

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Anggaran

Anggaran (*Budgeting*) sebagai alat perencanaan, alat pengendalian, dan alat pengawasan dibidang keuangan yang digunakan oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang. Bagi suatu perusahaan, penyusunan anggaran dapat dipakai untuk membantu aktivitas kegiatannya agar lebih terarah dan dapat menjadi referensi bagi manajemen dalam mengambil suatu keputusan.

Menurut Rusmana & dkk (2017), pengertian “Anggaran merupakan pernyataan mengenai estimasi kinerja yang akan dicapai oleh suatu entitas dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam ukuran moneter.”

Menurut Halim (2016), “Anggaran merupakan dokumen yang berisi estimasi kinerja, baik berupa penerimaan dan pengeluaran, yang disajikan dalam ukuran moneter yang akan dicapai pada periode waktu tertentu dan menyertakan data masa lalu sebagai bentuk pengendalian dan penilaian kerja.”

Menurut Sasongko (2015), yang berpendapat bahwa “Anggaran merupakan rencana kegiatan yang akan dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif. Informasi yang dapat diperoleh dari anggaran di antaranya jumlah produk dan harga jualnya untuk tahun depan.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan suatu perencanaan kegiatan yang disusun secara sistematis yang dinyatakan dalam satuan keuangan untuk jangka waktu (periode) yang akan datang agar aktivitas kegiatan perusahaan lebih terarah.

2.2 Tujuan Anggaran

Tujuan dari adanya anggaran dalam perusahaan adalah untuk mengestimasi biaya operasi aktivitas perusahaan ke dalam estimasi keuangan pada perusahaan. Menurut Sasongko (2015), Tujuan dari penyusunan anggaran adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan anggaran memberikan arahan bagi penyusunan tujuan dan kebijakan perusahaan.
2. Koordinasi anggaran dapat mempermudah koordinasi antarbagianbagian di dalam perusahaan.
3. Motivasi anggaran membuat manajemen dapat menetapkan target-target tertentu yang harus dicapai oleh perusahaan.
4. Pengendalian keberadaan anggaran di perusahaan memungkinkan manajemen untuk melakukan fungsi pengendalian atas aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan.

2.3 Manfaat Anggaran

Menurut Chorry, dkk (2020:5), anggaran memiliki banyak manfaat bagi perusahaan. Adapun manfaat dari anggaran adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan motivasi kerja karyawan
2. Dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan dana (menghindari pemborosan)
3. Sebagai alat untuk menilai kinerja karyawan
4. Sebagai alat komunikasi internal antar tingkatan manajemen
5. Anggaran menyediakan informasi tentang perencanaan dan realisasinya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manfaat anggaran yaitu sebagai sebagai pedoman kerja, sebagai alat untuk menilai kinerja karyawan, sebagai alat komunikasi, serta sebagai alat yang dapat digunakan untuk membangun sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

2.4 Fungsi Anggaran

Penyusunan anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja agar aktivitas penjualan pada perusahaan lebih terarah. Anggaran sebagai salah satu alat perencanaan perusahaan dibidang keuangan agar mendatangkan manfaat atau kegunaan bagi perusahaan.

Menurut Chorry, dkk (2020:4-5), anggaran memiliki banyak Fungsi dalam suatu perusahaan. Adapun fungsi anggaran adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat perencanaan Anggaran merupakan alat perencanaan yang memberikan ilustrasi mengenai beberapa alternatif (dinyatakan secara kuantitatif) untuk dilaksanakan di masa depan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, sumber daya yang dimiliki, dan kendala-kendala yang akan dihadapi di masa depan

2. Sebagai alat koordinasi Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara selaras dalam mencapai tujuan. Anggaran sangat penting untuk mengkoordinasikan rencana dari berbagai tingkatan manajemen dan departemen yang ada dalam perusahaan agar dapat bersinergi dengan baik.
3. Sebagai alat pengendalian Anggaran merupakan salah satu alat untuk melakukan pengendalian dalam perusahaan. Pengendalian merupakan upaya yang ditempuh agar apa yang direncanakan dapat tercapai. Fungsi pengendalian ini dilakukan dengan membandingkan dan mengevaluasi apa yang telah dianggarkan dengan realisasinya. Selanjutnya, manajemen dapat melakukan evaluasi apakah perusahaan perlu memperbaiki perencanaan atau menyusun kembali perencanaan tersebut.

