

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Anggaran

2.1.1 Pengertian Anggaran

Anggaran merupakan salah satu alat bantu bagi manajemen dalam melaksanakan fungsinya terutama dalam perencanaan dan pengendalian. Nilai suatu anggaran tergantung pada perencanaan dan pengendalian anggaran, apabila terjadi penyimpangan atas pelaksanaan anggaran dikarenakan terlalu tinggi dalam penetapannya, maka diperlukan cara untuk mengendalikannya yaitu dengan cara meninjau kembali hasil penetapan anggaran sebelumnya sehingga pada saat pelaksanaan dapat terwujud dengan baik serta dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian anggaran tersebut sehingga pada periode yang akan datang dapat dijadikan sebagai perbaikan yang positif. Anggaran juga merupakan alat bantu bagi perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya yaitu memperoleh laba dengan memproduksi barang atau jasa untuk dijual kepada konsumen sehingga perusahaan memperoleh penghasilan yang optimal.

Anggaran atau lebih sering disebut sebagai “ *budget* “ mempunyai definisi yang beragam, namun apabila dicermati lebih teliti masing-masing definisi tersebut mempunyai definisi yang sama.

Pengertian anggaran menurut *M. Nafarin (2007 : 9)*, yaitu:

“ Anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program-program yang telah disahkan “.

Sedangkan menurut *Darsono dan Ari Purwanti (2008:1)* terdapat beberapa macam pengertian tentang anggaran antara lain sebagai berikut :

1. Anggaran dapat berupa anggaran fisik dan anggaran keuangan. Anggaran lazim disebut rencana kerja yang dituangkan secara tertulis dalam bentuk angka-angka keuangan, lazim disebut anggaran formal.
2. Anggaran lazim disebut perencanaan dan pengendalian laba, yaitu proses yang ditujukan untuk membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian secara efektif.
3. Anggaran ialah suatu perencanaan laba strategis jangka panjang, suatu perencanaan taktis laba jangka pendek; suatu sistem akuntansi berdasarkan tanggungjawab; suatu penggunaan prinsip pengecualian yang berkesinambungan, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi.
4. Anggaran ialah rencana tentang kegiatan perusahaan yang mencakup berbagai kegiatan operasional yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi. Pada umumnya disusun secara tertulis.
5. Anggaran dapat dianggap sebagai sistem yang memiliki kekhususan tersendiri atau sebagai sub-sistem yang memerlukan hubungan

dengan subsistem lain yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan.

6. Anggaran dianggap sebagai yang otonom karena mempunyai sasaran serta cara-cara kerja tersendiri yang merupakan satu kebulatan dan yang berbeda dengan sasaran serta cara kerja sistem lain yang ada dalam perusahaan; anggaran sekaligus juga disebut su-sistem.
7. Anggaran sebagai suatu system tersiri dari tiga lapisan yaitu : inti system, sub-sistem penunjang, sub-sistem lingkungan. Inti system ialah sasaran laba; sub-sistem penunjang ialah berbagai aktivitas yang membantu kelancaraan kerjanya inti system seperti struktur organisasi, administrasi, analisis data, angka-angka standard dan sebagainya. Sub-sistem lingkungan ialah lingkungan eksternal organisasi seperti ekonomi, sosial, politik, budaya dan sebagainya yang mempengaruhi bekerja suatu sistem organisasi.
8. Anggaran atau budget adalah sama dengan profit planning. Perencanaan laba meliputi : perencanaan penjualan, perencanaan produksi, perencanaan penggunaan bahan baku, perencanaan tenaga kerja langsung, perencanaan biaya overhead, perencanaan biaya pemasaran, perencanaan biaya umum dan admistrasi dan seterusnya. Modal tersebut pada umumnya disebut anggaran berkala yang lengkap atau master budget.

Selain itu menurut *Mulyadi (2008 : 488)*, menjelaskan anggaran sebagai berikut:

“ Anggaran adalah suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain, yang mencakup jangka waktu satu tahun “.

