

**MANFAAT INFORMASI AKUNTANSI ATAS
PENILAIAN PRESTASI PUSAT PENDAPATAN
PADA PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD COY
UJUNG PANDANG**



O L E H

**Nama ; MUHAMMAD ABBAS
Stambuk ; 4591 013 003
Jurusan ; AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS "45" UJUNG PANDANG**

1996

"JANGANLAH ENKAU SEGAN MELAKUKAN
SUATU KEBAIKAN SEBAB TIADA SUATU
BALASAN DARI SUATU KEBAIKAN
MELAINKAN KEBAIKAN ITU PULA"



SKRIPSI INI
KUPERSEMBAHKAN KEPADA AYAHANDA DAN
IBUNDAKU SERTA ALMAMATERKU YANG TERCINTA

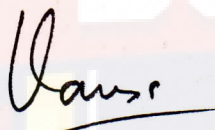
HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : MANFAAT INFORMASI AKUNTANSI ATAS
PENILAIAN PRESTASI PUSAT PENDAPATAN PADA
PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY
UJUNG PANDANG.

NAMA MAHASISWA : MUHAMMAD ABBAS
STAMBUK/NIRM : 4591013003/9911100410087
JURUSAN : AKUNTANSI
PROGRAM STUDY : MANAJEMEN AKUNTANSI

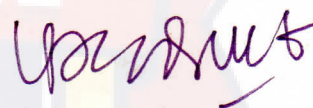
MENYETUJUI,

PEMBIMBING I



(Drs. MANYSUR SAIN DESS, AK)

PEMBIMBING II



(Drs. MARDJUNI, MSi)

MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI UNIVERSITAS "45" UJUNG PANDANG

DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS "45"



(RAMLI MANRAPI, SE, MSi)

KETUA JURUSAN AKUNTANSI



(Drs. MARDJUNI, MSi)

HALAMAN PENERIMAAN

Pada Hari/Tanggal : Selasa / 3 September 1996

Skripsi Atas Nama : **MUHAMMAD ABBAS**

Nomor Stb/Nirm : 4591013003/9911100410087

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas "45" Ujung Pandang untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi.

Panitia Ujian

Pengawas Umum :

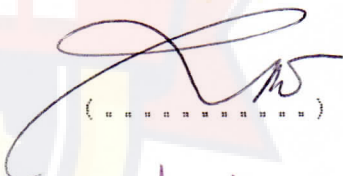
1. DR. ANDI JAYA SOSE, SE, MBA
(Rektor Universitas "45")


(.....)

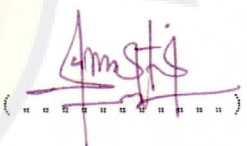
2. PROF. DR. H.A. KARIM SALEH
(Dekan Fak. Ekonomi UNHAS)


(.....)

Ketua : RAMLI MANRAPI, SE,MSi
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45")


(.....)

Sekretaris : MASNAWATI, SE,AK


(.....)

Penguji : 1. Dra. H.SITTI SUHEIMI,AK


(.....)

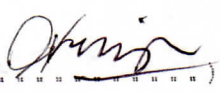
2. Drs. GAGARING PAGALUNG,MS,AK


(.....)


3. Drs. M. NATSIR KADIR, MSi,AK


(.....)

4. HASANUDDIN REMMANG, SE,MSi


(.....)

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhana Wata'ala, oleh karena dengan taufiq dan hidayah-Nyalah sehingga skripsi ini dapat terwujud dan selesai dalam bentuk yang dapat dikatakan sangat sederhana. Meskipun dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun demikian penulis menyadari, sekalipun penulis telah berusaha sekuat mungkin sebagai manusia biasa kemampuan yang penulis miliki amat terbatas.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Drs. Mansyur Cain DESS, Akuntan dan Bapak Mardjuni, SE, MSi, atas kerelaan beliau yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya penulis tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas "45" Ujung Pandang.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas "45"
Bapak Ramli Manrabi, SE, MSi.
3. Ibu Pembantu Dekan I, Ibu Sukmawati, SE, MSi,
Bapak Pembantu Dekan II, Bapak Rafiudin, SE, Bapak
Pembantu Dekan III, Bapak Anwar Ramli, SE.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staf karyawan
Fakultas Ekonomi Universitas "45" Ujung Pandang.

5. Bapak Pimpinan dan staf perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy di Ujung Pandang, atas bantuan yang diberikan dalam rangka penyusunan penulisan skripsi ini.
6. Ayah dan Ibu serta semua keluarga penulis, yang telah mengasuh dan membantu serta memberikan doa restu sehingga penulis dapat menyelesaikan study.
7. Sahabat-sahabat yang baik, yang ada dalam kolega "Pondok Melati (Studio Accounting '91)", terutama sobat Ado, Eno, Alfred Labi, Muslim, Sabar, Ibrahim, Benidiktus Rana Lebar dan serta Adik Nasmiati yang telah memberikan motivasi dan dorongan baik berupa materiil maupun moril dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu memberikan bantuannya baik moril maupun materiil, secara langsung maupun tidak langsung.

Mudah-mudahan Allah SWT memberikan imbalan pahala yang sebesar-besarnya kepada semua pihak. Akhirnya penulis harapkan kiranya tulisan ini dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran demi pembangunan bangsa, negara, dan ilmu pengetahuan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya bagi kita semua.

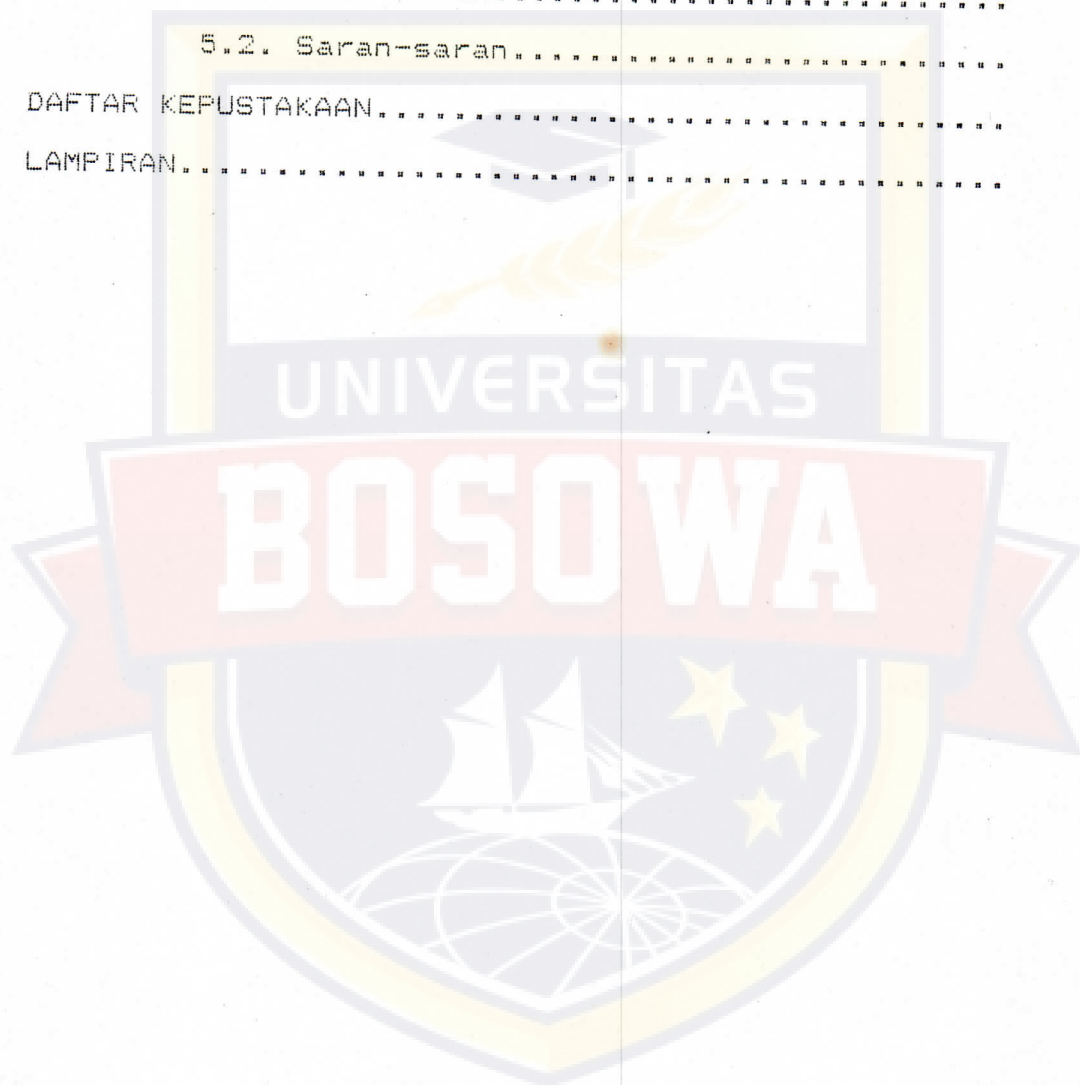
P e n u l i s

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
LAMPIRAN.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pokok Permasalahan.....	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan.....	7
1.3.1. Tujuan Penulisan.....	7
1.3.2. Kegunaan Penulisan.....	7
1.4. Hipotesis Kerja.....	8
BAB II. KERANGKA TEORI.....	9
2.1. Pengertian Informasi Akuntansi.....	9
2.1.1. Informasi.....	9
2.1.2. Akuntansi Manajemen.....	15
2.2. Penggolongan Informasi Akuntansi Manajemen.....	19
2.2.1. Informasi Akuntansi Penuh (Full Accounting Information).....	20
2.2.2. Informasi Akuntansi Differensial (Differential Accounting Information).....	21