2.5 Keunggulan dan Kelemahan Anggaran

2.5.1 Keunggulan

Menurut Suhardi (2019:15), beberapa keuntungan yang dapat diperoleh apa bila perusahaan dapat menyusun anggaran dengan baik adalah sebagai berikut:

1. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka rencana tertentu dapat diproyeksi hasilnya, padahal rencana tersebut belum dijalani.
2. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka dapat dijadikan pedoman kerja dalam menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
3. Sebagai sarana koordinasi antar seksi, bagian, atau divisi.
4. Sebagai sumber rasa tanggungjawab dan partisipasi aktif seluruh karyawan/antar bagian, serta dapat terciptanya *sense of participation* (perasaan ikut berperan serta).
5. Untuk mengetahui kewenangan dan tanggung jawab semua level manajer.

2.5.2 Kelemahan

Selain terdapat keuntungan sebagaimana telah disebutkan di atas, terdapat juga beberapa kelemahan dalam penyusunan anggaran menurut Suhardi (2019:15), Kelemahannya adalah:

1. Dalam penyusunan anggaran, estimasi yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Adakalanya juga keadaan yang dipakai sebagai dasar penyusunan anggaran itu, tiba-tiba mengalami perubahan yang signifikan. Jika hal itu terjadi maka perlu dilakukan adjustment secara kontinu dengan kondisi terkini agar tidak meleset terlalu jauh.
3. Anggaran mengandung unsur *uncertainty* (ketidakpastian), karena anggaran itu disusun berdasarkan asumsi.
4. Menyusun anggaran yang cermat memerlukan waktu, uang, dan tenaga yang tidak sedikit, sehingga tidak semua perusahaan mampu menyusun anggaran secara lengkap.

5. Anggaran sering dipandang sebagai pressure manajerial. Apa bila karyawan merasa terpaksa untuk melaksanakan anggaran, maka karyawan tersebut bisa saja mengalami frustrasi dan stress, sehingga keberadaan anggaran tersebut menjadi tidak efektif juga.

2.6 Jenis Anggaran

Anggaran memiliki beragam jenis anggaran, maka akan lebih mudah dalam menyusun jenis anggaran yang diinginkan sesuai dengan keperluan. Oleh karenanya, Anggaran harus disusun sesuai dengan aktivitas dan data yang dikelola. Semua aktivitas dan data yang direncanakan suatu perusahaan di dalam periode mendatang harus disusun di dalam suatu anggaran lengkap, karena tanpa memiliki anggaran lengkap, maka aktivitas tersebut tidak dapat dinilai hasilnya.

Menurut M. fuad, dkk (2020:15), dalam menyusun anggaran, perusahaan dapat mengacu pada ruang lingkup/intensitas penyusunannya, fleksibilitasnya, atau periode waktunya.

1. Berdasarkan ruang lingkup/intensitas penyusunannya, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - a) Anggaran Parsial, anggaran yang ruang lingkupnya terbatas, misalnya anggaran untuk bidang produksi atau bidang keuangan saja.
 - b) Anggaran Komprehensif, anggaran dengan ruang lingkup menyeluruh karena jenis kegiatannya meliputi seluruh aktivitas perusahaan di bidang pemasaran, produksi, keuangan, personalia, dan administrasi, Komponen-komponen anggaran komprehensif secara lengkap adalah sebagai berikut:
 - 1) *Substantive Plan* (Rencana Penuh), adalah rencana yang mencerminkan materi-materi yang ingin dicapai perusahaan secara formal, baik yang dinyatakan secara umum maupun khusus.
 - 2) *Financial Plan* (Rencana Keuangan), adalah penjabaran dari semua materi yang dituangkan dalam *Substantive Plan* dalam suatu anggaran yang berdimensi keuangan dalam jangka waktu atau periode waktu tertentu. Berdasarkan jangka waktunya, *financial plan* dibagi menjadi 2, yaitu :
 - a. Anggaran Jangka Panjang
 - b. Anggaran Tahunan, merupakan rencana kegiatan perusahaan secara terperinci dalam satu tahun anggaran yang dituangkan dalam anggaran operasional dan anggaran keuangan.
 - Anggaran Operasional, merupakan rencana kegiatan perusahaan yang ditangani oleh masing-masing departemen perusahaan, misalnya departemen pemasaran, departemen produksi, dll. Anggaran operasional meliputi, yaitu anggaran laba rugi, anggaran pembantu laba rugi (anggaran penjualan, anggaran produksi, anggaran biaya distribusi, anggaran biaya umum dan administrasi, dan anggaran tipe apropriasi.