Dari beberapa definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran merupakan suatu rencana manajemen mengenai perolehan dan penggunaan sumber daya perusahaan yang dinyatakan secara formal dan terperinci dalam bentuk kuantitas dan dalam suatu periode tertentu.

2.1.2 Kegunaan Anggaran

Adapun kegunaan pokok anggaran menurut yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai Pedoman Kerja

Anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja dan memberikan arah sekaligus harus memberikan target-target yang harus dicapai oleh kegiatan-kegiatan perusahaan di waktu yang akan datang.

2. Sebagai Alat Pengkoordinasi Kerja

Anggaran berfungsi sebagai alat pengkoordinasi kerja agar semua bagian-bagian yang terdapat di dalam perusahaan harus dapat saling menunjang saling bekerja sama dengan manajemen untuk menuju sasaran yang telah ditetapkan, dengan demikian kelancaran jalannya perusahaan akan lebih terjamin.

3. Sebagai Alat Pengawasan Kerja

Anggaran berfungsi pula sebagai tolak ukur sebagai alat pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan perusahaan nanti dengan

membandingkan antara apa yang tertuang dalam anggaran dengan apa yang dicapai untuk realisasi kerja perusahaan, dapat dilihat apakah kerap sukses bekerja dan perbandingan tersebut dapat pula diketahui sebab-sebab penyimpangan antara anggaran dan realisasinya sehingga dapat diketahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Hal ini berguna untuk menyusun rencana (*budget*) selanjutnya secara lebih matang dan lebih akurat.

2.1.3 Karakteristik Anggaran

Karakteristik anggaran menurut oleh yaitu:

1. Anggaran memperkirakan keuntungan yang potensial dari unit usaha.
2. Dinyatakan dalam unit moneter, walaupun jumlah moneter mungkin didukung dengan jumlah non moneter.
3. Biasanya meliputi waktu selama satu tahun.
4. Merupakan perjanjian manajemen, bahwa manajer setuju untuk bertanggung jawab untuk mencapai tujuan dari anggaran.
5. Usulan anggaran diperiksa dan disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pembuat anggaran.
6. Sekali setuju anggaran hanya dapat diubah dalam kondisi tertentu.
7. Secara berkala kinerja keuangan aktual dibandingkan dengan anggaran dan perbedaannya dianalisis dan dijelaskan.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa anggaran umumnya mencakup jangka waktu satu tahun yang dinyatakan dalam satuan

keuangan dan satuan selain keuangan. Selain itu, anggaran berisi komitmen manajemen yang berarti bahwa para manajer setuju untuk menerima tanggung jawab agar mencapai sasaran yang ditetapkan dalam anggaran.

2.1.4 Jenis Anggaran

Setiap perusahaan memiliki kebijakan sendiri di dalam penyusunan anggaran. Yang terpenting, anggaran harus dapat mencakup berbagai periode waktu dan ini sangat tergantung kepada tipe anggaran yang akan disusun. Oleh karena itu jenis anggaran dibedakan menjadi :

1. Menurut dasar penyusunan, anggaran terdiri dari :

a. Anggaran Variabel

Yaitu anggaran yang disusun berdasarkan interval (kisar) kapasitas (aktivitas) tertentu dan pada intinya merupakan suatu seri anggaran yang dapat disesuaikan pada tingkat-tingkat aktivitas (kegiatan) yang berbeda.

b. Anggaran Tetap

Yaitu anggaran yang disusun berdasarkan suatu tingkat kapasitas tertentu.

2. Menurut cara penyusunan anggaran terdiri dari :

a. Anggaran Periodik

Adalah anggaran yang disusun untuk satu periode tertentu, pada umumnya periodenya satu tahun yang disusun setiap akhir periode.

b. Anggaran Kontinu

Adalah anggaran yang dibuat untuk mengadakan perbaikan anggaran yang pernah dibuat.

