

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Anggaran

Business Budget atau *Budget* (Anggaran) adalah perencanaan yang telah disusun secara berurutan, di mana meliputi seluruh kegiatan yang terdapat dalam perusahaan, yang dinyatakan dalam unit yang berhubungan dengan keuangan dan nantinya berlaku untuk periode di masa mendatang (Munandar, 2001:1).

Anggaran adalah sebuah perencanaan yang disusun secara teratur dalam bentuk angka dan dinyatakan dalam unit yang berhubungan dengan keuangan yang meliputi berbagai kegiatan yang terdapat pada perusahaan dalam proses produksi untuk jangka waktu tertentu di masa mendatang (Herawati dan Sunarto, 2002:2).

Dari dua definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa anggaran ialah suatu perencanaan yang sistematis berkaitan dengan perusahaan yang berkaitan dengan angka untuk jangka waktu yang akan datang.

2.1.2 Tujuan Anggaran

Ada beberapa tujuan disusunnya anggaran, antara lain (Nafarin, 2017:19):

1. Digunakan sebagai perencanaan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan dalam pemilihan sumber serta investasi dana.
2. Memberikan batasan yang terdiri atas banyaknya investasi yang dicari dan digunakan dalam perusahaan.
3. Menjabarkan berbagai jenis sumber dana perusahaan yang dicari maupun jenis investasi dana, sehingga nantinya dapat membantu dalam pengawasan dalam pengambilan langkah kerja.
4. Merasionalkan dari berbagai jenis sumber serta investasi dana agar nantinya dapat kinerja perusahaan dapat dicapai dengan hasil yang maksimal.

5. Rencana yang telah disusun oleh perusahaan dapat disempurnakan, karena dengan adanya anggaran terlihat lebih jelas dan nyata.
6. Setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan dalam perusahaan dapat ditampung dan dianalisis oleh perusahaan.

2.1.3 Manfaat Anggaran

Anggaran memiliki beberapa manfaat yang diperoleh yaitu sebagai berikut (Adisaputro dan Asri, 2013:21):

1. Anggaran sebagai alat penaksir, dari segi manfaat ini merupakan perkembangan awal dari anggaran sebagai alat perencanaan. Anggaran yang disusun pada awal tahun umumnya tidak dilakukan perubahan-pengubahan, akan tetapi jika terjadi perubahan maka realisasi nantinya akan terpisah dari dari suatu anggaran. Maka dari itu penyusunan anggaran disusun sebagai formalitas.
2. Anggaran dapat digunakan sebagai plafon serta sekaligus sebagai alat dalam pengatur otorisasi, apabila dalam sistem akuntansi biaya yang digunakan menunjukkan keselarasan, maka anggarannya bersifat tidak berubah. Apa yang sebenarnya terjadi akan dicatat dalam akuntansi keuangan dan kemudian melaporkannya. Dalam melaporkan, apabila menunjukkan hasil yang sangat lengkap dalam satu tahun pun dapat dianggap cukup. Meskipun berperan sebagai mentor terhadap semua pengeluaran, anggaran harus disajikan secara terus-menerus yang berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh dana yang disajikan telah dikeluarkan. Anggaran sebagai penunjang biaya lebih disambungkan dengan jumlah biaya pada keseluruhannya dan tidak pada masing-masing jenis biaya, maka dari itu kemungkinan adanya pengalihan pada sumber-sumber biaya selama penunjang biaya pada keseluruhannya belum dilampaui. Pada tahapan seperti ini terutama digunakan mengingat:
 - a) Data yang ada dirasa cukup tersedia, sehingga nantinya dapat keluar kemungkinan untuk dilakukan perkiraan dengan cukup nyata.
 - b) Diubahnya anggaran yang telah disahkan tidak dikehendaki oleh manajemen. Pada tahapan berikutnya suatu anggaran boleh digantikan, asal pergantian tersebut mempunyai dasar serta alasan tertentu yang dapat disetujui. Otoritas

dari pejabat yang mempunyai wewenang untuk menyetujui adanya perubahan diatur secara tersendiri.

