpangan.

Penyimpangan itu sendiri dilihat dari selisih antara anggaran dengan realisasi.

4. Tepat Waktu

Laporan pelaksanaan harus dilaporkan tepat pada waktunya karena apabila tidak, maka laporan tersebut tidak akan ada manfaatnya bagi pengambilan keputusan manajemen. Karena laporan tersebut mencerminkan kondisi historis mengenai perusahaan yang sebenarnya.

5. Dapat Dimengerti oleh Pemakainya

Laporan pelaksanaan harus dapat dimengerti oleh pemakainya, karena apabila tidak, maka laporan tersebut tidak akan ada artinya. Dalam laporan tersebut digambarkan kondisi perusahaan sehingga diharapkan para pemakai laporan tersebut memiliki pengertian atas aktifitas yang terjadi dalam perusahaan.

2.2 Anggaran Penjualan

2.2.1 Pengertian Penjualan

Kegiatan ekonomi secara sederhana dapat dibagi menjadi tiga bagian kegiatan (dalam Wiwin Nurhasanah 2002 : 10), yaitu :

1. Produksi, yaitu segala usaha yang diarahkan untuk menciptakan atau mempertinggi kegunaan suatu barang sehingga mampu memenuhi kebutuhan manusia.
2. Distribusi artinya penyaluran barang dari suatu tempat ke tempat lainnya atau dari produsen kepada konsumen untuk dimanfaatkan.

3. Konsumsi adalah kegiatan untuk menghabiskan atau mengurangi nilai barang dan jasa.

Dari ketiga kegiatan tersebut diatas yang sangat erat kaitannya dengan penelitian ini adalah kegiatan distribusi, karena kegiatan distribusi sama dengan kegiatan marketing, (dalam Wiwin Nurhasanah 2002 : 10) bahwa :

“Marketing menggerakkan barang-barang dari suatu tempat ke tempat lain, menyimpan dan kemudian menimbulkan perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Marketing juga telah didefinisikan sebagai usaha pembelian dan penjualan dan ia mencakup aktivitas-aktivitas komersial yang berhubungan dengan arus barang-barang dan jasa-jasa antara para produksi dengan para konsumen.”

Sehubungan dengan definisi diatas maka jelas bahwa dalam marketing terdapat beberapa aktivitas yang diantaranya ialah aktivitas penjualan. Aktivitas penjualan ini memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan, karena berhasil tidaknya suatu usaha tergantung pada berhasil tidaknya fungsi penjualan tersebut dilaksanakan. Mengenai penjualan Winardi juga memberikan definisinya sebagai berikut “Penjualan adalah kegiatan yang berhubungan dengan rencana-rencana serta taktik, guna berusaha agar pembeli bersedia menukarkan uangnya dengan barang-barang dan jasa-jasa.”

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan penjualan merupakan bagian penting dari marketing, dan penjualan dikatakan berhasil bila penjual dapat mempengaruhi orang-orang (konsumen) agar mereka mau membeli barang-barang yang ditawarkan.

2.2.2 Pengertian Anggaran Penjualan

Pengertian anggaran penjualan yang dikemukakan yang dikemukakan oleh Hansen and Mowen (2006 : 355) dalam buku akuntansi manajemennya yaitu Budget Penjualan (Sales Budget) ialah proyeksi yang memuat prakiraan penjualan dalam unit dan dolar yang telah disetujui oleh komite anggaran.

Welsch et.al juga mengemukakan tentang pengertian anggaran penjualan, yaitu :

Proses perencanaan penjualan adalah bagian penting dari perencanaan dan pengendalian laba karena (a) menyediakan dasar bagi keputusan manajemen tentang pemasaran, dan (b) berdasarkan keputusan tersebut, merupakan pendekatan terorganisir untuk pembuatan rencana penjualan yang menyeluruh.