3. Menurut jangka waktunya anggaran terdiri dari :

a. Anggaran Jangka Pendek (Anggaran Taktis)

Adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu paling lama sampai satu tahun

b. Anggaran Jangka Panjang (Anggaran Strategis)

Adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu lebih dari satu tahun.

4. Menurut bidangnya, anggaran terdiri dari :

a. Anggaran Operasional

Adalah anggaran untuk menyusun anggaran rugi laba. Anggaran operasional terdiri dari anggaran penjualan, anggaran biaya pabrik, anggaran beban usaha, dan anggaran rugi laba.

b. Anggaran Keuangan

Adalah anggaran untuk menyusun anggaran neraca. Anggaran keuangan terdiri dari anggaran kas, anggaran piutang, anggaran persediaan, anggaran utang, anggaran persediaan, anggaran utang dan anggaran neraca.

5. Menurut kemampuan menyusun, anggaran terdiri dari :

a. Anggaran Komprehensif

Merupakan rangkaian dari berbagai macam anggaran yang disusun secara lengkap. Anggaran komprehensif merupakan

perpaduan dari anggaran operasional dan anggaran keuangan yang disusun secara lengkap.

b. Anggaran Partial

Adalah anggaran yang disusun tidak secara lengkap, anggaran yang hanya menyusun bagian anggaran tertentu saja.

6. Menurut fungsinya, anggaran terdiri dari :

a. Appropriation Budget

Adalah anggaran yang diperuntukkan bagi tujuan tertentu dan tidak boleh digunakan untuk manfaat lain.

b. Performance Budget

Adalah anggaran yang disusun berdasarkan fungsi aktifitas yang dilakukan dalam perusahaan untuk menilai apakah biaya/beban yang dikeluarkan oleh masing – masing aktivitas tidak melampaui batas.

2.1.5 Tujuan Anggaran

Menurut *Nafarin (2007 : 19)*, tujuan penyusunan anggaran yaitu :

1. Untuk digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan penggunaan dana.
2. Untuk mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.
3. Untuk merinci jenis sumber dana yang dicari maupun jenis penggunaan dana, sehingga dapat mempermudah pengawasan.

4. Untuk merasionalkan sumber dan penggunaan dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
5. Untuk menyempurnakan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat.
6. Untuk menampung dan menganalisa serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan.

2.1.6 Manfaat Anggaran Perusahaan

Anggaran merupakan suatu rencana kegiatan suatu organisasi yang disusun secara sistematis yang dinyatakan secara kuantitatif dan umumnya dinyatakan dalam unit moneter untuk jangka waktu tertentu yang akan datang. Jadi dari pengertian tersebut tersirat bahwa anggaran sebagai alat perencanaan. Manfaat anggaran sebagai alat perencanaan dan juga anggaran memiliki manfaat yang lainnya, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penyusunan anggaran merupakan kekuatan manajemen dalam menyusun perencanaan, dimana manajemen melihat ke depan untuk menentukan tujuan perusahaan yang dinyatakan di dalam ukuran financial.
2. Anggaran dapat digunakan alat koordinasi berbagai kegiatan perusahaan, misalnya koordinasi antara kegiatan penjualan dengan kegiatan produksi.
3. Implementasi anggaran dapat menciptakan alat untuk pengawasan kegiatan perusahaan. Penyimpangan antara anggaran dengan

realisasi dihitung dan dianalisa, dan manajemen dapat mengetahui penyebab adanya penyelewengan tersebut.