2.2.3. Informasi Akuntansi Pertanggung jawaban (Responsibility Accounting Information).....	22
2.3. Prestasi Pusat Pendapatan.....	24
2.3.1. Prestasi.....	25
2.3.2. Pusat Pendapatan.....	27
BAB III. METODOLOGI.....	30
3.1. Daerah Penelitian.....	30
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4. Metode Analisis.....	32
3.4.1. Selisih Harga Jual.....	32
3.4.2. Selisih Kuantitas Penjualan...	32
3.4.3. Selisih Komposisi Penjualan...	32
3.4.4. Selisih Kuantitas Penjualan Final.....	33
3.4.5. Selisih Pasar Industri Pada Penjualan.....	33
3.5. Konsep Operasional.....	33
BAB IV. MANFAAT INFORMASI AKUNTANSI ATAS PENILAIAN PRESTASI PUSAT PENDAPATAN PADA N.V HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG.....	36
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
4.3. Penetapan Penilaian Prestasi Pusat Pendapatan Pada Perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang.....	47

4.4. Perhitungan Perencanaan dan Peng-	
ukuran atas Penilaian Prestasi Pusat	
Pendapatan Berdasarkan Analisa	
Variance (Analisa Selisih).....	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran-saran.....	72
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	74
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel	I. Total Penjualan dan Perolehan Laba (Rugi) Pada N.V. HADJIKALLA TRD. COY Ujung Pandang.....	5
	II. Anggaran Pendapatan dan Biaya Pada N.V. HADJI KALLA TRD. COY Ujung Pandang Tahun 1995	48
	III. Anggaran Biaya Administrasi, Umum dan Pemasaran N.V. HADJI KALLA TRD. COY Ujung Pandang Tahun 1995	49
	IV. N.V. HADJI KALLA TRD. COY NERACA PER 31 DESEMBER 1995.....	52
	V. N.V. HADJI KALLA TRD. COY Perhitungan Rugi Laba Periode 1 Januari - 31 Desember 1995.....	54
	VI. N.V. HADJI KALLA TRD COY Devisi Toyota Sales Anggaran Penjualan 1995.....	59
	VII. N.V. HADJI KALLA TRD COY Devisi Toyota Sales Realisasi Penjualan 1995.....	60
	VIII. Hasil Perhitungan Metode Analisa Selisih Untuk Penilaian Prestasi Pusat Pendapatan Pada N.V. HADJI KALLA TRD. COY Ujung Pandang Tahun 1995.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I. Badan Organisasi dan sistem Informasi..	14
II. Badan Struktur Organisasi N.V. HADJI KALLA TRD. COY (Dealer Toyota) Ujung Pandang.....	41



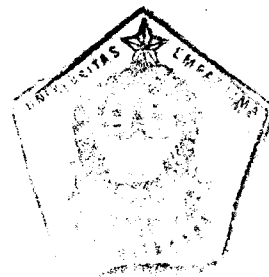
DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN	Anggaran dan Realisasi Penjualan Untuk Tahun 1995 pada N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang.....	75
----------	---	----



BAB I
PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor yang menjadi pusat perhatian perusahaan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai badan usaha pencarian laba atau profit untuk menunjang kesinambungan aktivitas perusahaan adalah sektor teknologi informasi. Dimana dalam kemajuan sektor teknologi informasi dewasa ini ditandai dengan semakin meningkatnya para pesaing-pesaing bisnis untuk mencari peluang pangsa pasar yang empuk untuk menanamkan modalnya dalam memasarkan berbagai jenis merk dagang yang diperjual belikan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha bisnis dagang, begitu pula adanya pertumbuhan dan perkembangan industri serta adanya peningkatan pendapatan masyarakat.

Sejalan dengan perkembangan kemajuan dewasa ini telah banyak membawa perubahan baik dibidang teknologi maupun bidang-bidang perekonomian yang semakin kompleks dengan teknologi canggih, demikian pula dengan timbul dan berkembangnya berbagai perusahaan dengan berbagai badan hukum yang berkembang dengan pesat.

Dewasa ini, telah banyak kita jumpai perusahaan yang bergerak dalam bidang atau berbagai sektor dalam mengelola sumber daya alam yang ada, baik yang didirikan

oleh pihak pemerintah dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Olehnya itu kebanyakan dari perusahaan para managernya mempertahankan kontinuitas perusahaan dengan berusaha memperoleh keuntungan yang optimal. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka diperlukan adanya manajemen yang efisien dan mampu menciptakan suatu rangkaian kerja sama yang terorganisir dengan baik antara masing-masing fungsi yang ada didalam perusahaan untuk menunjang keselarasan kerja yang optimal.

Suatu kriteria yang penting dalam penyusunan organisasi perusahaan, yakni adanya suatu pemisahan fungsi yang bebas dan berdiri sendiri, sehingga dapat menyajikan informasi akuntansi yang relevan mengenai keadaan dan posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode akuntansi.

Olehnya itu dalam menunjang kesuksesan bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan dibutuhkan adanya suatu informasi untuk pelaksanaan akuntansi yang dapat berfungsi dengan baik, sebab seperti diketahui dewasa ini peranan informasi akuntansi sebagai salah satu alat pengambilan keputusan ekonomi (Economic Decision Making) dan keuangan semakin didasari oleh para pemakai laporan keuangan, sehingga peranan informasi akuntansi dalam membantu melancarkan tugas-tugas manajemen sangat

menonjol, khususnya dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengukuran untuk menilai prestasi pusat pendapatan dalam organisasi perusahaan. Itulah sebabnya informasi akuntansi sangatlah diperlukan bagi perusahaan dalam menunjang aktivitasnya, karena informasi tersebut adalah merupakan suatu masalah yang sangat penting bagi perusahaan dalam proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan data keuangan dari suatu organisasi perusahaan.

Untuk mengetahui apakah peran informasi akuntansi dalam suatu perusahaan telah berfungsi dengan baik atau tidak, maka diperlukan suatu prosedur audit khususnya prosedur tentang tata cara penyajian data-data keuangan dalam suatu laporan akuntansi yang merupakan suatu bagian penting dari suatu perusahaan untuk mengetahui kebenaran penerapan akuntansi yang telah dihasilkan untuk penyajian laporan keuangan yang telah disusun pada periode akuntansi.

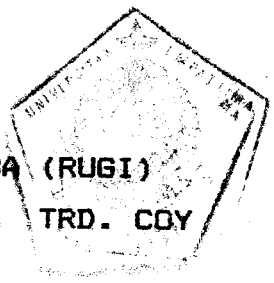
Salah satu perusahaan yang dikelola oleh perusahaan swasta adalah perusahaan NV HADJI KALLA TRD. COY yang menjadi obyek penelitian bagi penulis.

Sesuai dengan izin pemerintah, perusahaan ini bergerak dalam bidang Main Dealer Toyota dan Perdagangan. Dimana perusahaan melayani berbagai macam aktivitas usaha dan membangun dibidang prasarana. mulai dari usaha bisnis

mobil, transport darat, pelayaran, membangun pengairan, jalan, jembatan, airport, tetapi dari sekian banyaknya jenis usaha yang dimiliki dari perusahaan ini penulis hanya mengkonsentrasikan diri pada jenis usaha Main Dealer Toyota dan perdagangan yang berkantor pusat di jalan Hos. Cokroaminoto No. 27 Ujung Pandang. Untuk lebih memudahkan bagi penulis dalam menilai prestasi pusat pendapatan untuk perencanaan dan pengukuran bagi perusahaan dengan menggunakan alat bantu informasi akuntansi yang lebih banyak berperan dalam penilaian suatu prestasi aktivitas keuangan perusahaan. Dimana kegiatan aktivitas perusahaan ini sebagai pusat pemasaran di Ujung Pandang dapat melayani pemasaran baik di dalam daerah Sulawesi-Selatan yang meliputi daerah Ujung Pandang, Kendari, Palu, Pare-pare, Sidrap, Pinrang, Soppeng, Polmas, Palopo, Bone, Bulukumba, Sengkang, Tana Toraja, Poso, dan Kolaka.

Dengan daerah pemasaran yang cukup luas ini dimaksudkan untuk menunjang volume penjualan, karena dengan volume yang tinggi dapat pula menunjang volume kenaikan tingkat pendapatan, yang berarti dapat pula meningkatkan laba perusahaan.

Perkembangan perusahaan dapat kita lihat melalui data berikut ini, yang secara sepintas menggambarkan tingkat perolehan laba melalui hasil penjualan selama data lima tahun terakhir pada perusahaan NV. HADJI KALLA TRD. COY di Ujung Pandang.