- Anggaran Keuangan, adalah anggaran yang memproyeksikan anggaran modal, anggaran kas, anggaran neraca, dan anggaran aliran kas perusahaan. Anggaran keuangan meliputi anggaran aktiva, anggaran pasiva dan anggaran neraca.
2. Berdasarkan fleksibilitasnya, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - a) Anggaran Tetap (*Fixed Budget*), Anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu dengan volume tertentu. Berdasarkan volume tersebut disusun rencana mengenai *revenue, cost, dan expenses*.
 - b) Anggaran Kontinu (*Continuous Budget*)
 - c) Anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu dengan volume tertentu. Berdasarkan volume tersebut diperkirakan besarnya *revenue, cost, dan expenses*. Tetapi secara periodic dilakukan penilaian Kembali.
 3. Berdasarkan periode waktu, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu :
 - a) Anggaran jangka pendek (1 Tahun)
 - b) Anggaran jangka panjang (lebih dari 1 tahun).

Berdasarkan penjelasan diatas penulis membatasi pembahasan dalam penulisan laporan akhir ini dengan ruang lingkup pembahasan agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan, maka untuk penggunaan teori yang akan penulis bahas yaitu pada anggaran operasional yaitu anggaran penjualan.

2.7 Hubungan Anggaran Dengan Akuntansi

Secara sederhana, akuntansi diartikan sebagai suatu cara yang sistematis untuk melakukan pencatatan, melakukan peringkasan, melakukan analisis, serta melakukan interpretasi terhadap peristiwa-peristiwa keuangan yang terjadi dan dilakukan perusahaan, dari pengertian tersebut nampak akuntansi menyajikan data-data historis, menyajikan peristiwa-peristiwa keuangan yang terjadi dari hari demi hari secara teratur dan sisemais. Sedangkan budget menyajikan data taksiran-taksiran untuk jangka waktu tertentu yang akan datang. Apabila dihubungkan, maka akan terlihat bahwa antara budget dengan akuntansi mempunyai kaitan yang sangat erat yaitu:

- a. Akuntansi menyajikan data-data historis yang sangat dibutuhkan untuk melakukan penaksiran-penaksiran yang akurat (*forecasting*), yang nantinya akan dituangkan dalam *budget*. Atau dengan lain perkataan, akuntansi menyediakan

data (terutama data internal) untuk keperluan penyusunan *budget* (fungsi pedoaman kerja).

- b. Nantinya akuntansi juga melakukan pencatatan secara sistematis dan teratur tentang realisasi pelaksanaan *budget* tersebut. Dengan demikian akuntansi menyajikan data lengkap tentang seluruh realisasi pelaksanaan *budget*. Data realisasi pelaksanaan *budget* inilah yang pada gilirannya nanti akan dibandingkan dengan apa yang tercantum dalam taksiran *budget* yang bersangkutan, dalam rangka untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan, dengan lain perkataan, dengan mempebandingkan antara data akuntansi dengan data *budget*, dapat dinilai apakah perusahaan telah sukses dalam bekerja atau tidak, telah efisien dalam bekerja atau tidak (fungsi evaluasi atau pengawasan) (Munandar, 2013:15)

2.8 Anggaran Penjualan

2.8.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Menurut Suhardi (2019:20), “Anggaran penjualan merupakan anggaran taksiran hasil penjualan atau anggaran dari hasil proses taksiran menjual pada periode yang akan datang.”

Menurut I Made (2020:18), “Anggaran penjualan, yaitu proyeksi yang disetujui oleh komite anggaran yang menjelaskan penjualan yang diharapkan dalam satuan unit dan uang.”

Chorry, dkk (2020:4-5) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan anggaran penjualan adalah sebagai berikut : Anggaran penjualan yaitu anggaran yang memberikan gambaran tentang perkiraan pendapatan yang akan diterima selama periode anggaran. Anggaran penjualan secara terperinci menjelaskan data tentang jenis produk, jumlah, harga, periode, dan tempat penjualan

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan taksiran atau perkiraan hasil penjualan atau pendapatan perusahaan secara terperinci mengenai jenis produk, jumlah, harga, periode, dan tempat penjualan pada periode waktu tertentu .

2.8.2 Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan memuat tentang informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun suatu anggaran. Dalam menyusun sebuah anggaran penjualan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, dan setiap faktor memiliki pengaruh pada anggaran penjualan. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam menyusun anggaran penjualan (*sales budget*) Menurut Suhardi (2019:25), faktor-faktor yang dapat memengaruhi anggaran penjualan adalah sebagai berikut :