4. Berdasarkan teknik yang digunakan di dalam anggaran, manajemen dapat memeriksa dengan seksama penggunaan sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan apakah dapat berdaya guna (efisien) dan berhasil guna (efektif).
5. Pemakaian anggaran mengakibatkan timbulnya suasana yang bersemangat untuk memperoleh laba, timbul kesadaran tentang pentingnya biaya sebelum dana disediakan. Tekanan anggaran bukan semata – mata menekan biaya, akan tetapi adalah memaksimalkan laba dalam jangka panjang, dan tambahan biaya akan dibenarkan apabila biaya tersebut diperkirakan dapat meningkatkan laba.
6. Pemakaian anggaran dapat mendorong dipakainya standar sebagai alat pengukur prestasi suatu bagian atau individu di dalam organisasi perusahaan.
7. Pemakaian anggaran dapat membantu manajemen di dalam pengambilan keputusan untuk memilih beberapa alternative yang mungkin dilaksanakan misalnya : membuat atau membeli, membuat atau menyewa, menolak atau menerima pesanan khusus, mendorong atau mengurangi produk tertentu dsb.

2.2 Penyusunan Anggaran Induk (*Master Budget*)

2.2.1 Anggaran Penjualan

Anggaran Penjualan adalah titik awal dalam penyusunan anggaran induk. Anggaran induk meliputi produksi, pembelian, persediaan, dan beban sedikit banyak tergantung pada anggaran penjualan. Anggaran penjualan dibuat dengan cara mengalikan unit .

2.2.2 Anggaran Produksi

Produksi menampilkan jumlah unit yang harus diproduksi selama setiap periode anggaran untuk memenuhi rencana penjualan dan juga untuk menghasilkan persediaan akhir yang di inginkan. Kebutuhan produksi pada suatu kuartal dipengaruhi oleh tingkat persediaan akhir yang diinginkan. Persediaan yang demikian harus direncanakan secara cermat. Persediaan yang terlalu banyak akan memboroskan dana dan mendatangkan hilangnya kesempatan penjualan atau kebutuhan produksi yang terlalu banyak pada periode berikutnya.

2.2.3 Anggaran Bahan Langsung

Setelah kebutuhan produksi selesai dihitung, anggaran bahan langsung dapat disusun. Anggaran bahan langsung menunjukkan secara rinci bahan mentah yang harus di beli untuk memenuhi anggaran produksi dan untuk memenuhi jumlah persediaan yang sesuai. Penyusunan anggaran ini merupakan salah satu tahap dalam

perencanaan kebutuhan bahan atau material requirements planning (MRP) dari perusahaan secara keseluruhan.

2.2.4 Anggaran Tenaga Kerja Langsung

Anggaran tenaga kerja langsung juga disusun atas dasar anggaran produksi. Kebutuhan tenaga kerja langsung harus dihitung agar perusahaan tahu apakah jam tenaga kerja yang ada cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi. Dengan telah diketahuinya kebutuhan jam tenaga kerja selama tahun anggaran, perusahaan dapat menyusun rencana ketenaga kerjaan sesuai situasi. Perusahaan yang mengabaikan anggaran menanggung resiko atas terjadinya kekurangan tenaga kerja atau terjadinya kebutuhan mempekerjakan dan memberhentikan pekerja pada saat yang tidak menguntungkan. Kebijakan tenaga kerja yang tidak jelas dapat mengakibatkan ketidakamanan dan inefisiensi dalam tenaga kerja.

Untuk menghitung kebutuhan tenaga kerja langsung, jumlah (unit) barang jadi yang akan diproduksi per periode (bulan, kuartal, dan sebagainya) dikalikan dengan kebutuhan jumlah jam tenaga kerja langsung per unit barang jadi. Hal ini mungkin akan mencakup berbagai jenis tenaga kerja. Jika memang demikian, maka perhitungan arus didasarkan atas jenis tenaga kerja yang dibutuhkan. Kebutuhan tenaga kerja langsung kemudian diubah menjadi perkiraan biaya tenaga kerja langsung. Bentuk perubahan tersebut tergantung pada kebijakan ketenagakerjaan perusahaan.