TABEL I
DATA PENJUALAN DAN PEROLEHAN LABA (RUGI)
PADA PERUSAHAAN NV. HADJI KALLA TRD. COY
DI UJUNG PANDANG

TAHUN	PENJUALAN (Rp)	LABA (RUGI) (Rp)
1991	123.245.375.600,-	22.112.575.632,15
1992	234.305.200.325,-	12.205.435.512,18
1993	345.425.215.565,-	122.311.385.401,20
1994	536.547.125.455,-	301.421.425.311,35
1995	657.998.085.181,-	472.501.692.489,43

Sumber : NV. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa volume penjualan dari tahun ketahun semakin meningkat, sehingga dapat menyebabkan adanya kenaikan laba pertahunnya selama data lima tahun terakhir.

Menyadari akan pentingnya peningkatan pendapatan bagi perusahaan untuk menjaga kesinambungan aktivitas dan operasionalnya, maka dianggap perlu adanya informasi akuntansi untuk perencanaan dan pengukuran prestasi pusat pendapatan bagi perusahaan.

Upaya untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi bukanlah suatu hal yang mudah melainkan harus diupayakan

sedemikian rupa dengan mendaya gunakan secara cermat bagi informasi akuntansi penjualan, karena antara penjualan dan pendapatan adalah saling berkaitan erat satu sama lain, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Salah satu informasi yang penting adalah informasi akuntansi yang berasal dari dalam perusahaan. Dimana informasi tersebut dapat digunakan oleh manajemen untuk mengelola dan mengendalikan aktivitas perusahaan serta meningkatkan kegiatan usaha guna mencapai keuntungan yang maksimal. Dengan tujuan itulah maka diperlukan adanya informasi akuntansi untuk dapat menilai prestasi pusat pendapatan melalui suatu perencanaan dan pengukuran profitabilitas yang tepat.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penulisan skripsi yakni " Manfaat Informasi Akuntansi Atas Penilaian Prestasi Pusat Pendapatan Pada Perusahaan NV. HADJI KALLA TRD. COY " di Ujung Pandang, yang kemudian nantinya merupakan suatu penajakan untuk dipraktekkan dalam perusahaan tersebut diwaktu yang akan datang.

1.2. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dimuka maka timbul masalah yang harus mendapat perhatian dan mencari pemecahan yang tepat terhadap masalah tersebut.

Adapun yang menjadi pokok permasalahan yang mendasari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

" Sejahtera mana penerapan informasi akuntansi atas penilaian prestasi pusat pendapatan dalam proses perencanaan dan pengukuran tingkat laba yang tepat ".

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui sejauh mana pihak manajemen perusahaan telah memanfaatkan informasi akuntansi untuk penilaian prestasi pusat pendapatan.
2. Untuk mengetahui sampai sejauh mana informasi akuntansi dikelola dan diaplikasikan dalam tugas manajemen dalam penilaian prestasi pusat pendapatan secara tepat.
3. Untuk mengetahui sampai sejauh mana evaluasi yang telah dilakukan terhadap prestasi pencapaian tujuan yang direncanakan dengan bantuan informasi akuntansi.

1.3.2 Kegunaan Penulisan

1. Sebagai sumbangan pemikiran dalam memecahkan permasalahan yang terjadi dalam masyarakat serta praktek akuntansi pada khususnya terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Menambah Kepustakaan yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi.

1.4. Hipotesis Kerja

Berdasarkan pada pokok permasalahan dan rumusan masalah tersebut diatas, maka dapatlah penulis mengambil satu rujukan pada hipotesis sebagai berikut :

" Diduga bahwa perusahaan belum menerapkan pemanfaatan informasi akuntansi yang tepat dalam proses penilaian prestasi pusat pendapatan".



BAB II

KERANGKA TEORI

2.1. Pengertian Informasi Akuntansi

Sebelum membahas pengertian informasi akuntansi, terlebih dahulu kita mengikuti penjelasan mengenai beberapa istilah yang terkait langsung dalam penulisan Skripsi tersebut.

2.1.1 Informasi

Dalam penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk atau jasa, selain mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan juga akan mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut. Olehnya itu suatu usaha atau rencana baik oleh program maupun perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan akan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki seperti tenaga kerja yang profesional dan sumber ekonomi lainnya secara efektif dan efisien.

Untuk itulah suatu perusahaan memerlukan informasi mengenai sumber-sumber tersebut dan hasil yang dicapai dari penggunaan sumber-sumber tersebut dan hasil yang dicapai dari penggunaan sumber-sumber itu. Dan informasi yang diperlukan itu akan dapat diperoleh dari data perusahaan tersebut, dalam arti informasi yang diperlukan itu menyangkut data keuangan dalam rangka membuat keputusan ekonomi.

Dari uraian diatas dapatlah kita menarik suatu kesimpulan bahwa suatu data yang diperoleh akan diolah sedemikian rupa untuk kemudian akan menghasilkan suatu jenis informasi.

Hal ini lebih diperjelaskan lagi oleh defenisi yang dikemukakan oleh R.A. Supriyono dalam buku Akuntansi Manajemen (Struktur Pengendalian Manajemen, 1991,3)

Mengenai informasi tersebut sebagai berikut :

" Secara umum, informasi dapat didefinisikan sebagai suatu fakta, data, observasi, persepsi atau sesuatu lainnya yang menambah pengetahuan. Dari sudut sistem informasi perlu dibedakan antara data dan informasi. Data adalah fakta-fakta dan gambaran-gambaran yang belum dapat digunakan dalam proses pembuatan keputusan. Ditinjau dari sistem informasi, informasi adalah data yang sudah diolah sehingga siap digunakan untuk membuat kesimpulan, argument, peramalan atau keputusan dan tindakan ".

Sedangkan Zaki Baridwan dalam bukunya Sistem Informasi Akuntansi (1989, 4) memberikan pengertian data dan informasi sebagai berikut :

" Data dapat diartikan sebagai kumpulan karakter, fakta atau jumlah-jumlah yang merupakan masukan (input) bagi suatu sistem informasi, yang biasanya data ini belum dapat digunakan sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan oleh manajemen sedangkan informasi merupakan keluaran (Output) dari suatu proses pengolahan data, output ini biasanya sudah tersusun dengan baik dan mempunyai arti bagi yang menerimanya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan oleh manajemen ".

Olehnya itu informasi merupakan sumber daya yang sangat penting bagi perusahaan. Dimana informasi tidak hanya diperlukan oleh pihak-pihak di luar perusahaan, pihak didalam perusahaan atau pihak intern meliputi para manajer dan karyawan. Para manajer menggunakan berbagai informasi untuk menyusun perencanaan, mengawasi jalannya perusahaan dan mengadakan evaluasi terhadap prestasi karyawan, bagian dan divisi. Sedang pihak di luar perusahaan yang memerlukan informasi antara lain adalah pembeli dan pengguna jasa, investor, kreditur, pemasuk, pesaing dan kantor pajak. Pembeli atau pengguna jasa ingin mengetahui barang atau jasa apa saja yang tersedia, bagaimana cara membelinya dan dengan harga berapa. Investor ingin mengetahui prospek perusahaan untuk memutuskan apakah perlu menanamkan uangnya kedalam perusahaan tersebut atau tidak. Kreditur pasti akan menyelidiki dan mengevaluasi berbagai informasi tentang perusahaan sebelum mereka memberi kredit atau pinjaman.

Pemasuk ingin mengetahui barang atau jasa apa saja yang dapat mereka tawarkan kepada perusahaan. Pesaing adalah salah satu pihak yang selalu memonitor kegiatan perusahaan. Mereka sering kali rela mengeluarkan biaya besar hanya untuk mendapatkan informasi tertentu. Tidak kalah giatnya, kantor pajak ingin mengetahui berapa banyak penghasilan perusahaan yang harus dikenai pajak. Sehingga dengan informasi masing-masing pihak dapat mengambil keputusan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Informasi yang berguna bagi pemakainya dihasilkan oleh sistem informasi yang baik. Informasi yang baik adalah informasi yang dapat dipercaya. Informasi yang disediakan menyangkut hal-hal yang relevan saja. Sistem informasi yang baik dirancang dengan baik pula, disertai dengan kerja sama berbagai pihak yang terlibat.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa informasi merupakan salah satu sumber daya suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki informasi yang baik mempunyai daya saing yang baik pula. Sebagai contoh, suatu perusahaan menurunkan harga barangnya sebesar sepuluh persen dengan tujuan meningkatkan penjualan. Perusahaan ini harus tahu benar bahwa penurunan harga ini tidak menyebabkan perusahaan menderita rugi. Satu-satunya cara adalah dengan mengetahui semua informasi yang diperlukan

untuk menurunkan harga, dalam hal ini meliputi cost barang, barang yang tersedia dan beberapa tambahan volume penjualannya.