3. Anggaran sebagai alat penilai ketetapan cara, pada tahapan ini yaitu tingkat perkembangan yang terakhir. Pada fungsi perencanaan maupun fungsi pengendalian keduanya sama lebih seringnya. Dilihat dari segi perencanaan angka standar bertujuan sebagai besarnya pendapatan yang akurat.

Karena itu anggaran tidak sulit untuk mengalami penyesuaian dengan suatu tingkat kegiatan yang sebenarnya tanpa perlu khawatir karena pada realisasinya akan bersifat lebih ataupun terlalu sedikit. Pada segi pengendalian mengenai jumlah suatu anggaran yang didasarkan atas angka standar yang di mana berfungsi sebagai suatu alat untuk menilai keefesiensian, dikarenakan suatu angka standar yang digunakan menunjukkan efektif dan fleksibel. Maka dari itu pada realisasi biaya yang maksimaln atau minimal dari jumlah yang dianggarkan dinyatakan sebagai suatu pemborosan/penghematan yang sebenarnya.

Persyaratan yang paling lengkap dibutuhkan untuk nggaran pada tahap perkembangan yang terakhir, antara lain:

- a) Semua jenis biaya yang bersifat variable sudah tersedia.
- b) Perlunya keselarasan terhadap suatu rugi/laba, sehingga nantinya suatu penyimpangan yang terjadi dapat segera diketahui akibatnya terhadap keuntungan dalam suatu usaha, dan apabila tidak ingin terulang kembali maka dapat dilakukan pencegahan.

Anggaran mempunyai tiga kegunaan pokok antara lain (Munandar, 2001:10):

- a) Sebagai Pedoman Kerja

Anggaran berfungsi sebagai suatu pedoman kerja dalam perusahaan serta nantinya target-target yang nantinya harus dicapai oleh beberapa kegiatan perusahaan dapat diberikan di waktu mendatang.

- b) Sebagai Alat Pengkoordinasian Kerja

Anggaran berfungsi sebagai suatu pengkoordinasian kerja agar semua bagian-bagian yang terdapat di dalam perusahaan dapat saling menunjang satu sama lain, dapat menjunjung keharmonisan organisasi, dan nantinya dapat mencapai

target yang telah dipikirkan secara maksimal. Maka dari itu nantinya suatu lancar jalannya usaha akan lebih terjamin dan riil.

c) Sebagai Alat Pengawasan Kerja

Anggaran berfungsi pula sebagai tolak ukur, realisasi kegiatan suatu perusahaan dapat dinilai nantinya. Dalam aspek pengawasan kerja, anggaran juga dapat dijadikan tolak ukur dalam menjalankan keputusan yang optimal.

2.1.4 Fungsi Anggaran

Menurut Didit Herlianto (2011:5-6) fungsi anggaran adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan pedoman bagi anggota organisasi untuk melakukan kegiatan di waktu mendatang. Sebelum melakukan operasinya, suatu perusahaan harus merumuskan tindakan yang akan dilaksanakan di waktu mendatang dan tujuan apa yang nantinya akan dicapai dari berbagai kegiatan tersebut, serta tata cara dalam pelaksanaannya. Dengan adanya rencana, maka aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan dapat berjalan secara maksimal.

2. Fungsi Pengawasan

Anggaran merupakan salah satu cara untuk mengawasi jalannya kegiatan dalam perusahaan. Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan supaya dapat mencapai suatu rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam fungsi pengawasan suatu perusahaan nantinya membandingkan antara pencapaian dengan yang dianggarkan, apakah para manajer telah melakukan yang terbaik dalam mengelola perusahaan.