Pada dasarnya anggaran penjualan mempunyai fungsi pokok yang sama dengan semua jenis anggaran lain, yaitu sebagai alat pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja dan sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam melaksanakan tugasnya. Namun secara khusus, anggaran penjualan digunakan sebagai dasar penyusunan semua anggaran dalam perusahaan, oleh sebab itu anggaran penjualan biasanya disusun paling awal dari anggaran-anggaran lain dalam perusahaan.

Jadi, yang dimaksud dengan anggaran penjualan adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis dan terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang meliputi rencana tentang jenis, jumlah, dan harga serta tempat penjualan.

2.2.3 Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan

Butuh waktu dan usaha yang harus dikerahkan oleh perusahaan dalam penyusunan anggaran penjualan yang cermat, karena anggaran itu merupakan kunci bagi seluruh proses penganggaran. Anggaran penjualan juga menjadi sangat penting karena pada akhirnya anggaran penjualan akan dapat menentukan berapa laba yang ingin dicapai oleh perusahaan, dimana laba biasanya akan dijadikan salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan dan terutama manajemen dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.

Welsch et.al. (2000 : 147) mengemukakan tentang tujuan utama rencana penjualan adalah :

- Untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan di masa datang.
- Untuk memasukkan kebijakan dan keputusan manajemen ke dalam proses perencanaan (misalnya dalam rencana pemasaran).
- Untuk memberikan informasi penting bagi pembentukan elemen lain dari rencana laba yang menyeluruh.
- Untuk memudahkan pengendalian manajemen atas kegiatan penjualan yang dilakukan.

2.2.4 Faktor-faktor yang Dilihat dalam Menyusun Anggaran Penjualan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2001 :148) dalam menyusun anggaran penjualan kita harus melihat :

1. Tujuan perusahaan secara umum, karena penjualan merupakan penjabaran dari tujuan perusahaan.
2. Skala Perusahaan
Sampai dimana jangkauan pasarnya misalnya apakah internasional, regional, lokal, besar kecilnya perusahaan.
3. Kemampuan Kapasitas Produksi
Sejauh mana kemampuan kapasitas produksi dalam memproduksi barang yang akan dijual. Dalam hal ini maka harus dilihat kapan produksi dapat dimulai.
4. Kemampuan Personil

Kita harus melihat kemampuan personil bidang ini, jangan sampai kondisinya tidak memungkinkan mencapai budget yang dibuat. Bila dianggap kurang harus dibuat budget pertambahan tenaga kerja penjualan.

5. Sifat atau Gaya Manajemen

Ada manajemen yang profesional, non professional, ada yang agresif, defensive, kreatif atau sebaliknya. Sifat dan gaya ini tentu mempengaruhi angka budget yang akan dicapai. Kemudian kita juga dapat melihat sejauh mana sistem manajemen berjalan dalam perusahaan itu.

6. Horison Waktu

Budget penjualan yang dibuat apakah dalam jangka panjang atau jangka pendek.

7. Analisis Ekonomi

Keadaan ekonomi dimana budget itu ditargetkan harus diperhatikan. Keadaan ekonomi yang baik tentu akan menghasilkan budget yang lebih besar dibandingkan dengan keadaan ekonomi yang depresi atau menurun.

8. Stuktur Organisasi

Harus dilihat sejauh mana efektifitas pemisah wewenang dan tanggung jawab dalam bagian-bagian yang terlibat dalam bidang penjualan ini.

2.2.5 Realisasi Anggaran Penjualan

Realisasi anggaran penjualan adalah hasil yang sebenarnya telah diperoleh oleh perusahaan dalam menjual produk-produknya dalam suatu periode tertentu. Realisasi anggaran ini selanjutnya akan dibandingkan dengan anggaran penjualan yang telah dibuat sebelumnya. Kemudian hasil realisasi inilah yang akhirnya akan menentukan apakah perusahaan telah berhasil dalam aktifitas penjualannya atau tidak. Realisasi anggaran penjualan pula yang akan berpengaruh besar dalam perolehan laba.

