

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan berupaya seoptimal mungkin mencapai tujuan yang telah mereka rencanakan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam kegiatan perusahaan, semua bagian seperti pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan akan menjadi satu kesatuan kerja yang harus saling mendukung dalam proses pencapaian tujuan. Perusahaan akan merencanakan dan mengendalikan hal-hal apa saja yang dianggap penting dalam proses pencapaian tujuan. Salah satu elemen penting dalam perencanaan dan pengendalian perusahaan adalah anggaran. Anggaran oleh banyak perusahaan diyakini dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Anggaran dapat diartikan sebagai pernyataan mengenai estimasi kinerja yang hendak dicapai selama periode waktu tertentu dalam ukuran finansial. Anggaran juga merupakan rencana finansial yang menyatakan bahwa rencana organisasi untuk melayani masyarakat atau aktivitas lain yang dapat mengembangkan kapasitas organisasi dalam pelayanan, estimasi besarnya biaya yang harus dikeluarkan dalam merealisasikan rencana tersebut, perkiraan sumber mana saja yang akan menghasilkan pemasukan serta seberapa besar pemasukan tersebut.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan tergantung pada keberhasilan bagian pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan ujung tombak

dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba yang maksimal. Karena itu anggaran penjualan disusun lebih dahulu dan merupakan dasar dalam penyusunan anggaran lainnya. Kesalahan dalam penyusunan anggaran penjualan akan mengakibatkan anggaran yang lain juga menjadi salah.

Anggaran penjualan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga harta milik perusahaan dapat diamankan dan keandalan data akuntansinya dapat dipercaya dan hal itu dapat mendorong adanya efisiensi usaha dan ditaatinya kebijakan manajemen yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan berpedoman pada anggaran yang ditetapkan untuk setiap tujuan. Perusahaan melakukan perbandingan atas pelaksanaan anggaran penjualan dengan perolehan pendapatan perusahaan. Anggaran penjualan dapat dimaksimalkan dengan menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti, faktor pemasaran, faktor keuangan, faktor ekonomis dan faktor kebijakan perusahaan. Keempat faktor tersebut dapat menjadi penunjang keberhasilan perusahaan jika selalu diutamakan dan disesuaikan dengan rencana yang tepat.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten, terdapat masalah yang berhubungan dengan anggaran penjualan, berikut data yang diperoleh peneliti:

Tabel 1.1
Rencana Penjualan Tahun 2011-2015

No	Uraian	SAT	RKAP 2011		RKAP 2012		RKAP 2013		RKAP 2014		RKAP 2015	
			(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	Jati	m ³	119,139	277,866,034	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Pinus	m ³	-	-	-	-	-	-	32,657	23,541,247	-	-
3.	Accasia Mangium	m ³	11,223	5,298,344	12,251	5,954,971	11,365	6,788,502	8,197	6,572,130	9,958	6,825,882
4.	Sonokeling	m ³	1	1,295	184	188,259	-	-	-	-	7	9,537
5.	Sonobrit	m ³	480	478,228	103	103,261	302	186,664	302	186,664	131	201,546
6.	Puspa	m ³	2,836	1,334,221	-	-	504	368,518	773	729,892	366	257,833
7.	Maesopsis	m ³	-	-	-	-	-	-	-	-	161	76,015
8.	Gemilina	m ³	-	-	-	-	-	-	2,276	1,282,139	2.276	1,282,139
9.	Johar	m ³	-	-	-	-	101	26,693	-	-	15	7,146
10.	Sengon	m ³	3,305	1,192,387	3,424	1,978,062	1,529	524,676	1,482	785,112	1,993	1,173,497
11.	Rimba Campur	m ³	2,688	1,046,101	3,096	766,386	970	250,619	3,814	1,905,348	420	158,445
	Total Pendapatan		217,489	353,616,952	176,289	202,797,710	106,776	186,467,102	156,793	245,472,216	106,448	196,988,524