3. Fungsi Koordinasi

Fungsi koordinasi menuntut adanya keharmonisan suatu tindakan bekerja antar individu atau bagian-bagian dalam suatu perusahaan agar nantinya tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Suatu anggaran memiliki fungsi sebagai alat pengkoordinasian untuk seluruh bagian yang ada dalam perusahaan yang nantinya suatu perusahaan dapat mengambil suatu langkah kerja, karena semua kegiatan yang saling berkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya sudah diatur dengan baik.

4. Anggaran sebagai Pedoman Kerja

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang disusun oleh suatu perusahaan secara sistematis dan dinyatakan dalam unit moneter. Anggaran yang disusun dengan baik akan membuat setiap bagian memiliki pemahaman tentang rencana dan dapat menjadi pedoman kerja yang jelas dalam melaksanakan tugasnya.

Anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja dalam perusahaan dan memberikan arah sekaligus memberikan target-target yang nantinya harus dicapai oleh beberapa kegiatan perusahaan di waktu yang akan datang (Bustami Bastian dan Nurlela, 2007:2).

2.1.5 Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain, dan umumnya anggaran penjualan disusun paling dulu dari anggaran-anggaran lainnya (Adisaputro dan Asri, 2013:121).

Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu (Nafarin, 2017:166).

2.1.6 Konsep Anggaran Penjualan

Penyusunan konsep anggaran penjualan yaitu mencakup segala kegiatan di bidang penjualan suatu perusahaan. Komponen-komponen pokok konsep anggaran penjualan sebagai berikut (Adisaputro dan Asri, 2013:122):

1. Dasar-dasar penyusunan anggaran:
 - a. Menyusun tujuan perusahaan
 - b. Menyusun strategi perusahaan
 - c. Menyusun *forecast* perusahaan
2. Menyusun anggaran penjualan:
 - a. Anggaran promosi dan advertensi
 - b. Anggaran biaya-biaya penjualan
 - c. Rencana pemasaran

Dasar-dasar penyusunan anggaran digunakan sebagai pegangan pokok. Penyusunan anggaran penjualan harus sejalan dengan tujuan dari perusahaan dan strategi perusahaan itu sendiri.

Anggaran penjualan disusun dengan menggunakan berbagai pendekatan. Masing-masing cara pendekatan mempunyai konsekuensi yang berbeda-beda, sehingga perlu dipertimbangkan cara pendekatan mana yang paling menguntungkan.

Untuk menyusun anggaran penjualan diperlukan penaksiran-penaksiran (ramalan). Salah satu metode penganggaran yang sering digunakan adalah metode *Trend Least Square*, dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} Y' &= a + bx \\ a &= \frac{\sum y}{n} \\ b &= \frac{\sum xy}{\sum x^2} \\ &\text{dengan syarat } \sum x = 0 \end{aligned}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:38)

Di mana:

Y' : nilai trend

y : Jumlah penjualan

x : Angka tahun

a : konstanta

b : koefisien

n : jumlah periode dari data penjualan

Dari perhitungan ramalan penjualan diperoleh jumlah penjualan selama satu tahun, kemudian untuk menyusun *budget* penjualan diperlukan jumlah penjualan bulanan tahun lalu dan digunakan angka indeks penjualan yang dinyatakan diperoleh dari perhitungan variasi musim dengan metode rata-rata sederhana. Rumus yang digunakan adalah:

$$Trend = 2b, \text{ dimana } b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$Vm = Y - Trend$$

$$Im = \frac{Vm}{Vm} \times 100\%$$

$$Penjualan \text{ Bulanan} = \frac{Penjualan \ 2019}{12} \times Im\%$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:38)

2.1.7 Kegunaan Anggaran Penjualan

Secara umum, semua anggaran termasuk anggaran penjualan mempunyai tiga kegunaan pokok, yaitu sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja, dan sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajer dalam menjalankan langkah-langkah yang terbaik dan nantinya dapat membawa dalam pencapaian suatu perusahaan. Sedangkan secara khusus, anggaran penjualan berguna sebagai dasar penyusunan anggaran-anggaran dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing, anggaran penjualan harus disusun paling awal daripada anggaran yang lain yang ada dalam perusahaan (Munandar, 2001:50).