2.2.5 Anggaran Overhead Pabrik

Anggaran Overhead Pabrik menunjukkan seluruh biaya produksi selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya produksi terdiri dari komponen biaya tetap dan komponen biaya variable. Mengingat sebagian biaya overhead bukan merupakan cash out flow (aliran kas keluar), maka total biaya overhead pabrik yang dianggarkan harus disesuaikan dalam rangka menentukan pengeluaran kas untuk overhead pabrik .

2.2.6 Anggaran Persediaan Akhir Barang Jadi

Perhitungan anggaran pesediaan akhir barang jadi diperlukan atas dasar dua alasan : pertama, untuk menentukan harga pokok produksi dalam laporan laba rugi yang dianggarkan, dan kedua, untuk mengetahui jumlah (unit) persediaan barang jadi (belum terjual) yang akan ditampilkan dalam neraca. Biaya penyimpanan barang jadi (belum terjual) dihitung dalam anggaran persediaan akhir barang jadi.

2.2.7 Anggaran Beban Penjualan dan Administrasi

Anggaran beban penjualan dan administrasi menunjukkan beban yang dianggarkan selain yang berkaitan dengan pabrik. Dalam perusahaan besar, anggaran ini merupakan komplikasi dari banyak anggaran lebih kecil yang diserahkan oleh para kepala departemen dan orang lain yang bertanggung jawab atas beban penjualan dan administrasi.

2.2.8 Anggaran Kas

Anggaran kas menggabungkan berbagai data yang disusun dalam tahap sebelumnya. Anggaran kas terdiri dari empat bagian utama

1. Anggaran penerimaan
2. Bagian pengeluaran
3. Bagian kelebihan dan kekurangan kas
4. Bagian pendanaan

Bagian penerimaan terdiri dari seluruh cash in flow (arus kas masuk), kecuali pendanaan, yang diperkirakan selama periode anggaran. Biasanya sumber penerimaan utama adalah dari penjualan.

Bagian pengeluaran terdiri dari seluruh pembayaran kas yang direncanakan selama periode anggaran. Pembayaran ini mencakup pembelian bahan mentah, pembayaran tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan sebagainya seperti terdapat dalam berbagai anggaran yang merupakan sumber data penyusunan anggaran kas.

2.2.9 Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan

Laporan laba rugi yang dianggarkan adalah salah satu tahap kunci dalam proses anggaran. Laporan laba rugi yang dianggarkan menunjukkan rencana laba perusahaan untuk periode anggaran yang akan datang, dan ini juga berlaku sebagai pedoman atau ukuran bagi kinerja lain dari perusahaan.

2.3 Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Menurut *M. Nafarin (2007:166)* pengertian penjualan adalah :

“ Penjualan berarti proses kegiatan menjual yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ketangan konsumen (pembeli) “.

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar aktivitas penjualan di suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai suatu bentuk perpindahan (transfer) dari penjual kepada pembeli sesuai dengan syarat dan kondisi yang disepakati. Tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah dihasilkan dan bukan penghasilan apa yang dapat dijual dalam perusahaan mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Mencapai jumlah atau volume tertentu
2. Mendapat laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit-unit, ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual dibandingkan dengan produk yang tersedia yang bisa dinyatakan dalam bentuk data numerik atau deretan angka.

2.3.2 Anggaran Penjualan

2.3.2.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Pengertian anggaran penjualan menurut *M. Nafarin (2007:166)* yaitu :

“ Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu ”.

Selain itu menurut *Darsono dan Ari Purwanti (2008:15)* anggaran penjualan adalah :

“ Anggaran Penjualan ialah rencana pendapatan (revenue) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih ”.

Sedangkan Menurut *Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007:45)* pengertian anggaran penjualan adalah sebagai berikut :

Anggaran Penjualan ialah budget yang direncanakan secara lebih terperinci penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat atau daerah penjualannya.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Oleh karena itu, anggaran

penjualan sering disebut dengan anggaran kunci. Berhasil tidaknya sebuah perusahaan bergantung pada keberhasilan bagian penjualan dalam meningkatkan penjualannya. Penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba secara maksimal. Kesalahan dalam penyusunan anggaran penjualan mengakibatkan kesalahan pada anggaran yang lain.