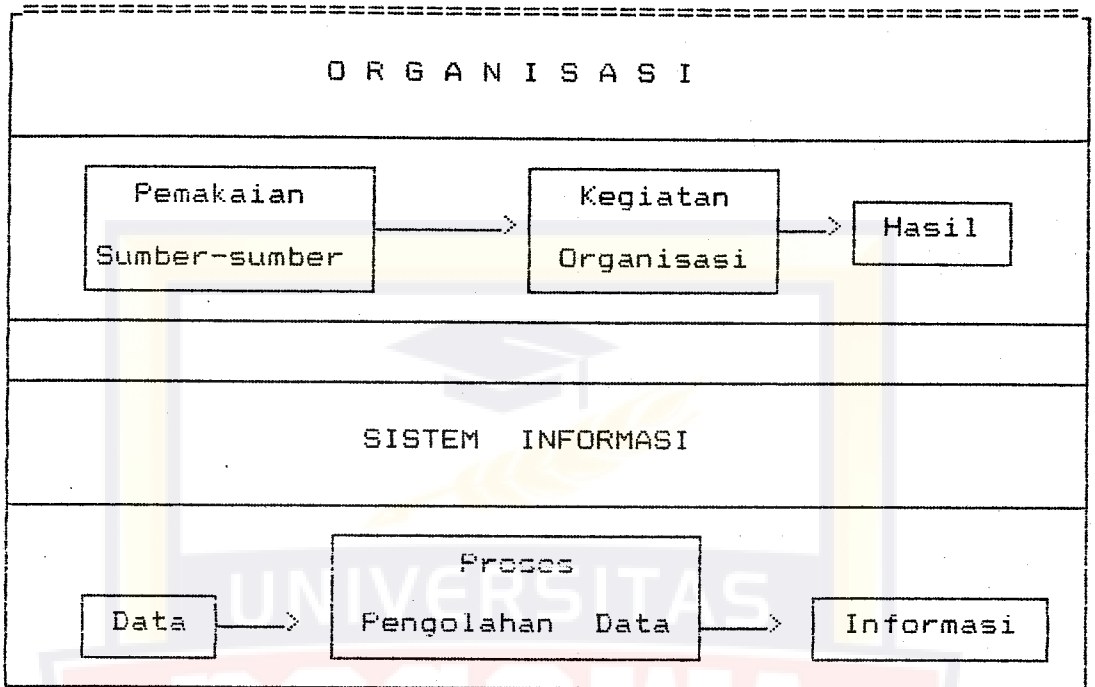
Dengan demikian dapat diungkapkan, bahwa informasi sebenarnya terdiri dari dua pengertian yang berhubungan erat yaitu data dan informasi. Dimana data merupakan fakta atau jumlah-jumlah yang merupakan masukan bagi suatu sistem informasi, dan informasi merupakan keluaran dari suatu proses pengolahan data untuk dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam pengambilan keputusan guna mencapai tujuan pokok perusahaan.

Berikut akan disajikan diagram kegiatan organisasi perusahaan dan sistem informasi menurut R.A. Supriyono dalam bukunya Akuntansi Manajemen (Struktur Pengendalian Manajemen 1991, 2)

Sehubungan dengan kegiatan perusahaan dalam kaitannya dengan informasi itu sendiri sebagai berikut :

GAMBAR I

BAGAN ORGANISASI DAN SISTEM INFORMASI



Sumber : AKUNTANSI MANAJEMEN 2

Informasi dalam suatu organisasi dapat digolongkan menjadi :

1. Informasi Kuantitatif
2. Informasi NonKuantitatif

Informasi Kuantitatif adalah merupakan informasi yang disajikan berbentuk fakta atau angka-angka yang dapat dihitung, sedangkan Informasi NonKuantitatif merupakan kebalikan dari informasi kuantitatif yaitu informasi yang tidak dapat dihitung yang disajikan bukan dalam bentuk angka-angka melainkan berupa keterangan-keterangan yang dapat membantu pembaca laporan keuangan untuk memahami laporan tersebut.

Informasi kuantitatif dibedakan lagi menjadi dua macam informasi yaitu :

- a. Informasi Akuntansi
- b. Informasi Non Akuntansi

Informasi Akuntansi biasanya merupakan informasi yang dalam penyajiannya berbentuk satuan uang (moneter), sedang Informasi Non Akuntansi biasanya disajikan bukan dalam bentuk angka-angka melainkan berbentuk laporan yang biasanya disertakan dalam laporan keuangan untuk membantu memahami laporan akuntansi. Informasi Akuntansi dikelompokkan lagi menjadi 3 bagian, yaitu :

- Informasi Operasi
- Informasi Akuntansi Keuangan
- Informasi Akuntansi Manajemen

Masing-masing informasi tersebut dapat disajikan atau dirinci lagi menjadi unsur-unsur yang lebih detail yang menunjukkan kegunaannya.

2.1.2 Akuntansi Manajemen

Sebelum menjelaskan mengenai pengertian Akuntansi Manajemen, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai pengertian dari akuntansi itu sendiri. Zaki Baridwan dalam bukunya *Intermediate Accounting*, mengutip pengertian akuntansi yang dikeluarkan oleh American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) (edisi 6, 1990,1) sebagai berikut :

(Terjemahan)

" Akuntansi adalah suatu kegiatan jasa, fungsinya adalah menyediakan data kuantitatif, terutama yang mempunyai sifat keuangan dari kesatuan usaha ekonomi yang dapat digunakan pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dalam memilih alternatif dari suatu keadaan ".

Sedangkan R.A. Supriyono dalam bukunya Akuntansi Manajemen (Struktur Pengendalian Manajemen) 2, (1991,4) sebagai berikut :

" Akuntansi adalah proses pencatatan dan penggolongan, perincian dan pengujian informasi ekonomi suatu organisasi kepada para pemakai informasi agar bermanfaat untuk pembuatan pertimbangan-pertimbangan dan keputusan ".

Dari kedua defenisi tersebut yang telah dikemukakan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Obyek kegiatan akuntansi adalah transaksi keuangan, yaitu peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian yang menyangkut aktiva, hutang, dan modal yang dinyatakan dalam satuan uang.
- 2) Kegiatan akuntansi terdiri dari perencanaan, penggolongan, peringkasan dan penyajian transaksi keuangan.

Akuntansi yang tujuan pokoknya menghasilkan laporan keuangan biasanya terdiri dari neraca, laporan rugi/laba dan laporan perubahan modal, disebut Akuntansi keuangan (Financial atau General Accountang).

Pemakai laporan keuangan suatu perusahaan dan pihak eksternal perusahaan. Pihak internal dalam hal ini yang

dimaksudkan adalah para manajer (manajemen) perusahaan yang bersangkutan untuk melaksanakan fungsi manajemen, sedangkan pihak eksternal perusahaan yaitu investor dan calon investor, kreditur dan calon kreditur, instansi pemerintah dalam hal ini yang berkaitan dengan pajak dan sebagainya. Namun hal ini kita hanya akan membahas mengenai pemakaian laporan keuangan yang merupakan pihak internal perusahaan yaitu manajemen perusahaan dan hubungannya dengan informasi akuntansi.

Jika tujuan perusahaan lebih diketahui maka pimpinan perusahaan bertugas untuk menentukan produk-produk yang akan diproduksi yang sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal, efektif dan efisien.

Salah satu faktor yang mendukung tugas manajemen tersebut adalah dengan adanya penyajian laporan keuangan yang akurat dan dapat dipercaya serta sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam standar Akuntansi keuangan (S A K). Dengan adanya laporan keuangan seperti yang telah dijelaskan diatas maka manajemen dapat menetapkan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Adapun akuntansi yang digunakan oleh manajemen atau pihak internal perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan di sebut Akuntansi Manajemen. Hal ini diperjelas oleh Abdul Halim dan

Bambang Supomo dalam bukunya Akuntansi Manajemen memberikan defenisi akuntansi manajemen (1990,3) sebagai berikut :

" Akuntansi Manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen yang untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen ".

Dari defenisi diatas dapat dijelaskan bahwa informasi akuntansi manajemen memberikan informasi keuangan untuk manajemen yang digunakan untuk pengambilan keputusan manajemen dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Jadi akuntansi manajemen memerlukan informasi keuangan lebih terperinci yang mencakup informasi keuangan dari masing-masing bagian yang ada pada perusahaan.

Selanjutnya R.A. Supriyono dalam bukunya akuntansi manajemen (Struktur Pengendalian Manajemen) 2 memberikan defenisi akuntansi manajemen (1991,6) sebagai berikut :

" Akuntansi manajemen adalah proses dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk menyediakan informasi bagi para manajer untuk perencanaan, pengkoordinasian dan pengendalian kegiatan organisasi ".

Jadi disini pengertian dari akuntansi manajemen lebih dipersempit dengan memasukkan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengkoordinasian dan pengendalian kegiatan organisasi. Dengan demikian akuntansi manajemen sangat diperlukan untuk memberikan masukan bagi manajer

dalam melaksanakan tugas-tugas yang harus dijalankan mulai dari perencanaan sampai pada pencapaian tujuan organisasi perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat disampaikan bahwa akuntansi tidak dapat dipisahkan dari tugas seorang manajer dalam melaksanakan tugas-tugasnya terutama untuk perencanaan dan pengendalian untuk menilai suatu prestasi pusat pendapatan. Dengan adanya informasi akuntansi manajemen mengenai operasi-operasi maka pimpinan atau manajemen dapat mengambil tindakan-tindakan positif yang dapat membantunya dalam mengelola perusahaan secara menguntungkan.

2.2. Penggolongan Informasi Akuntansi Manajemen

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas bahwa akuntansi manajemen diperuntukkan bagi manajemen didalam pengambilan keputusan-keputusan yang berkaitan dengan fungsi manajemen. Untuk itulah maka informasi akuntansi manajemen dibagi lagi atau digolongkan agar memudahkan dalam pembahasan ini.