2.1.8 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Anggaran Penjualan

Faktor-faktor secara garis besar yang mempengaruhi penyusunan anggaran penjualan dibedakan menjadi dua yaitu (Munandar, 2001:50):

1. Faktor-faktor intern, yaitu data informasi dan pengalaman yang terdapat didalam perusahaan sendiri. Faktor-faktor tersebut Antara lain:
 - a. Penjualan dari tahun yang sebelumnya, meliputi kualitas produk, kuantitas produk, harga produk, waktu maupun tempat (daerah) pemasarannya.

- b. Kebijakan manajer yang berkaitan dengan masalah penjualan dalam perusahaan, misalnya mengenai saluran dalam mendistribusikan produk, penentuan media promosi produk, metode penetapan harga jual produk dan lain sebagainya.
 - c. Banyaknya produksi yang sanggup dilakukan oleh perusahaan, dan kemungkinan membuat inovasi di waktu mendatang.
 - d. Tenaga kerja langsung maupun tidak langsung yang dimiliki perusahaan, baik dalam banyaknya tenaga kerja (kuantitatif) maupun ketrampilan dan keahliannya (kualitatif), serta kemungkinan-kemungkinan yang dapat dikembangkan oleh perusahaan di waktu mendatang.
 - e. Modal kerja yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan penambahannya di waktu mendatang.
 - f. Segala fasilitas yang dimiliki perusahaan dalam menunjang dalam kegiatan produksi pada perusahaan, serta kemungkinan-kemungkinan meluaskan di waktu mendatang
2. Faktor-faktor ekstern, yaitu data informasi yang didapatkan dari luar perusahaan, faktor-faktor tersebut antara lain:
- a. Keadaan persaingan pasar
 - b. Posisi perusahaan dalam persaingan
 - c. Tingkat pertumbuhan penduduk
 - d. Tingkat penghasilan masyarakat
 - e. Besar kecilnya suatu permintaan mengenai harga barang yang diproduksi oleh perusahaan, yang nantinya akan mempengaruhi perencanaan harga jual dalam menyusun anggaran penjualan.

2.1.9 Anggaran Produksi

Anggaran produksi dalam arti yang luas adalah suatu penjelasan dari rencana penjualan menjadi rencana yang produksi. Maka dari itu kegiatan produksi bukan merupakan kegiatan yang berdiri sendiri, tetapi aktivitas penunjang dari sebuah rencana penjualan. Karena itu, rencana produksi meliputi suatu perencanaan mengenai banyaknya jumlah produksi, kebutuhan persediaan dalam produksi,

material yang dibutuhkan, tenaga kerja serta kapasitas produksi dalam perusahaan (Adisaputro dan Asri, 2013:181).

Anggaran produksi dalam artian luas adalah penjabaran rencana penjualan menjadi rencana produksi yang meliputi perencanaan mengenai jumlah yang diproduksi, banyaknya kebutuhan persediaan, bahan baku yang dibutuhkan, tenaga kerja serta kapasitas produksi dalam perusahaan (Kana, 2003:41).

Anggaran produksi dalam artian sempit merupakan suatu perencanaan volume barang yang harus diproduksi agar sesuai dengan volume penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan.

Secara garis besar perhitungan anggaran unit yang diproduksi dapat disusun sebagai berikut:

Tingkat penjualan (dari anggaran penjualan)	XXX
Tingkat persediaan akhir barang jadi	XXX
Kebutuhan barang jadi	XXX
Tingkat persediaan awal barang jadi	(XXX)
Tingkat produksi (Anggaran Produksi)	XXX

(Haruman dan Rahayu, 2007:57)

2.1.10 Tujuan Anggaran Produksi

Anggaran produksi merupakan suatu alat perencanaan, koordinasi dan pengendalian kegiatan produksi, sehingga tujuan penyusunan anggaran produksi sebagai berikut (Adisaputro dan Asri, 2013:183):

1. Anggaran produksi dapat digunakan sebagai alat penunjang kegiatan penjualan, sehingga nantinya barang disediakan dapat sesuai dengan yang telah direncanakan oleh perusahaan.
2. Dapat menjaga dan menstabilkan tingkat persediaan, nantinya tingkat persediaan yang terjadi dalam perusahaan tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil.
3. Dapat dijadikan sebagai alat untuk mengatur produksi sedemikian rupa sehingga nantinya dapat meminimalisir dari biaya produksi yang telah dihasilkan.