2.3 Biaya Operasional

Biaya bukanlah satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan oleh manajemen dalam melaksanakan fungsinya, meskipun demikian dalam penelitian ini biaya merupakan indikasi utama yang dipertimbangkan. Dalam akuntansi

keuangan, istilah biaya didefinisikan sebagai pengorbanan yang dibuat untuk memperoleh barang dan jasa. Sedangkan biaya operasional adalah biaya yang menjadi tanggungan perusahaan dan berhubungan erat dengan usaha pokok perusahaan. Biaya operasional dapat digolongkan menjadi :

1. Biaya manufaktur, terdiri dari tiga unsur biaya, yaitu :

- Biaya bahan langsung adalah semua biaya yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produksi.
- Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya karyawan yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.
- Biaya overhead pabrik adalah biaya dari bahan tidak langsung dan semua biaya produksi lainnya yang tidak dibebankan langsung pada suatu produk.

2. Biaya komersial dibagi menjadi dua, yaitu:

- Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan dimana biaya tersebut timbul pada saat proses produksi diselesaikan dan barang sudah dalam kondisi siap untuk dijual.
- Biaya administrasi, adalah biaya yang dikeluarkan dalam mengatur dan mengendalikan organisasi, meliputi biaya dalam rangka penentuan kebijaksanaan perencanaan, pengarahan dan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

2.4 Laba

2.4.1 Pengertian Laba

Pengertian laba adalah perbedaan antara pendapatan total suatu usaha atau penerimaan penjualan dengan jumlah biaya produksi, biaya operasi, dan pajak.”

Beberapa faktor yang menentukan laba diantaranya adalah kemampuan mengendalikan biaya produksi dan kemampuan manajemen dalam menetapkan suatu harga jual. Jika pengambil keputusan tidak mampu menetapkan suatu harga jual secara konsisten, perusahaan tidak akan mencapai tujuan memperoleh laba operasi atau persentase laba operasi dari penjualan yang diharapkan.

Dari beberapa uraian dan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan penghasilan atas biaya-biaya dalam suatu perusahaan industri yaitu selisih antara hasil penjualan bersih dengan harga pokok penjualan dan biaya operasi. Oleh karena itu dibawah sistem perekonomian yang bebas dan dalam ruang lingkup tujuan-tujuan sosial dari perusahaan, diharapkan pihak manajemen dapat menciptakan laba yang maksimal. Suatu perusahaan dapat mengharapkan mencapai laba yang optimal atas modal yang diinvestasikan selama jangka waktu tertentu.

2.4.2 Jenis-jenis Laba

Ada beberapa jenis laba yang biasa digunakan dalam bidang akuntansi, (Soemarso 2000 : 252) diantaranya ialah :

1. Laba Kotor

Laba kotor merupakan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Oleh karena itu laba kotor merupakan nilai lebih yang diperoleh perusahaan atas hasil penjualan yang diterima dari harga pokok barang yang dijual. Dengan meningkatnya penjualan ataupun menurunnya biaya produksi, maka pencapaian laba kotor akan maksimal.

2. Laba Operasi

Laba operasi atau laba usaha merupakan selisih antara laba bruto dan biaya usaha atau laba yang diperoleh semata-mata dari kerugian utama perusahaan.

3. Laba Bersih

Laba bersih (net income) adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian. Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Laba bersih dibedakan atas :

- Laba bersih sebelum pajak yaitu selisih lebih pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian yang merupakan kenaikan bersih atas modal, sebelum dikurangi beban pajak.
- Laba bersih setelah pajak yaitu selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang dibebankan yang merupakan kenaikan bersih atas modal, setelah dikurangi beban pajak.

4. Laba Ditahan

Laba ditahan merupakan jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba (*income distribution*) yang dilakukan.