Sumber : Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten

Tabel 1.2
Realisasi Penjualan Tahun 2011-2015

No	Uraian	SAT	RKAP 2011		RKAP 2012		RKAP 2013		RKAP 2014		RKAP 2015	
			(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)	(VOL)	(RUPIAH)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	Jati	m ³	109,045	226,186,790	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Pinus	m ³	-	-	-	-	-	-	27,256	23,472,615	-	-
3.	Accasia Mangium	m ³	-	-	-	-	-	-	-	-	7,231	3,937,325
4.	Sonokeling	m ³	-	-	51	122,404	90	210,550	32	97,675	-	-
5.	Sonobrit	m ³	-	-	-	-	104	71,198	29	66,131	-	-
6.	Puspa	m ³	-	-	749	515,639	-	-	635	474,101	-	-
7.	Maesopsis	m ³	337	146,807	430	229,064	170	95,727	321	179,629	149	55,844
8.	Gemilina	m ³	-	-	-	-	-	-	408	173,251	1,018	589,052
9.	Johar	m ³	-	-	250	82,364	-	-	85	34,581	447	149,338
10.	Sengon	m ³	1,935	673,824	3,720	1,351,582	-	-	1,176	698,444	2,080	1,062,052
11.	Rimba Campur	m ³	1,619	730,212	1,634	599,814	-	-	2,144	1,317,076	-	-
	Total Pendapatan		246,981	327,012,885	185,710	304,286,534	157,729	288,204,806	151,396	293,856,060	111,357	206,909,105

Sumber : Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, terdapat masalah yang berhubungan dengan anggaran penjualan yaitu pada tahun 2011-2015, antara lain anggaran penjualan pada Kayu Jati, Kayu Pinus, Kayu Accasia Mangium, Kayu Sonokeling, Kayu Sonobrit, Kayu Puspa, Kayu Maesopsis, Kayu Gemilina, Kayu Johar, Kayu Sengon, dan Kayu Rimba Campur. Diantara seluruh anggaran penjualan tersebut, terdapat beberapa jenis kayu yang mengalami permasalahan berupa penurunan, yakni pada tahun 2011 terjadi penurunan penjualan pada Kayu Jati, Kayu Sengon dan Kayu Rimba Campur. Di tahun 2012 terjadi pula penurunan penjualan pada Kayu Sonokeling, Kayu Sengon dan Kayu Rimba Campur. Kemudian di tahun 2013 penurunan penjualan terjadi pada Kayu Sonobrit saja. Begitupun di tahun 2014 penurunan penjualan terjadi pada Kayu Pinus, Kayu Sonobrit, Kayu Puspa, Kayu Gemilina, Kayu Sengon dan Kayu Rimba Campur. Kemudian pada tahun 2015 penurunan penjualan terjadi pada Kayu Accasia Mangium, Kayu Maesopsis, Kayu Gemilina dan Kayu Sengon.

Selain itu, di dalam anggaran penjualan tersebut terdapat beberapa jenis kayu yang tidak terealisasi dengan rencana yang sudah dicanangkan, yaitu di tahun 2011 pada Kayu Accasia Mangium, Kayu Sonokeling, Kayu Sonobrit dan Kayu Puspa. Pada tahun 2012 kembali terjadi pada Kayu Accasia Mangium dan Kayu Sonobrit. Selanjutnya di tahun 2013 hal serupa terjadi pada kayu Accasia Mangium, Kayu Puspa, Kayu Johar, Kayu Sengon dan Kayu Rimba Campur. Sedangkan di tahun 2014 Kayu Accasia Mangium mengalami tidak terealisasi kembali. Serta pada tahun 2015 terjadi pada Kayu Sonokeling, Kayu Sonobrit, Kayu Puspa, dan Kayu Rimba Campur.

Pada anggaran penjualan tersebut terdapat total pendapatan yang mengalami dampak dari adanya permasalahan anggaran penjualan. Pada tahun 2011 total pendapatan tidak terealisasi. Sedangkan pada tahun 2012-2015 total pendapatan telah terealisasi dan terjadi peningkatan. Namun demikian, meski pada tahun tersebut mengalami realisasi, akan tetapi total pendapatan mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Pada tahun 2011 total pendapatan tidak terealisasi. Di tahun berikutnya yaitu tahun 2012 total pendapatan mengalami penurunan dengan volume penjualannya hingga 61,271 unit dengan nilai Rp 22.726.351. Pada tahun 2013 total pendapatan menurun kembali dengan jumlah volume penjualannya hingga 27,981 unit dengan nilai Rp 16.081.728. Sedangkan di tahun 2014 total pendapatan tetap mengalami penurunan pada volume penjualan hingga 6,333 unit namun terjadi peningkatan pada nilai rupiah sebesar Rp 5.651.254. Kemudian pada tahun 2015 total pendapatan mengalami penurunan kembali dengan volume hingga 40,039 unit dengan besar nilai Rp 86,946,955.