2.1.11 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Unit yang Akan Diproduksi

Sebelum melakukan penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran biaya produksi yaitu (Munandar, 2001:94):

1. Suatu rencana penjualan yang terdapat dalam anggaran penjualan, khususnya rencana mengenai jenis (kualitas) dan jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual dimasa yang akan datang. Semakin besar banyaknya unit yang dijual dalam anggaran penjualan, maka semakin banyak pula unit yang diproduksi.
2. Banyaknya mesin dan peralatan produksi yang disediakan oleh perusahaan serta berbagai kemungkinan perluasan pada waktu mendatang.
3. Banyaknya tenaga kerja yang ada, baik mengenai jumlahnya (kuantitatif) ataupun ketrampilan dan keahlian (kualitatifnya), serta kemungkinan pengembangannya di waktu yang akan datang.
4. Perusahaan yang memiliki modal kerja, dan segala kemungkinan perluasan di waktu mendatang.
5. Segala fasilitas yang dimiliki perusahaan dalam menunjang dalam kegiatan produksi pada perusahaan, serta kemungkinan-kemungkinan meluaskan di waktu yang akan datang.
6. Suatu luas perusahaan yang optimal, yaitu biaya produksi rata-rata per unit yang paling rendah yang diberikan oleh kapasitas produksi.

2.1.12 Anggaran Bahan Baku

Menurut Rudianto (2013:119) anggaran bahan baku adalah suatu rencana mengenai perusahaan yang mengeluarkan besarnya biaya bahan baku yang akan dalam periode tertentu.

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu, bahan mentah langsung (*Direct Material*) dan bahan mentah tak langsung (*Indirect Material*). Bahan baku langsung merupakan bahan baku yang dapat menghasilkan barang jadi. Bahan baku tak langsung merupakan bahan yang

tidak secara langsung “tampak” pada barang jadi, tetapi tetap ikut berperan dalam proses produksi yang dihasilkan (Adisaputro dan Asri, 2013:213).

Anggaran bahan baku hanya merencanakan kebutuhan dan penggunaan bahan baku langsung. Sedangkan, bahan baku tak langsung nantinya akan diperhitungkan dalam anggaran biaya *overhead* pabrik. Anggaran-anggaran yang berhubungan dengan anggaran bahan baku yaitu terdiri dari:

1. Anggaran Kebutuhan Bahan Baku

Anggaran kebutuhan bahan baku ini nantinya akan disusun sebagai sebuah perencanaan mengenai banyaknya bahan mentah yang dibutuhkan untuk kebutuhan produksi perusahaan di waktu mendatang. Rumus anggaran kebutuhan bahan baku sebagai berikut:

$$\text{Kebutuhan bahan baku} = \text{Unit diproduksi (Unit)} \times \text{Standar pemakaian bahan baku (Gram)}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:64)

2. Anggaran Pembelian Bahan Baku

Anggaran pembelian bahan baku ini nantinya akan disusun sebagai suatu perencanaan mengenai banyaknya bahan mentah yang harus dibeli pada periode waktu mendatang. Rumus anggaran pembelian bahan baku sebagai berikut:

Ramalan kebutuhan bahan baku	XXX
Ramalan persediaan akhir bahan baku	<u>XXX</u>
Jumlah kebutuhan bahan baku	XXX
Persediaan awal bahan baku	(XXX)
Anggaran pembelian bahan baku	<u>XXX</u>