2.4.3 Komponen Laba

Menurut Alfonsus Sirait (dalam Wiwin Nurhasanah 2002 : 19) komponen laba terbagi menjadi empat bagian, yaitu :

1. Pendapatan

Adalah arus kas masuk atau penambahan lain atas aktiva suatu entitas atau penyelesaian kewajiban yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

2. Beban

Adalah arus keluar atau pemakaian lain aktiva atau terjadinya kewajiban yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

3. Keuntungan

Adalah kenaikan ekuitas bersih yang berasal dari transaksi peripheral atau insidental pada suatu entitas dari transaksi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi pemilik.

4. Kerugian

Adalah penurunan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi peripheral atau insidental pada suatu entitas dari transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari beban atau distribusi kepada pemilik.

2.4.4 Tujuan Laba

Tujuan pelaporan laba menurut Alfonsus Sirait (dalam Wiwin Nurhasanah 2002 : 21) mempunyai dua tujuan, yaitu :

- Tujuan Utama
Adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi mereka yang berkepentingan dengan laporan keuangan. Bertujuan memberikan pertanggungjawaban kepada para pemegang saham, untuk keperluan pajak, untuk emisi saham di bursa saham, dan permohonan kredit kepada bank atau lembaga keuangan lainnya.
- Tujuan Khusus
 1. Sebagai pengukuran efektifitas manajemen
 2. Untuk membantu meramalkan keadaan usaha dan distribusi deviden masa yang akan datang.
 3. Sebagai pengukuran keberhasilan serta pedoman pengambilan keputusan manajemen masa yang akan datang.
 4. Sebagai dasar pengenaan pajak
 5. Sebagai dasar pengawasan perusahaan yang berhubungan dengan kepentingan umum.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa laba merupakan penentu kinerja dari suatu perusahaan pada periode tertentu dan menghasilkan informasi untuk periode berikutnya.

Menurut Hendricsen (dalam Mulyani Pusparini 2004 : 1), tujuan pelaporan laba dalam laporan keuangan adalah sebagai berikut :

Tujuan umum laporan keuangan adalah menyajikan informasi keuangan yang terandal tentang sumber daya dan kewajiban ekonomi perusahaan. Dan dinyatakan juga bahwa tujuan utama laporan keuangan adalah untuk mengkomunikasikan informasi mengenai sifat dan nilai sumber daya ekonomi perusahaan, kepentingan para kreditor, modal pemilik dalam sumber daya ekonomik, perubahan sifat dan nilai sumber daya itu dari periode ke periode.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan laba adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi mereka yang paling berkepentingan dengan laporan keuangan.

2.4.5 Target Laba Operasi

Target laba operasi dapat tercapai dengan baik jika kinerja manajemen perusahaannya pun baik. Salah satu cara manajemen dalam merencanakan dan mengendalikan aktifitas perusahaan adalah melalui anggaran. Oleh karena itu dalam pencapaian laba operasi pun perusahaan memerlukan target, agar laba operasi yang dicapai dapat direncanakan untuk segera direalisasikan. Laba dari operasi merupakan penghasilan yang diperoleh dari penjualan hasil operasi perusahaan dalam satu periode akuntansi tertentu dikurangi biaya operasional termasuk harga pokok barang yang dijual. Seperti juga pendapat yang dikemukakan oleh Soemarso (2000 : 252) bahwa “Laba usaha (*income from operation*) adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.

Adapun cara untuk menentukan rasio pencapaian target laba operasi dilakukan dengan cara mencari persentase dari perbandingan antara realisasi laba operasi terhadap anggaran laba operasi. Laba yang baik adalah laba yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan bagi perusahaan.

2.5 Perencanaan Laba

Perencanaan laba merupakan proses pengembangan rencana secara terperinci yang telah diperhitungkan dengan cermat, dimana implikasi keuangannya dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek.

Proses perencanaan dan pengendalian laba ini meliputi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Mencapai suatu rencana atau program yang dapat diterima.
2. Mengukur pelaksanaan (aktual) terhadap rencana (standar).
3. Memutuskan tindakan koreksi.