1. Faktor Pemasaran, yang perlu dipertimbangkan seperti:
 - Kondisi pasar, kondisi pasar ini mencakup luasnya pangsa pasar perusahaan itu, apakah berskala internasional, nasional, regional, atau hanya bersifat lokal saja.
 - Kondisi persaingan, melihat apakah kondisi persaingan perusahaan adalah *perfect competition*, *oligopoly*, *monopolistic*, atau monopoli.
 - Keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen, apakah konsumen dapat menyukai produk/jasa kita, baik kualitas produk, tingkat kebutuhan, dan juga keterjangkauan harga, termasuk apakah mereka tergolong konsumen akhir atau konsumen industri.
 - Kondisi promosi dan distribusi, bagaimana kemampuan perusahaan dalam menginformasikan produk/komoditinya kepada konsumen, dan bagaimana pendistribusiannya agar produk tersebut dapat sampai ke tangan konsumen.
2. Faktor Keuangan (modal kerja), sejauh mana kemampuan modal kerja perusahaan dalam hal mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan itu, untuk pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, biaya *overhead*, promosi/pemasaran dan lainnya, reparasi atau pembelian mesin baru.
3. Faktor Ekonomis, yang perlu diperhatikan perusahaan, seperti dalam kaitannya dengan meningkatkan laba (rentabilitas), atau tidak.

Berdasarkan kutipan diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran penjualan yaitu faktor keuangan dan faktor ekonomis. Dalam penyusunannya, suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik apabila taksirannya cukup akurat sehingga tidak jauh berbeda dengan realisasinya.

2.8.3 Ramalan Penjualan (*Sales Forecasting*)

Anggaran penjualan diperhitungkan dan disusun oleh manajer dengan menggunakan beberapa metode. Metode *forecast* dilakukan dengan menggunakan

model matematis yang beragam dengan data histori yang terkait dengan peramalan dan variable sebab akibat untuk meramalkan permintaan .

1. Metode *trend moment* yang merupakan metode statistik dengan tujuan untuk mencari hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab atau independen (X) terhadap variabel akibatnya (Y). *Trend* data dianalisis dan digunakan untuk menentukan peramalan periode berikutnya. *Trend* pergerakan data tersebut dapat berupa *trendlinear*, *polynomial*, *exponential*, *logarithmic* atau lainnya sesuai dengan pola data yang diolah. *Trend Moment* menunjukkan perubahan nilai suatu variabel yang relatif stabil perubahan populasi, perubahan harga, perubahan teknologi, dan peningkatan produktivitas. Rumusnya Teknik moment dapat dihitung menggunakan

$$Y = a + bX \quad (1)$$

$$\sum Y = n a + b \sum X \quad (2)$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2 \quad (3)$$

Keterangan :

Y = Peramalan menggunakan (trend)

$\sum Y$ = Jumlah periode/interval kali a ditambah jumlah nilai x kali b

$\sum XY$ = a dikali jumlah nilai x ditambah b dikali jumlah nilai x

N = Jumlah data

2. Metode *Least Square* merupakan metode yang digunakan untuk menentukan persamaan trend data yang mencakup analisis *Time Series* dengan dua kasus data genap dan ganjil. persamaan 2,1 merupakan persamaan *metode Least Square*.

$$Y = a + b(1) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Y : Jumlah Penjualan

a dan b : Koefisien

x / t : waktu tertentu dalam bentuk kode

Dalam menentukan nilai x / t seringkali digunakan teknik alternatif dengan memberikan skor atau kode. Dalam hal ini dilakukan pembagian data menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Data genap, maka skor nilai t nya: . . . , -5, -3, -1, 1, 3, 5, . . .

2. Data ganjil, maka skor nilai t nya: . . . , -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3, . . .

Kemudian untuk mengetahui koefisien a dan b dicari dengan Persamaan 2.2 dan Persamaan 2.3.

$$a = \sum Y/n \dots\dots\dots(2)$$

$$b = \sum txY \dots\dots\dots(3)$$

$$\sum tx^2 \dots\dots\dots(4)$$

3. Metode Kuadrat Metode ini digunakan pada perusahaan yang mempunyai deretan data historis yang apabila digambarkan dalam bentuk grafik cenderung mengarah ke bentuk garis lengkung yang berbentuk parabola. Metode ini sama seperti metode *least square*, yaitu dalam perhitungannya data terbagi menjadi dua jenis, yaitu: data genap dan data ganjil.2023. Secara umum *forecast* penjualan menggunakan metode ini dapat dihitung dengan rumus: $Y = a + bX + c(X)^2$

Y adalah variabel yang dicari, dan X adalah variabel waktu, dan data ganjil variabelnya dengan pola -1, 0, 1, dan data genap variabelnya dengan pola -3, -1, 1, 3. Nilai a,b, dan c dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = na + c \sum X^2$$

$$\sum XY = b \sum X^2$$

$$\sum X^2Y = a \sum X^2 + c \sum X^4$$

$$\text{Syarat } \sum X = 0$$

Dengan keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Nilai konstan

b = Koefisien arah regresi

n = Banyaknya data