(Rahayu dan Rachman, 2013:64)

3. Anggaran Persediaan Bahan Baku

Karena adanya faktor persediaan, maka dari itu untuk jumlah bahan baku yang dibeli oleh perusahaan tidak harus sama dengan banyaknya jumlah bahan mentah yang dibutuhkan oleh perusahaan. Anggaran persediaan bahan baku tersebut merupakan sebuah rencana yang dijabarkan secara terperinci atas banyaknya bahan mentah yang disimpan sebagai persediaan oleh perusahaan. Rumus anggaran persediaan bahan baku sebagai berikut:

$$\text{Anggaran Persediaan Bahan Baku} = \text{Unit Bahan Baku Tersisa} \times \text{Harga beli bahan baku}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:65)

4. Anggaran Biaya Bahan Baku yang Habis Digunakan dalam Produksi

Nilai bahan mentah yang digunakan dalam satuan uang dapat direncanakan pada anggaran biaya bahan baku yang habis digunakan dalam produksi oleh suatu perusahaan, di mana perusahaan menggolongkan sebagian bahan baku untuk disimpan sebagai persediaan, dan sebagiannya lagi dipergunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu barang jadi. Rumus anggaran biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi sebagai berikut:

$$\text{Total biaya bahan baku} = \text{Unit yang akan diproduksi (Unit)} \times \text{harga beli bahan baku}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:65)

2.1.13 Tujuan Anggaran Biaya Bahan Baku

Tujuan dari anggaran bahan baku antara lain (Adisaputro, 2013:214):

1. Suatu perusahaan nantinya dapat memperkirakan berapa banyak jumlah kebutuhan bahan mentah yang dibutuhkan.
2. Jumlah pembelian bahan mentah yang dapat diperkirakan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.
3. Dapat dijadikan sebagai dasar untuk merencanakan berapa banyak kebutuhan pengeluaran yang diperlukan untuk melakukan kegiatan pembelian suatu bahan mentah.

4. Dapat dijadikan sebagai dasar penyusunan *product costing*, yaitu merencanakan besarnya suatu komponen harga pokok pabrik dikarenakan suatu penggunaan bahan mentah dalam proses produksi.
5. Dapat digunakan sebagai dasar menjalankan fungsi pengawasan mengenai pengeluaran dan pemasukan bahan mentah dalam suatu perusahaan.

2.1.14 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Unit Kebutuhan Bahan Baku

Sebelum melakukan penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran biaya kebutuhan bahan baku yaitu (Munandar, 2001:21):

1. *Budget* unit yang akan diproduksi, khususnya mengenai suatu perhitungan tentang jenis (kualitas) dan jumlah (kuantitas) barang yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan pada periode mendatang. Semakin banyak unit yang akan diproduksi, maka akan semakin besar pula untuk jumlah unit bahan mentah yang dibutuhkan pada proses produksi.
2. Berbagai standar untuk penggunaan suatu bahan dari masing-masing golongan bahan baku pada proses produksi yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan.

2.1.15 Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja diklasifikasikan menjadi dua golongan yaitu tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan tenaga kerja tak langsung (*indirect labor*). Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga yang tidak terlibat pada proses produksi secara langsung yang di mana pada perhitungan biayanya berkaitan pada biaya *overhead* pabrik (Adisaputro dan Asri, 2013:257).

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang secara langsung terlibat pada proses memproduksi barang jadi dan nantinya biayanya dapat dihubungkan pada biaya produksi atau pada produk yang dihasilkan dalam suatu perusahaan (Kana, 2003:105).