Suatu anggaran laba dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk perusahaan secara keseluruhan

- Alokasi sumber daya alam mencapai sasaran menurut anggaran
- Perencanaan dan pengkoordinasian kegiatan perusahaan
- Tanggung jawab setiap manajer serta kontribusinya terhadap perusahaan

2. Untuk manajemen puncak

- Penilaian atas prestasi keuangan tahunan yang akan datang
- Merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas perusahaan
- Berperan serta dalam perencanaan divisi
- Pengendalian terhadap kegiatan divisi

Selain itu juga anggaran laba mempunyai kegunaan sebagai berikut :

1. Untuk perusahaan secara keseluruhan

- Untuk merencanakan dan mengkoordinasikan kegiatan perusahaan atau divisi secara menyeluruh.
- Sebagai patokan akhir untuk menilai kelayakan anggaran biaya.
- Memberi tanggung jawab kepada setiap manager akan bagian sumbangannya pada prestasi perusahaan.

2. Profit Budget Division digunakan oleh manajemen puncak untuk :

- Menelaah prestasi keuangan perusahaan yang diharapkan pada tahun mendatang
- Merencanakan dan mengkoordinasikan kegiatan perusahaan secara menyeluruh
- Menyusun rencana divisi
- Melakukan pengendalian atas divisi

2.5.1 Faktor-faktor yang Harus Dipertimbangkan dalam Menetapkan Anggaran Laba

Dalam menetapkan sasaran laba, pihak manajemen harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut :

1. Laba atau rugi yang dialami dari volume penjualan
2. Volume penjualan yang harus dicapai untuk menutupi seluruh biaya yang terpakai agar tercapai laba yang memadai. Sehingga dapat membayar deviden bagi saham preferen dan saham biasa, untuk menahan sisa laba yang cukup digunakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan di masa depan.

3. Titik impas (*Break Event Point*)
4. Volume penjualan yang dapat dihasilkan oleh kapasitas operasi pada saat itu.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai sasaran laba.
6. Hasil pengembalian atas modal yang dapat digunakan.

2.5.2 Manfaat dan Keterbatasan Perencanaan Laba

Perencanaan laba memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Merencanakan pendekatan yang terarah dalam pemecahan masalah
2. Memaksa pihak manajemen untuk mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapinya secara lebih teliti sebelum mengambil suatu keputusan.
3. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba dan mendorong timbulnya perilaku yang sadar akan penghematan biaya dan pemanfaatan sumber daya secara maksimal.
4. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen, sehingga keputusan akhir dari rencana yang saling terkait dapat menggambarkan keseluruhan organisasi dalam bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh.
5. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala.

6. Mengkoordinasi semua kegiatan perusahaan kedalam suatu prosedur perencanaan anggaran yang terarah.
7. Berperan sebagai tolak ukur atau standar untuk mengukur hasil kegiatan dan menilai kebijakan manajemen dari setiap pelaksana kegiatan.

Meskipun manfaat perencanaan laba jelas meyakinkan dan berjangkauan luas, namun masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, diantaranya :

1. Rencana laba didasarkan pada taksiran-taksiran yang akan sangat tergantung pada ketelitian penyusunannya. Maka dalam mengestimasi diperlukan modifikasi bila diperlukan suatu perubahan.
2. Pelaksanaan rencana memerlukan waktu. Manajemen seringkali putus asa karena terlalu banyak berharap dalam tempo yang singkat.
3. Perencanaan akan efektif hanya jika semua pemimpin yang bertanggung jawab melakukan usaha secara terus-menerus dan agresif kearah penyelesaian.

Sedangkan keterbatasan pokok dari anggaran laba yang digunakan sebagai alat penilaian prestasi dan sebagai sistem peringatan dini adalah :

- Penilaian Prestasi

Karena laba banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel yang rumit, maka diperlukan penilaian subyektif terhadap penetapan sasaran laba tahunan untuk pusat laba. Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian prestasi yaitu :

1. Tingkat keleluasaan kebijakan yang dapat dilakukan oleh manager

2. Tingkat sejauh mana variabel prestasi krisis dapat dikendalikan oleh manager.
3. Tingkat ketidakpastian yang ada sehubungan dengan variabel prestasi krisis.