Pada akuntansi manajemen, informasi akuntansi manajemen disusun berdasarkan tiga tipe akuntansi manajemen yaitu informasi akuntansi penuh (full accounting Information), informasi akuntansi differensial (Differencial Accounting Informatoin) informasi akuntansi pertanggungjawaban (Responsibility Accounting Information).

Ketiga golongan atau tipe informasi tersebut meliputi

informasi mengenai pendapatan, biaya dan aktiva, yang meliputi informasi masa lalu dan masa yang akan datang bermanfaat bagi manajemen dalam melakukan perencanaan dan pengukuran atau pengendalian untuk mendapatkan laba.

2.2.1 Informasi Akuntansi Penuh (Full Accounting Information)

Tipe informasi akuntansi penuh ini menyajikan mengenai total biaya, total pendapatan dan total aktiva baik pada masa lalu maupun pada masa yang akan datang. Informasi akuntansi penuh yang bersifat historis bermanfaat untuk menyusun laporan keuangan pada pihak luar (Eksternal), menganalisis prestasi masing-masing manajer didalam perusahaan dan untuk menentukan harga jual produk atau penyerahan jasa yang disepakati suatu kontrak jual beli. Sedangkan informasi akuntansi penuh masa yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan perencanaan, khususnya perencanaan jangka panjang (penyusunan program), dan untuk penetapan harga jual.

Dari penjelasan tersebut diatas dapat kita perjelas bahwa informasi akuntansi lebih memprioritaskan pada penggunaan biaya produksi perusahaan. Hal ini disebabkan oleh karena sebagian besar keputusan yang diambil manajemen memerlukan informasi biaya dalam informasi biaya yang dimaksud adalah pola

perubahan biaya dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas perubahan misalnya volume produksi atau volume penjualan.

2.2.2 Informasi Akuntansi Differensial (Differential Accounting Information)

Informasi akuntansi differensial merupakan tipe informasi akuntansi yang menyajikan informasi mengenai taksiran pendapatan, biaya dan aktiva yang berbeda dalam pemilihan suatu tindakan. Jadi informasi akuntansi differensial sangat diperlukan dalam pemilihan alternatif. Karena informasi differensial dibutuhkan untuk pemilihan tindakan alternatif maka informasi akuntansi ini berkaitan dengan masa yang akan datang pada tipe informasi ini tidak ada informasi masa lalu.

Sebagai informasi untuk membuat keputusan, informasi akuntansi differensial yang berorientasi pada masa yang akan datang dan merupakan informasi mengenai perbedaan diantara alternatif yang dihadapi oleh pembuatan keputusan.

Dari karakteristik diatas dapat dijelaskan bahwa informasi akuntansi differensial merupakan informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam memilih alternatif yang ada untuk memilih alternatif yang terbaik dalam pengambilan keputusan yang akan digunakan pada masa yang akan datang. Jadi jelasnya bahwa penerapan konsep

differensial dalam pengambilan keputusan dengan cara memilih alternatif, mengisyaratkan bahwa hanya pendapatan dan biaya differensial merupakan informasi yang relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh manajemen.

2.2.3 Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban (Responsibility Accounting Information)

Akuntansi pertanggungjawaban menyajikan informasi mengenai biaya, pendapatan, laba dan investasi yang dikaitkan dengan suatu unit departemen di dalam perusahaan. Masing-masing bagian dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggung jawab terhadap bagian-bagian yang bersangkutan dan bagian-bagian tersebut merupakan pusat pertanggungjawaban. Sesuai dengan struktur pengendalian manajemen, pusat pertanggungjawaban didalam organisasi menjadi :

1. Pusat Biaya
2. Pusat Pendapatan
3. Pusat Laba
4. Pusat Investasi

Masing-masing pusat pertanggungjawaban tersebut dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggung jawab yang di pimpinnya. Dalam informasi akuntansi pertanggungjawaban masa lalu dan informasi akuntansi pertanggungjawaban masa depan.

Informasi pertanggungjawaban masa lalu bermanfaat untuk menganalisis prestasi masing-masing manajer pusat

pertanggungjawaban dan membantu membangkitkan motivasi para manajer pusat pertanggungjawaban. Sedangkan informasi akuntansi pertanggungjawaban masa depan bermanfaat dalam kegiatan perencanaan khususnya perencanaan tahunan yang dikenal dengan nama anggaran atau budget.

Pusat biaya adalah suatu pertanggungjawaban atau suatu unit organisasi yang prestasi manajernya diukur atas dasar biaya dalam pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.

Pusat pendapatan adalah merupakan pusat pertanggungjawaban yang prestasi manajernya dinilai berdasarkan pendapatan pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya. Pusat pendapatan sebenarnya juga merupakan pusat biaya tetapi ukuran prestasinya yang paling penting adalah pendapatan yang dihasilkannya.

Pusat laba merupakan yang masukan dan kekuasaannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya.

Pusat laba umumnya terdapat pada organisasi yang dibagi - bagi berdasarkan devisi penghasil laba atau yang biasa disebut organisasi divisional, dalam organisasi divisional ini manajer diberi tanggungjawab terhadap fungsi produksi pemasaran sekaligus sehingga manajer tersebut bertanggungjawab terhadap laba yang dihasilkan divisinya. Organisasi

divisional yang biasanya ditetapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa tersebut merupakan pusat laba.

Pusat investasi merupakan perluasan dan pengukuran prestasi pusat laba. Dalam pusat investasi prestasi manajernya dinilai berdasarkan laba yang dihasilkan dikaitkan dengan investasi yang ditanamkan pada pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya, rasio antara laba dengan investasi tersebut dapat digunakan membandingkan prestasi dari masing-masing pusat investasi.

Dari penjelasan diatas maka kita dapat menarik suatu kesimpulan bahwa informasi akuntansi pertanggungjawaban dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggung jawab terhadap pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya dimana prestasi masing-masing manajer tersebut dapat dinilai berdasarkan pusat pertanggungjawaban yang merupakan tanggung jawab mereka. Suatu pertanggungjawaban dibentuk untuk mencapai salah satu atau beberapa tujuan, tujuan suatu pusat pertanggungjawaban di harapkan dapat membantu pencapaian tujuan suatu organisasi secara menyeluruh.

2.3. Prestasi Pusat Pendapatan

Sebelum membahas lebih jauh tentang prestasi pusat pendapatan terlebih dahulu kita mengikuti penjelasan

mengenai beberapa istilah yang terkandung dalam pengukuran tersebut.

2.3.1 Prestasi

Dalam suatu usaha atau rencana baik oleh program maupun perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari suatu tujuan, dimana tujuan tersebut adalah bagaimana cara untuk menilai kegiatan akhir dari suatu usaha yakni tentang perolehan laba tentunya sesuai dengan tujuan utama dari suatu perusahaan. Oleh karenanya diperlukan suatu pusat pertanggungjawaban untuk menilai setiap unit kerja dalam organisasi yang dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggung jawab.

Dalam kaitan ini, suatu organisasi perusahaan kita umpamakan sebagai kumpulan dari beberapa pusat pertanggungjawaban yang digambarkan sebagai kotak-kotak dalam bagan organisasi didalam menilai prestasi kerja dari setiap bagian-bagian yang ada dalam suatu lingkup organisasi perusahaan.

Akuntansi pertanggungjawaban sebagai suatu alat manajer didalam menilai prestasi kerja organisasi. Yang mana menyajikan informasi mengenai keadaan pendapatan, biaya, dan atau aktiva yang dikaitkan dengan suatu bagian atau unit dalam perusahaan. Masing-masing bagian suatu atau unit dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggung jawab terhadap bagian yang bersangkutan.

Dimana bagian-bagian tersebut sebagai pusat-pusat pertanggungjawaban untuk menilai prestasi antar bagian-bagian yang ada dalam lingkup suatu organisasi.

Berikut akan disajikan pengertian prestasi menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia Modern karangan Muhammad Ali, (1990.23) sebagai berikut :

" Prestasi adalah hasil yang telah dicapai, dilakukan, dikerjakan dan sebagainya ".

Sedang menurut R.N. Anthony, J Dearden, N.M. Bedford dalam bukunya Management Control System, terjemahan Ir Maulana MSM (Sistem Pengendalian Manajemen)

(edisi 5, 1993.199) sebagai berikut :

" Konsep-konsep yang dipakai untuk menilai prestasi kerja dari suatu pusat pertanggungjawaban adalah efisiensi efektivitas ".

Didalam efisiensi merupakan perbandingan antara keluaran dengan masukan atau jumlah keluaran yang dihasilkan dari satu unit input yang kita gunakan, dan efektivitas adalah hubungan antara keluaran suatu pusat pertanggungjawaban dengan sasaran yang harus dicapai.

Pada kebanyakan pusat pertanggungjawaban, pengukuran efisiensi dan efektivitas dapat dikembangkan dengan cara membandingkan antara kenyataan biaya yang dipergunakan dengan standar pembiayaan yang telah ditetapkan, yaitu gambaran tentang tingkat biaya tertentu yang dapat mengepresikan berapa besar biaya yang

diperlukan untuk dapat menghasilkan sejumlah keluaran tertentu.