2.3.2.2 Manfaat Anggaran Penjualan

Manfaat anggaran penjualan yaitu:

1. Untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan dimasa datang.
2. Untuk memasukkan kebijakan dan keputusan manajemen ke dalam proses perencanaan (contoh dalam rencana pemasaran).
3. Untuk memberikan informasi penting berisi pembentukan elemen lain dari rencana laba yang menyeluruh.
4. Untuk memudahkan pengendalian manajemen atas kegiatan penjualan yang dilakukan.

2.3.2.3 Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan

Menurut *Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007:45)*

tujuan penyusunan anggaran penjualan adalah :

“ Untuk merencanakan setepat mungkin tingkat penjualan pada periode yang akan datang dengan memperhatikan data yang merupakan pencerminan kejadian yang dialami perusahaan di masa lalu, khususnya di bidang penjualan “.

Sedangkan kegunaan dari anggaran penjualan ialah :

“ Sebagai pedoman kerja, alat koordinasi dan pengawasan kerja serta sebagai dasar bagi penyusunan budget-budget lainnya “.

2.3.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan

Menurut *M. Nafarin (2007 : 169)*, bahwa anggaran penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Faktor Pemasaran

Luas pasar, apakah bersifat lokal, regional, nasional, atau internasional; keadaan persaingan, apakah bersifat monopoli, oligopoli, atau bebas; keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen apakah konsumen akhir atau konsumen industri.

2. Faktor Keuangan

Yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain mengenai kemampuan modal kerja mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan, seperti untuk membeli bahan baku, membayar upah, biaya promosi produk dan lain-lain.

3. Faktor Ekonomis

Yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain dengan meningkatnya penjualan berarti meningkatkan laba (rentabilitas) atau sebaliknya.

4. Faktor Kebijakan Perusahaan

Yaitu seperti kebijakan membuat produk dengan kualitas nomor satu sehingga kesempatan untuk menjual produk nomor dua dan nomor tiga menjadi tertutup

5. Faktor Perkembangan Penduduk

Faktor perkembangan penduduk juga mempengaruhi anggaran, misalnya peningkatan kelahiran dapat meningkatkan konsumsi susu, pakaian, mainan dan lain-lain.

6. Faktor Kondisi Politik, Sosial, Budaya, Pertahanan dan Keamanan

7. Faktor Teknis

Apakah kapasitas seperti mesin dan alat mampu memenuhi target penjualan yang dianggarkan apakah bahan baku dan tenaga kerja mudah dan murah.

8. Faktor Lainnya

Apakah pada musim tertentu anggaran penjualan ditambah, apakah kebijaksanaan pemerintah tidak berubah sampai lama anggaran yang disusun harus dapat dipertahankan.

2.3.2.5 Periode Anggaran Penjualan

Terdapat dua jenis periode anggaran penjualan yaitu:

1. Anggaran Penjualan Jangka Panjang (*Strategi Sales Plan*)

Anggaran penjualan yang waktunya sesuai dengan *corporate plan*, anggaran penjualan jangka panjang biasanya dalam jumlah tahunan dan menyangkut analisis mendalam mengenai potensi pasar di masa mendatang yang dapat diakibatkan oleh perubahan populasi, keadaan perekonomian dan lain-lain.

2. Anggaran Penjualan Jangka Pendek (*Tactical Sales Plan*)

Anggaran penjualan yang periodenya biasanya hanya mencakup satu tahun atau dua belas bulan, lalu dirinci lagi dalam triwulan atau bulanan. Anggaran penjualan jangka pendek harus disusun berdasarkan daerah pertanggung jawaban untuk memudahkan perencanaan dan pengendaliannya.