- Peringatan Dini

Manajemen puncak sebaiknya tidak terlalu bergantung pada laporan anggaran laba untuk mendapatkan peringatan sedini mungkin tentang masalah yang akan datang, misalnya suatu masalah dapat berkembang tanpa mempengaruhi laporan keuangan, sehingga manajemen baru menyadari adanya masalah ini.

Dari beberapa uraian diatas, didapat kesimpulan dari kekurangan yang ada pada anggaran laba, yaitu :

1. Anggaran laba dapat mengikat perhatian manager pada sasaran tertentu saja, sehingga terkadang tidak selaras dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.
2. Anggaran laba memerlukan kerjasama dan peran serta dari seluruh anggota manajemen.
3. Pelaksanaan perencanaannya memerlukan waktu lama.

2.6 Kontribusi Realisasi Anggaran Penjualan dan biaya operasional dalam Pencapaian Target Laba Operasi

Anggaran penjualan merupakan salah satu anggaran yang mempunyai peranan penting dalam perusahaan karena anggaran ini digunakan sebagai standar

pelaksanaan penjualan. Jika pelaksanaan penjualan baik, maka peningkatan laba yang diinginkan perusahaan akan mungkin dapat tercapai.

Adanya kontribusi antara penjualan dan penggunaan biaya operasional dalam perolehan laba disebabkan karena dengan meningkatnya volume penjualan atau menurunnya penjualan dapat mempengaruhi besarnya profit atau laba yang akan diperoleh suatu perusahaan, sehingga hal tersebut akan menimbulkan perubahan pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Sedangkan penggunaan biaya operasional yang tidak terkontrol akan mengakibatkan penurunan jumlah perolehan laba. Jika dilihat dari pengertian laba operasi itu sendiri, maka akan lebih jelas dinyatakan bahwa laba operasi merupakan laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan karena wujud nyata dari keuntungan (laba) tersebut dihasilkan dari adanya penjualan yang terjadi di perusahaan.

Sehingga dengan demikian penjualan hasil usaha perusahaan merupakan tumpuan utama dalam perolehan laba. Apabila volume penjualan menurun, maka hal tersebut akan menimbulkan kerugian atau akan berakibat berkurangnya laba bagi perusahaan. Demikian juga sebaliknya, apabila volume penjualan suatu perusahaan menunjukkan kenaikan, maka hal tersebut akan mengakibatkan meningkatnya laba perusahaan. Dengan demikian laba yang diperoleh perusahaan akan berubah sesuai dengan hasil penjualan yang telah dicapai.

Laba umumnya diidentikkan dengan prestasi sebuah perusahaan, karena bagaimanapun laba merupakan salah satu tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu faktor pembentuk laba adalah pendapatan,

dimana untuk sebagian perusahaan, pendapatan utama diperoleh dari penjualan, baik penjualan barang ataupun penjualan jasa, tergantung pada bidang usahanya masing-masing. Untuk dapat mencapai realisasi penjualan yang sesuai dengan anggarannya, maka diperlukan pengelolaan yang baik atas aktiva penjualan. Termasuk didalamnya semua pihak yang ada di perusahaan harus berusaha melaksanakan anggaran penjualan dengan sebaik-baiknya. Sehingga dengan diketahuinya realisasi anggaran penjualan yang dicapai oleh perusahaan, maka hal itu dapat memberikan gambaran terhadap pencapaian target laba operasi perusahaan.

Semakin besar kemampuan manajemen dalam mencapai anggaran penjualan, maka target laba operasi yang telah ditetapkan akan lebih mudah tercapai. Sedangkan semakin efektif penggunaan biaya operasional akan memperbesar peluang perusahaan dalam memperoleh laba yang lebih besar. Berdasarkan berbagai uraian tadi, secara teoritis realisasi anggaran penjualan dan biaya operasional akan memberikan kontribusi dalam pencapaian target laba operasi bagi perusahaan