Setiap pusat pertanggungjawaban mengolah masukan (input) menjadi keluaran (output). Masukan yang diolah pusat pertanggungjawaban dapat berupa : bahan baku, tenaga kerja, dan berbagai macam jasa yang lain. Sedangkan keluaran yang dihasilkan oleh setiap pusat pertanggungjawaban dapat berupa produk atau jasa lain, yang akan ditransfer kepusat pertanggungjawaban yang lain dan atau dijual kepihak diluar perusahaan. Dalam hal ini efektivitas diukur berdasarkan kaitan antara keluaran pusat pertanggungjawaban dengan tujuan atau target yang ditetapkan, sedangkan efisiensi adalah perbandingan antara keluaran dengan masukan pusat pertanggungjawaban.

Akuntansi pertanggungjawaban menyajikan informasi mengenai masukan yang diolah dan keluaran yang dihasilkan pusat pertanggungjawaban. Dimana masukan diukur dalam satuan uang yang disebut dengan biaya, sedangkan keluaran diukur dalam satuan uang yang disebut pendapatan.

2.3.2 Pusat Pendapatan

Pada pusat pendapatan, tingkat keluaran diukur dalam bentuk nilai uang, tetapi tidak ada usaha formal yang dilakukan untuk mengaitkan masukan atau biaya dengan keluaran yang dihasilkan. Pusat pendapatan terutama banyak dijumpai pada organisasi pemasaran.

Anggaran atau target penjualan telah dipersiapkan atau

direncanakan terlebih dahulu, dimana gunanya adalah untuk mengukur transaksi-transaksi penjualan yang sudah dilakukan atau diorder pembelian yang sudah tercatat dalam rangka kegiatan pusat pendapatan secara keseluruhan dan juga mencatat hasil kegiatan dari masing-masing wiraniaga yang melaksanakan aktivitas tersebut. Kemudian hasil-hasil nyata dari seluruh kegiatan tersebut dibandingkan dengan nilai tertentu yang lebih ditetapkan sebelumnya dalam suatu anggaran. Untuk lebih jelasnya pengertian pusat pendapatan dapat dikutip dari buku Akuntansi Manajemen karangan Abdul Halim dan Supomo (edisi I), (1994,129) sebagai berikut :

" Pusat pendapatan adalah pusat pertanggungjawaban yang prestasi manajernya dinilai berdasarkan pendapatan pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya ".

Pusat pendapatan sebenarnya juga merupakan pusat biaya, tetapi ukuran prestasinya yang paling penting adalah pendapatan yang dihasilkannya.

Departemen pemasaran umumnya merupakan contoh pusat pendapatan dan sekaligus merupakan pusat biaya (diskresionari). Dimana prestasi departemen pemasaran diukur berdasarkan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa. Sebagai pusat biaya diskresionary, departemen pemasaran dapat pula diukur berdasarkan biaya yang dikeluarkannya, tetapi biaya tersebut tidak dapat dikaitkan dengan pendapatan yang

dihasilkan oleh departemen tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ukuran prestasi pusat pendapatan pada akuntansi pertanggungjawaban yakni bagaimana cara mengolah masukan (input) menjadi keluaran (output) dengan membandingkan antara selisih anggaran penjualan dengan realisasi anggaran secara efektif dan efisien.



BAB III

M E T O D O L O G I

3.1. Daerah Penelitian

Daerah penelitian yang penulis pilih adalah Kotamadya Ujung Pandang, atau tepatnya pada perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran Main Dealer Toyota, yakni perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy yang berlokasi di jalan Hos. Cokroaminoto No. 27 Ujung Pandang. Pemilihan tempat ini dengan alasan bahwa penulis berdomisili di Kotamadya Ujung Pandang, pertimbangan lain adalah bahwa perusahaan ini mempunyai potensi yang cukup luas dan masih dapat berkembang sesuai dengan perkembangan dan pembangunan bangsa serta penulis mudah mendapatkan data yang diperlukan sesuai dengan judul skripsi.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini digunakan jenis dan sumber data sebagai berikut :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang ada hubungannya dengan penulisan seperti pimpinan perusahaan, kepala bagian keuangan dan responden-responden yang memberikan data tentang perusahaan dengan cara wawancara yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

2. Data sekunder, yaitu data diperoleh berupa bahan dokumentasi, laporan-laporan dari tiap bagian perusahaan, dan data lain yang dapat pembahasan dalam penyusunan skripsi ini.

3.3 Metode pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi atau data yang sebaik-baiknya dengan asumsi, agar sasaran penulisan dapat tercapai maka penulis akan menggunakan dua metode penelitian dalam pengumpulan data yang merupakan penunjang pada analisis pembahasan skripsi sebagai berikut :

1. Metode penelitian lapangan (Field Research), yaitu suatu metode pengumpulan data yang penulis lakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada beberapa bagian perusahaan terutama bagian akuntansi serta bagian staf yang mendukung pembahasan skripsi ini, dimana dalam metode penelitian lapang ini penulis akan melakukan dua cara, yaitu :
 - a. Teknik observasi, yaitu dilakukan dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dalam proses kegiatan pengolahan data keuangan, seperti data penjualan yang dimiliki oleh perusahaan.
 - b. Teknik interviu, yaitu dilakukan dengan jalan wawan cara secara langsung dengan pimpinan perusahaan kepala bagian akuntansi dan sejumlah personil yang berhubungan dengan skripsi ini.

2. Metode penelitian kepustakaan (Library Research), yaitu metode pengumpulan data yang akan penulis lakukan dengan mempelajari beberapa literatur, majalah dan materi perkuliahan utamanya yang ada hubungannya dengan pembahasan penulisan skripsi ini.

3.4 Metode Analisis

Sesuai dengan masalah pokok yang telah diuraikan diatas, maka metode analisis yang digunakan untuk membuktikaa hipotesa tersebut adalah sebagai berikut :

3.4.1. Selisih Harga Jual

Adapun rumus perhitungan selisih harga jual adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}SHJ &= (KS \times HJA) - (KS \times HJS) \\ &= KS (HJA - HJS)\end{aligned}$$

3.4.2. Selisih Kuantitas Penjualan

Adapun rumus perhitungan selisih kuantitas penjualan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}SKP &= (KA \times HJA) - (KS \times HJA) \\ &= (KA - KS) HJA\end{aligned}$$

3.4.3. Selisih Komposisi Penjualan

Adapun rumus perhitungan selisih komposisi penjualan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}SKmP &= FKmA - FKmS \\ &= (KAJ \times HJA) - (KSJ \times HJA)\end{aligned}$$

3.4.4. Selisih Kuantitas Penjualan Final

Adapun rumus perhitungan selisih kuantitas penjualan Final adalah sebagai berikut :

$$SKPF = (KA \times HJA) - (TKS \times HJR)$$

3.4.5. Selisih Pasar Industri pada Penjualan

Adapun rumus perhitungan selisih pasar industri pada penjualan adalah sebagai berikut :

$$SPI = (API - PIS) \text{ PPP}$$

3.5. Konsep Operasional

Untuk mempermudah memahami penulisan skripsi ini maka berikut akan dijelaskan mengenai beberapa hal sebagai berikut :

1. Informasi Akuntansi Manajemen, adalah data keuangan yang diperoleh dari suatu kegiatan ekonomi berupa data keuangan yang dapat digunakan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen.
2. Fusat Pendapatan, adalah pusat pertanggungjawaban yang prestasi manajernya dinilai berdasarkan pendapatan pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.
3. Selisih Harga Jual, adalah selisih yang timbul karena departemen pemasaran telah menjual produk dengan harga

jual sesungguhnya perunit lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan dengan harga jual perunit yang dianggarkan, dimana tanggung jawab atas selisih ini biasanya berada di pundak manajer pemasaran.

4. Selisih Kuantitas Penjualan atau selisih volume penjualan, adalah selisih yang timbul karena kuantitas produk yang dijual sesungguhnya menyimpang dari kuantitas penjualan yang di anggarakan. Tanggung jawab atas selisih ini biasanya berada dipundak manajer pemasaran.
5. Selisih Komposisi Penjualan, adalah selisih antara hasil penjualan pada komposisi sesungguhnya dengan hasil penjualan pada komposisi yang dianggarkan. Selisih ini disebabkan karena departemen pemasaran telah menjual barang atau jasa dengan komposisi sesungguhnya yang lebih menguntungkan atau merugikan.
6. Selisih Kuantitas Penjualan Final, adalah selisih penjualan pada komposisi yang dianggarkan dengan penjualan yang dianggarkan.
7. Selisih Pasar Industri pada Penjualan, adalah selisih yang disebabkan oleh adanya perbedaan antara penjualan perusahaan pada anggaran penjualan industri dibandingkan dengan penjualan perusahaan pada penjualan industri yang sesungguhnya jika pangsa pasar atau bagian pasar perusahaan besarnya sama.