Dalam menyusun anggaran tenaga kerja langsung dibuat secara terpisah. Anggaran-anggaran yang berhubungan dengan anggaran tenaga kerja langsung antara lain:

1. Anggaran Jam Tenaga Kerja Langsung

Pada anggaran jam tenaga kerja langsung dibuat untuk merencanakan berapa besarnya jumlah waktu yang diperlukan untuk memproduksi sejumlah produk yang telah dianggarkan oleh perusahaan. Anggaran jam kerja langsung meliputi jenis produksi, bagian-bagian yang terlibat dalam proses produksi, standar jam kerja yang diperlukan untuk tiap jenis produk, dan waktu produksi. Rumus menyusun anggaran jam tenaga kerja langsung sebagai berikut:

$$\text{Jam Tenaga Kerja Langsung} = \text{Unit Produksi} \times \text{Standar Jam TKL}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:76)

2. Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung

Anggaran biaya tenaga kerja langsung dibuat untuk merencanakan berapa banyak jumlah biaya suatu tenaga kerja langsung yang akan dibayarkan untuk memproduksi sejumlah produk yang telah dianggarkan oleh perusahaan. Anggaran biaya tenaga kerja langsung meliputi jam kerja langsung, tarif upah jam kerja langsung, jumlah biaya tenaga kerja langsung, dan waktu produksi. Rumus menyusun anggaran biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} = \text{Jumlah JTKL} \times \text{Tarif Tenaga Kerja Langsung}$$

(Rahayu dan Rachman, 2013:77)

2.1.16 Jenis Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja dibagi menjadi dua jenis antara lain (Adisaputro dan Asri, 2013:259):

1. Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*).
2. Tenaga Kerja Tak Langsung (*Indirect Labor*).

2.1.17 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Tenaga

Kerja Langsung

Sebelum melakukan penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran biaya tenaga kerja langsung yaitu (Munandar, 2001:144):

1. Anggaran unit yang diproduksi. Khususnya mengenai suatu perhitungan tentang jenis (kualitas) dan jumlah (kuantitas) barang yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan pada periode mendatang. Semakin banyak unit yang akan diproduksi, maka akan semakin besar pula untuk upah tenaga kerja langsung yang dibayarkan pada proses produksi.
2. Berbagai jenis standar waktu untuk mengerjakan suatu proses produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
3. Sistem pembayaran upah yang dipakai oleh perusahaan. Pada dasarnya ada tiga sistem pembayaran upah, yaitu:
 - a. Sistem upah menurut waktu lamanya dalam menghasilkan barang jadi.
 - b. Sistem upah menurut unit yang dihasilkan oleh tenaga kerja.
 - c. Sistem upah dengan intensif, yaitu dengan menghitung waktu lamanya bekerja suatu tenaga kerja.

2.1.18 Anggaran Biaya *Overhead* Pabrik

Anggaran biaya *overhead* pabrik adalah segala biaya dalam pabrik yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam rangka melakukan kegiatan dalam proses produksi dan tidak termasuk dalam biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung pada suatu perusahaan (Adisaputro dan Asri, 2013:290).

Biaya *overhead* pabrik merupakan segala biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka melakukan proses produksi dalam pabrik, kecuali pada perhitungan biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung (Kana, 2003:129). Anggaran-anggaran yang mempengaruhi dalam penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik antara lain dapat dirumuskan sebagai berikut:

Biaya tenaga kerja tidak langsung	XXX
Biaya Bahan Penolong	XXX
Biaya air, listrik, & telepon	XXX
Biaya pemeliharaan	XXX
Biaya depresiasi	XXX
Biaya <i>Overhead</i> pabrik	<u>XXX</u>

(Rahayu dan Rachman, 2013:85)

2.1.19 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Biaya

Overhead Pabrik

Sebelum melakukan penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran biaya *overhead* pabrik yaitu (Munandar, 2001:159):