Pentingnya perencanaan dan perkiraan yang tepat akan menunjang dan memastikan bahwa langkah-langkah perusahaan akan berjalan selaras dengan pencapaian target. Maka dari itu, anggaran penjualan haruslah selalu ditingkatkan dan disesuaikan dengan perkiraan yang baik dan tepat. Anggaran penjualan dapat memberikan gambaran pada tahun selanjutnya agar anggaran lebih ditingkatkan guna menunjang tingginya pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian dan data-data yang diperoleh, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN PADA TAHUN 2011-2015 DI PERUM PERHUTANI KESATUAN BISNIS MANDIRI (KBM) KOMERSIAL KAYU III JAWA BARAT DAN BANTEN”**

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada masalah faktor pemasaran, keuangan, ekonomis, dan kebijakan perusahaan di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hasil penjualan pada tahun 2011-2015 di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten?
2. Apa strategi yang dilakukan perusahaan dalam faktor pemasaran, faktor keuangan, faktor ekonomis, dan faktor kebijakan perusahaan dalam anggaran penjualan di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten?
3. Bagaimana hasil analisis anggaran penjualan pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan analisis SWOT di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun suatu tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil penjualan pada tahun 2011-2015 di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan perusahaan dalam faktor pemasaran, faktor keuangan, faktor ekonomis, dan faktor kebijakan perusahaan dalam anggaran penjualan di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.
3. Untuk mengetahui hasil analisis anggaran penjualan pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan analisis SWOT di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Perum Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten, sehingga dapat memberikan gambaran dan pengetahuan mengenai

Analisis Anggaran Penjualan di Perum Perhutani Kesatuan Bisnis Mandiri (KBM) Komersial Kayu III Jawa Barat dan Banten.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah teori atau dalil serta pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya dan digunakan sebagai pedoman penelitian. Sebelum membahas tentang analisis anggaran penjualan, terlebih dahulu kita perlu mengetahui definisi serta hal-hal yang berhubungan dengan variabel tersebut.

Menurut Darsono dan Purwanti (2008:15) Anggaran penjualan adalah rencana pendapatan (*revenue*) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih.

Adapun Adisaputro (2013:121) mengutarakan bahwa Anggaran penjualan merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain, dan pada umumnya anggaran penjualan disusun paling dahulu dari anggaran-anggaran lainnya.

Sedangkan Haruman dan Rahayu (2007:45) berpendapat bahwa Anggaran penjualan ialah *budget* yang direncanakan secara lebih terperinci tentang 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.

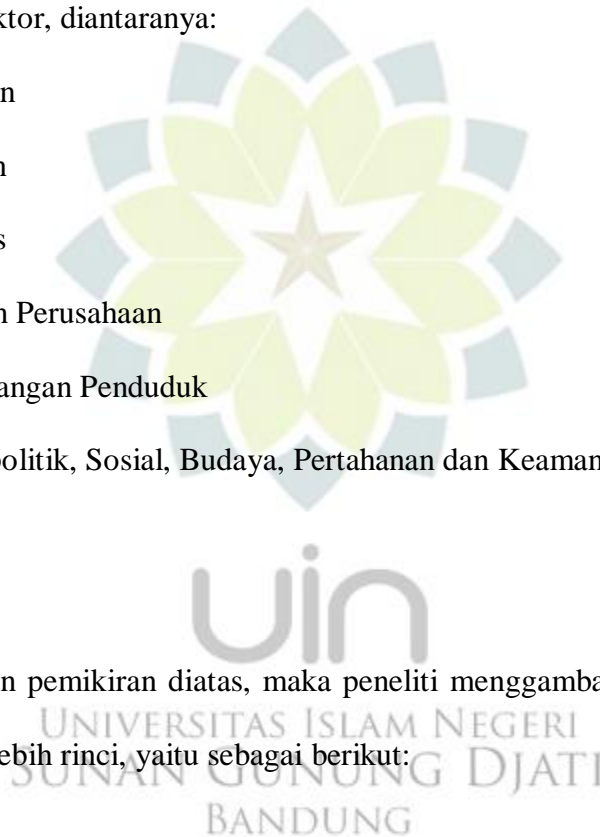
Begitu banyak literatur yang menjelaskan mengenai anggaran penjualan. seperti yang dikatakan oleh Nafarin (2007:166) bahwa Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu.

Berdasarkan teori diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa anggaran penjualan merupakan rencana pendapatan perusahaan yang akan dijual secara lebih terperinci dan tertulis dalam periode tertentu.