8. Istilah-istilah rumus yang digunakan adalah :

- SHJ = Selisih Harga Jual
- KS = Kuantitas atau volume sesungguhnya yang dijual.
- HJS = Harga Jual perunit sesungguhnya
- HJA = Harga Jual per unit yang Dianggarkan
- SKP = Selisih Kuantitas Penjualan
- KA = Kuantitas atau volume penjualan yang Dianggarkan
- SKmP = Selisih Komposisi Penjualan
- PKmS = Penjualan pada Komposisi Sesungguhnya
- PKmA = Penjualan pada Komposisi yang Dianggarkan
- KSJ = Kuantitas Penjualan yang Sesungguhnya setiap jenis produk yang dijual.
- KAJ = Kuantitas Penjualan yang dianggarkan untuk setiap jenis produk yang dijual
- SKFF = Selisih Kuantitas Penjualan Final
- TKS = Total Kuantitas Penjualan Sesungguhnya
- HJR = Harga Jual Rata-rata Per unit yang Dianggarkan
- SPI = Selisih Pasar Industri
- API = Anggaran Penjualan Industri
- PIS = Pasar Industri Sesungguhnya
- PPP = Pangsa atau Bagian Pasar Perusahaan.

BAB IV

MANFAAT INFORMASI AKUNTANSI ATAS PENILAIAN PRESTASI PUSAT PENDAPATAN PADA PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 1952 Almarhum Hadji Kalla mendirikan suatu perusahaan yang diberi nama N.V. HADJI KALLA TRD. COY dalam usahanya sebagai importir barang tekstil dan bahan bangunan. Disamping itu sebagai penunjang usahanya tersebut Hadji Kalla juga berusaha dibidang pengangkutan barang dan penumpang, dengan Bus yang diberi nama "Cahaya Bone".

Tahun 1962 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy menambah armadanya (Angkutan) dengan memakai nama perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy sampai sekarang.

Tahun 1968 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang mulai mengimport mobil Toyota dan Daihatsu dari Jepang.

Tahun 1969 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang mendirikan PT. Bumi Karsa sebagai salah satu upaya untuk membantu melancarkan program pembangunan di dalam perencanaan pembangunan fisik jangka panjang, meliputi pembangunan sarana jalan, jembatan dan perluasan irigasi yang diharapkan mendukung pembangunan pertanian menuju swasembada pangan di bidang kontraktor.

Tahun 1973 di bentuk suatu usaha kerjasama antara Jepang dan Indonesia kerjasama di bidang eksport-import mobil Toyota, yang dalam hal ini lahirlah PT. Toyota Astra Motor Jakarta dimana pada tahun yang sama N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang ditunjuk sebagai tempat Assembling guna menunjang penjualan mobil Toyota.

Tahun 1976 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang mendirikan perusahaan PT. Bukaka Agro yang bergerak dalam bidang industri pakan udang.

Tahun 1977 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang mendirikan perusahaan PT. Bukaka Meat untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan daging segar dan daging beku, ditunjang pula oleh tersedianya sapi dengan populasi yang meningkat di Sulawesi Selatan.

Tahun 1979 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy mendirikan bengkel khusus Toyota di Karuwisi Km 4 (empat) Kotamadya Ujung Pandang, yang fungsi utamanya adalah memberi pelayanan pemeliharaan (maintenance) dan perbaikan (service) mobil Toyota.

Tahun 1980 bengkel Toyota mendirikan satu bidang pendidikan dan latihan untuk menghasilkan tenaga-tenaga kerja terampil yang dapat langsung menangani berbagai kegiatan perbengkelan, sehingga bengkel Toyota N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang tidak perlu lagi

mengirim tenaga-tenaga mekanik ke Jakarta untuk mengikuti pendidikan pada PT. ASTRA MOTOR JAKARTA, seperti pada tahun-tahun sebelumnya.

Tahun 1984 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy mendirikan Yayasan Pendidikan dan Kesejahteraan Islam Hadji Kalla, dimana Yayasan ini bertujuan untuk meningkatkan taraf pendidikan dan kesejahteraan umat Islam Indonesia pada khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya. Yang mana yayasan ini membina sekolah mulai dari tingkat Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Lanjutan Pertama (SLTP) dan sekolah lanjutan atas (SLTA), yayasan ini lazim disebut Perguruan Islam Athirah (PIA) Ujung Pandang.

Tahun 1986 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy mendirikan PT. MAKASSAR RAYA MOTOR yang merupakan salah satu bagian dari usaha keagenan kendaraan bermotor (mobil) merk Daihatsu dan Nissan, dimana Devisi Toyota ini dari sub Devisi penjualan, Sub Devisi pemeliharaan yang merupakan penunjang utama penjualan Toyota dari N.V. Hadji Kalla dan Sub Devisi spare parts yang menunjang pengadaan suku cadang.

Tahun 1988 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy mendirikan PT. BUMI SARANA UTAMA khusus untuk menangani penyaluran dan penjualan aspal curah yang operasinya berpusat di Pare-pare.

Tahun 1989 N.V. Hadji Kalla Trd. Coy mendirikan PT. KALLA LINES untuk menangani pengoperasian kapal penumpang dan barang antar pulau. Dimana pada saat

sekarang, perusahaan ini telah mengoperasikan sejumlah kapal motor dengan kapasitas yang cukup besar antara lain KM ATHIRAH, KM MUFIDAH, sebagai kapal penumpang dan KM IHIN, KM EDHA sebagai kapal barang.

Tahun 1990 didirikan pula PT. BUKAKA LINTAS UTAMA yang mengoperasikan kapal Ferry untuk melayani arus penumpang dan kendaraan dari BajoE, Bone ke Kolaka.

4.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk menunjang kelancaran operasi perusahaan maka dirasa perlu adanya suatu struktur organisasi. Struktur organisasi yang tepat bagi suatu perusahaan belum tentu baik bagi perusahaan lain. Perbedaan struktur organisasi diantara berbagai perusahaan bahkan perusahaan yang sejenisoun, antara lain disebabkan oleh jenis operasi, luas perusahaan dan sebagainya.

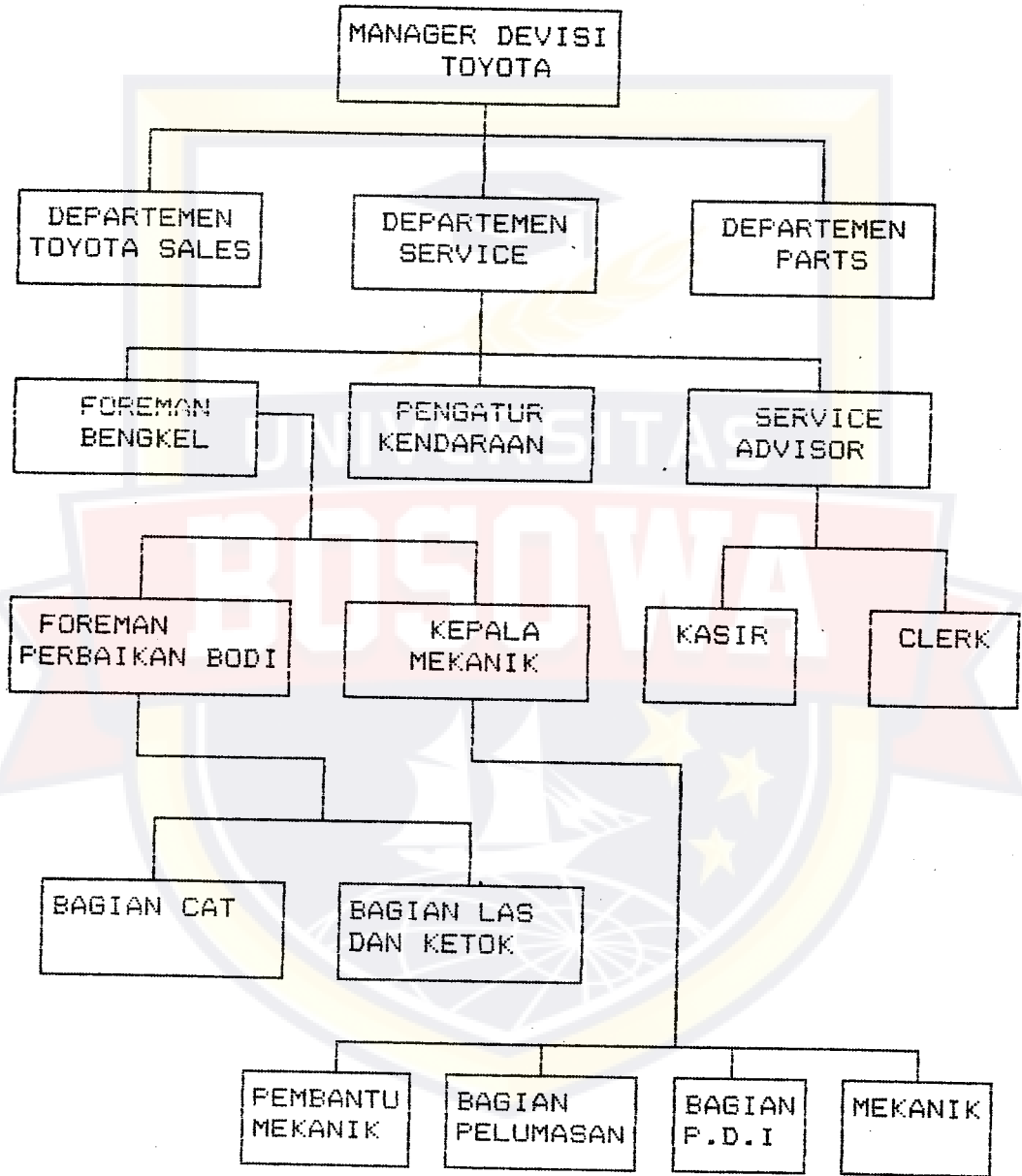
Dalam suatu perusahaan yang hanya terdiri dari pimpinan dan beberapa orang karyawan, penyusunan struktur organisasi bukan merupakan hal yang ensensial karena tanggung jawab dan wewenang bersumber pada satu pihak yaitu pimpinan. Para karyawan pada umumnya bertugas sesuai dengan perintah langsung pimpinan dan karena keadaannya yang demikian itu menyebabkan tidak adanya keharusan pertanggungjawaban sebab kegiatan para karyawan terkendali langsung oleh pimpinan.