1. *Budget* unit yang diproduksi, khususnya mengenai suatu perhitungan tentang jenis (kualitas) dan jumlah (kuantitas) barang yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan pada periode mendatang. Semakin banyak unit yang akan diproduksi, maka akan semakin besar pula untuk biaya *overhead* pabrik yang dibebankan pada proses produksi.
2. Suatu perusahaan telah menetapkan berbagai standar, yang berkaitan dengan biaya *overhead* pabrik (standart pemakaian biaya bahan penolong, standar pemakaian biaya listrik).
3. Sistem pembayaran upah yang dipakai perusahaan, khususnya upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja tidak langsung.
4. Metode depresiasi yang dipilih oleh suatu perusahaan, khususnya pada perhitungan depresiasi aktiva tetap yang ditetapkan oleh suatu perusahaan.
5. Metode alokasi biaya yang dipilih oleh suatu perusahaan untuk membagi biaya-biaya yang merupakan telah menjadi satu kesatuan menjadi beberapa jenis biaya sesuai dengan tempat dimana biaya tersebut terjadi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan oleh Dwi Yantisari (2021), tentang Penyusunan Anggaran Penjualan pada UMKM Pelangi Food Tangerang. Penelitian ini dilakukan karena tidak adanya anggaran dalam pencatatan keuangan pada UMKM Pelangi Food terutama pada anggaran penjualan dimana anggaran penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam menjalankan keberlangsungan usaha perusahaan. Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu, (1) menganalisa informasi masa lalu dengan SWOT; (2) menyusun anggaran penjualan dengan mengkaji data penjualan UMKM Pelangi Food pada bulan Januari-Juni tahun 2020; (3) berdasarkan data penjualan, penulis akan menguraikan perhitungan forecast penjualan UMKM Pelangi Food menggunakan teknik kuantitatif; (4) data historis diolah menggunakan Metode Trend Setengah Rata-Rata (*Semi Average Method*) dan dapat dilakukan untuk data yang jumlahnya genap, Metode Trend Moment (*Moment Method*), Metode Trend Kuadrat (*Least Square Method*); (5) Menyusun anggaran penjualan berdasarkan Standar Kesalahan Peramalan (SKP).

Hasil analisis dari penelitian tersebut, yaitu: (1) dari hasil peramalan menggunakan tiga metode, yaitu metode *Semi Average*, *Trend Moment*, dan *Least Square*, maka berdasarkan hasil perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) didapatkan bahwa *Trend Moment Method* dan *Least Square Method* lebih tepat digunakan dalam upaya peningkatan penjualan pada UMKM Pelangi Food; (2) berdasarkan hasil penyusunan anggaran penjualan dengan analisis *Least Square*, proyeksi penjualan selalu mengalami peningkatan yang sama setiap bulannya, baik anggaran penjualan periode 2020 maupun anggaran penjualan periode 2021.

Aprilia Widy Ananda (2019) melakukan penelitian tentang Analisis Penyusunan Anggaran Biaya Produksi Sebagai Alat Pengendalian Internal (Studi Kasus pada CV Putra Mataram Wonomulyo). Penelitian ini dipergunakan sebagai alat perencanaan, koordinasi, dan pengawasan dari seluruh kegiatan perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu, (1) menyusun rencana penjualan dengan pertimbangan data penjualan tahun 2019; (2) menyusun rencana produksi

dengan pertimbangan data rencana penjualan 2019; (3) menyusun anggaran biaya bahan baku dengan menghitung kebutuhan bahan baku per bulan; (4) menyusun anggaran biaya tenaga kerja langsung; (5) menyusun anggaran biaya *overhead* pabrik dan dasar perhitungannya yaitu dengan menghitung bahan penolong, alat produksi lainnya, dan mesin pembuatan coklat. Hasil analisis dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penyusunan anggaran biaya produksi CV Putra Mataram belum sesuai dengan penyusunan anggaran biaya produksi kajian teori. Hal ini dapat dilihat dari langkah penyusunan anggaran biaya produksi yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu menyusun rencana produksi terlebih dahulu dan selanjutnya menyusun rencana penjualan. Selain itu, perusahaan tidak menyusun anggaran biaya bahan baku, anggaran biaya tenaga kerja langsung dan anggaran biaya *overhead* pabrik secara rinci.

2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