Nafarin (2007:169) menjelaskan bahwa Anggaran Penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

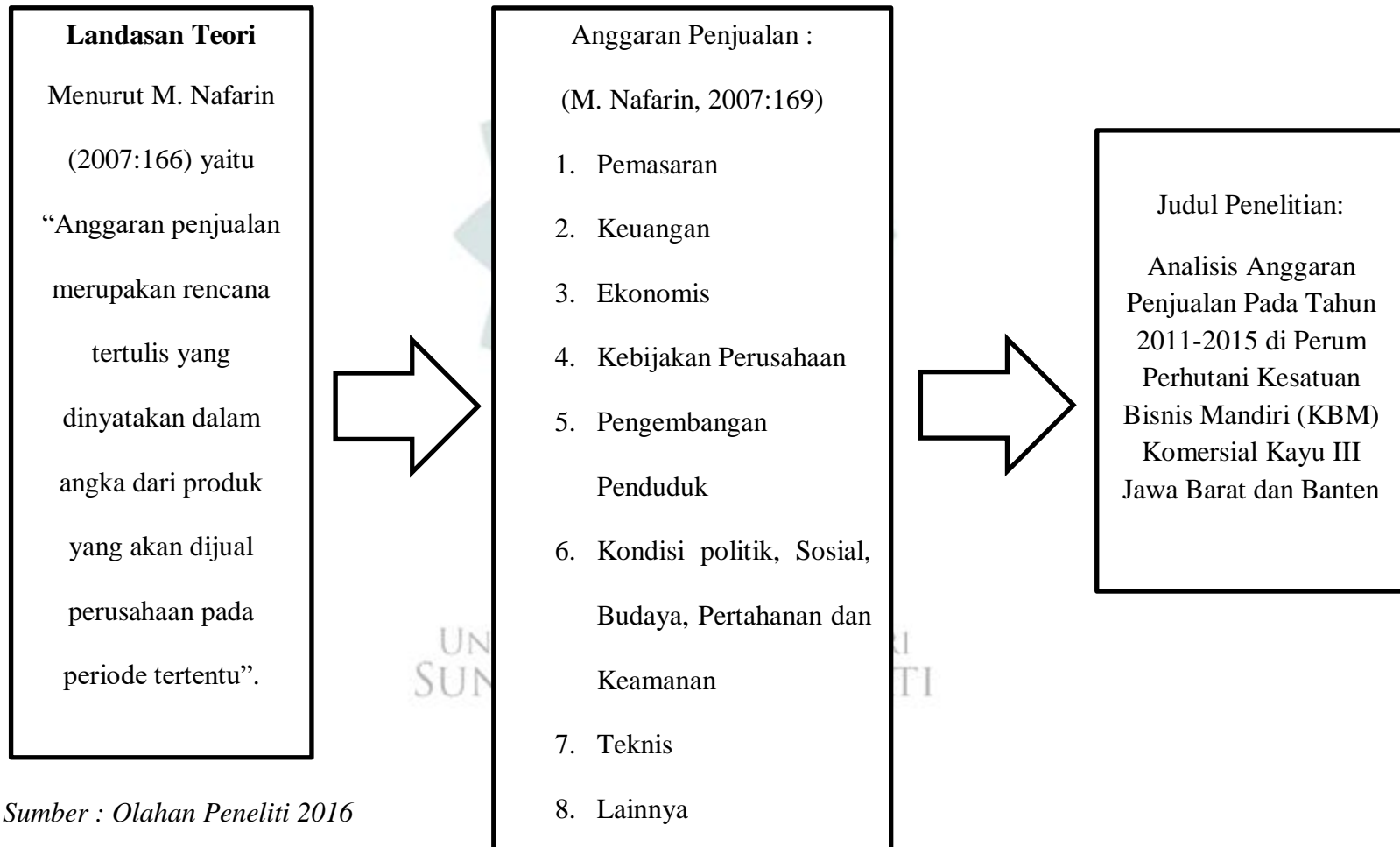
1. Pemasaran
2. Keuangan
3. Ekonomis
4. Kebijakan Perusahaan
5. Pengembangan Penduduk
6. Kondisi politik, Sosial, Budaya, Pertahanan dan Keamanan
7. Teknis
8. Lainnya

Berdasarkan pemikiran diatas, maka peneliti menggambarkan model kerangka pemikiran yang lebih rinci, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.1

Model Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti 2016