2.3.2.6 Langkah dalam Menyusun Anggaran Penjualan

Dalam menyusun anggaran penjualan, langkah yang perlu diperhatikan menurut *M. Nafarin (2007 : 176)*, yaitu:

1. Mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan.
2. Menetapkan harga jual untuk produk tertentu dan daerah tertentu.

3. Membuat taksiran (ramalan penjualan) tiap jenis produk yang akan dijual dan penentuan produk yang akan dijual pada daerah tertentu.
4. Memperhitungkan anggaran penjualan.
5. Menyusun anggaran penjualan.

2.4 Laba

2.4.1 Pengertian Laba

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

Pengertian laba menurut *Darsono dan Ari Purwanti (2008 : 177)* adalah :

“Laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (expenses)”.

Sedangkan menurut *M. Nafarin (2007:788)* pengertian laba adalah :

“Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”.

Dari pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa laba merupakan suatu kelebihan pendapatan atau keuntungan

yang layak diterima oleh perusahaan yang bersangkutan setelah melakukan pengorbanan untuk pihak lain.

2.4.2 Jenis - Jenis Laba

Menurut *Supriyono (2007:177)* mengemukakan bahwa jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba, yaitu:

1. Laba kotor

adalah perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.

2. Laba dari operasi

adalah selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.

3. Laba bersih

adalah angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain.

2.4.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Laba

Di dalam memperoleh laba diharapkan perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan di harapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba menurut *Mulyadi (2008 : 513)*, yaitu:

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. Volume Penjualan Dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.4.4 Peranan Laba dalam Perusahaan

Peranan laba dalam perusahaan menurut *M.Nafarin (2007 : 231)*, yaitu:

1. Laba adalah efisiensi usaha setiap perusahaan sekaligus merupakan suatu kekuatan pokok agar perusahaan dapat tetap bertahan untuk jangka pendek dan jangka panjang perusahaan
2. Laba adalah balas jasa atas dana yang ditanam perusahaan
3. Laba merupakan salah satu sumber dana usaha perusahaan
4. Laba merupakan sumber dana jaminan surat para karyawan
5. Laba merupakan daya tarik bagi pihak ketiga yang ingin menanamkan dananya

2.4.5 Pengaruh Anggaran Penjualan Terhadap Laba

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

Pentingnya penyusunan anggaran penjualan dilakukan manajemen untuk membandingkan sampai sejauh mana laba yang dicapai dengan rencana yang telah ditetapkan untuk melengkapi kegiatan yang lain yang direncanakan perusahaan nantinya.

Seperti dikemukakan *M. Nafarin (2007 : 169)* bahwa :

“ Faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan adalah faktor ekonomis yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain dengan meningkatnya penjualan berarti meningkatkan laba (rentabilitas) atau sebaliknya ”.

Oleh karena itu, perusahaan harus menyusun anggaran penjualan dengan baik. Ini diharapkan untuk mengetahui dan memaksimalkan pencapaian laba penjualan. Dengan perusahaan mengetahui laba penjualan, maka hal tersebut dapat digunakan untuk melengkapi kegiatan-kegiatan perusahaan lainnya. Oleh karena itu pentingnya anggaran penjualan ini tidak dapat dihindarkan lagi. Perusahaan dituntut untuk membuat anggaran penjualan dengan baik dan cermat agar tujuan dari perusahaan yaitu memperoleh penjualan yang maksimal dapat tercapai karena ini akan

berpengaruh terhadap masa depan dan juga performance perusahaan. Apabila tujuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang maksimal atau dapat tercapai maka dapat diketahui pula berapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal ini tentunya akan menjadi pemicu para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Modal tambahan ini digunakan untuk mengembangkan perusahaan dalam memproduksi produk yang lebih variatif dan lebih berguna dengan tingkat harga yang rendah agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang telah berkembang dan maju terlebih dahulu. Persaingan ini dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar dengan penjualan tujuannya agar perusahaan memperoleh laba yang maksimal.