40

Akan tetapi bagi perusahaan yang telah berkembang sedemikian rupa baik dalam volume kegiatan maupun jumlah karyawan, pimpinan tidak dapat lagi mengawasi secara langsung kegiatan operasi perusahaan, karena itu wewenang dan tanggung jawab harus dilimpahkan, dan sebagai follow upnya yaitu adanya pertanggungjawaban. Dalam kondisi seperti inilah kehadiran struktur organisasi dirasa perlu atau sangat esensial, berdasarkan mana ruang lingkupnya, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian menjadi jelas, sehingga tiap-tiap bagian hanya berfungsi dan bertanggung jawab menurut batas-batas yang telah digariskan.

Seperti halnya perusahaan-perusahaan lain, N.V. Hadji Kalla Trd. Coy sebagai Dealer Toyota, yang berkantor pusat di Ujung Pandang. Sebagai Dealer Toyota telah memiliki suatu struktur organisasi yang dalam hal ini merupakan landasan bagi penjabaran setiap wewenang dan tanggung jawab yang didelegasikan kepada masing-masing bagian yang ada dalam struktur operasional perusahaan. Untuk lebih jelasnya, bagan struktur organisasi dari perusahaan ini dapat dilihat sebagai berikut :

GAMBAR II
BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
N.V. HADJI KALLA TRD. COY (DEALER TOYOTA)
UJUNG PANDANG



Sumber : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

Berdasarkan bagan tersebut nampak bahwa manager Devisi Toyota sebagai top manajemen membawahi Departemen Part, Departemen Service, dan Departemen Toyota Sales. Dimana ketiga bagian tersebut saling menunjang satu sama lain didalam menunjang kegiatan operasional perusahaan dibawah pengawasan Manajer Devisi Toyota sebagai Top Manajemen dalam bidang Dealer Toyota N.V. Hadji Kalla Trd. Coy.

Dari ketiga bagian Departemen tersebut untuk lebih jelasnya akan dijelaskan secara singkat fungsi dan tugas masing-masing bagian yang ada dalam Dealer Toyota N.V. Hadji Kalla Trd. Coy sebagai berikut :

a. Manajer Devisi Toyota

Sebagai Top Manajemen Devisi Toyota Menejer bertanggung jawab langsung sepenuhnya terhadap segala aktivitas kegiatan operasional perusahaan, baik yang menyangkut segala aktifitas service, peralatan bengkel serta kualitas service, spare parts (pengadaan suku cadang), dan Devisi penjualan yang terlibat langsung dalam pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dibidang Dealer Toyota. Untuk itu sebagai seorang Top Manajemen maka ia memiliki tugas-tugas pokok sebagai berikut :

1. Meyakinkan para langganan atau pada konsumen pemakai produk-produk Toyota dan meningkatkan efisiensi pelayanan jasa kepada langganan atau konsumen.
2. Mengawasi secara langsung dan kontinyu semua karyawan agar kegiatan berjalan lancar.
3. Mengamati pembagian kerja karyawan agar terlaksana dengan baik.
4. Menentukan kapasitas penjualan dengan melihat kemampuan tenaga kerja dan staf.
5. Menjelaskan setiap problem teknis kepada karyawan.
6. Memeriksa dan mengontrol absensi personil.
7. Membuat setiap karyawan mengerti tanggung jawab masing-masing dan memberi bantuan untuk kepuasan langganan atau pada konsumen.
8. Mengadakan pertemuan setiap waktu tertentu guna membicarakan berbagai hal, sekaligus menciptakan hubungan yang harmonis baik antar pimpinan dan karyawan maupun antar karyawan itu sendiri agar pekerjaan dapat terlaksana dengan sebaik-baiknya dan dapat berhasil guna.

b. Departemen Toyota Sales

Adalah bertanggung jawab langsung sepenuhnya yang berkaitan dengan penjualan Toyota, yang mana Departemen ini dalam menjalankan fungsinya tidak

terlepas dari pengawasan seorang manajer yakni dalam hal ini Manajer Divisi Toyota.

Adapun tugas dari Departemen Toyota Sales, adalah sebagai berikut :

1. Secara periodik memberi laporan kepada general manajer tentang keadaan penjualan Dealer Toyota.
2. Mengadakan diskusi dengan manajer tentang predelivery inspection bagi kendaraan baru.
3. Mengadakan hubungan yang kontinu dengan manajer tentang hubungan dengan langganan dan kendaraannya.
4. Memberikan kepuasan dan kepercayaan mutu pelayanan terhadap langganan.
5. Memberikan pelayanan yang ramah kepada langganan terhadap produk yang ditawarkan.
6. Mengevaluasi dan mengatasi keluhan langganan atau konsumen.
7. Merencanakan promosi kegiatan penjualan secara aktif kepada langganan atau kepada konsumen.

c. Departemen Service

Adalah bertanggung jawab langsung sepenuhnya yang berkaitan dengan segala fasilitas service, peralatan service, serta kualitas service.

Adapun tugas dari Departemen Service adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan lay-out peralatan sedemikian rupa agar dapat memperoleh kemampuan service yang maksimum.
2. Menyediakan stall yang cukup untuk peralatan dan kunci-kunci yang lengkap dan terawat baik.
3. Memperhatikan kebersihan dan kerapian bengkel serta menempatkan tanda-tanda Toyota pada tempat-tempat yang strategis.
4. Menciptakan jalan masuk bengkel yang teratur tempat parkir mobil, tempat menerima dan mendiagnosa kendaraan, tempat-tempat kendaraan yang diservice serta penyediaan pool yang cukup luas dan cocok bagi kendaraan baru.
5. Memelihara suasana yang tenang dibengkel, keamanan penggunaan alat-alat serta keselamatan para mekanik, untuk itu instruksi penggunaan peralatan harus ditempatkan dekat setiap peralatan.
6. Memfile semua catatan dan informasi tentang Departemen Service.
7. Memberikan service bulletin kepada para mekanik tentang informasi teknis dari Toyota.
8. Mengadakan pertemuan setiap waktu tertentu guna membicarakan berbagai hal perbengkelan sekaligus menciptakan hubungan yang harmonis baik antar pimpinan dari karyawan maupun antara karyawan itu sendiri agar pekerjaan dapat terlaksana dengan sebaik-baiknya dan berhasil guna.

d. Departemen Parts

Adalah bertanggung jawab langsung sepenuhnya yang berkaitan dengan spare parts (pengadaan suku cadang Toyota) untuk menunjang kegiatan operasional penjualan dealer Toyota N.V. Hadji Kalla Trd. Coy. Adapun yang menjadi tugas dari pada Departemen Parts ini adalah sebagai berikut :

1. Menguasai kebijaksanaan Toyota dan mempraktekannya.
2. Menerima instruksi dan kerja sama dengan pabrik distributor, dan representatif, untuk meningkatkan pelayanan Toyota.
3. Menganalisa problem teknis dan menginformasikannya kepabrik, distributor, dan representatif sehingga mutu kendaraan untuk masa mendatang dapat ditingkatkan.
4. Memperhatikan secara teliti tentang permintaan langganan.
5. Mendiagnosa kendaraan didepan langganan atau konsumen dan menetapkan perbaikan kendaraan.
6. Memeriksa cadangan parts yang dibutuhkan.
7. Berdasarkan hasil diagnosa, menentukan standar waktu, harga jasa dan harga part.
8. Meminta persetujuan langganan bila harus dilakukan pekerjaan tambahan, diberi harga tambahan dan tanggal penyelesaian.

9. Bila part yang dibutuhkan tidak tersedia dan memerlukan waktu untuk pengadaannya, maka langganan harus diberi tahu sekaligus pesanan dilakukan.
10. Menerima order permintaan part dari mekanik dan melayaninya, kemudian petugas gudang membuat supply slip untuk part yang dikeluarkannya.

4.3. Penetapan Penilaian Prestasi Pusat Pendapatan Pada Perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy.

Informasi akuntansi pertanggung jawaban, yang merupakan tipe informasi akuntansi manajemen yang digunakan dalam sistem pengendalian manajemen. Pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yang pokok disamping fungsi perencanaan dan koordinasi, yang berarti suatu proses yang menjamin bahwa kegiatan-kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan hasil yang diharapkan sedangkan pengertian dari pengendalian manajemen adalah suatu proses dimana manajemen menjamin bahwa organisasi melaksanakan strategisnya dengan efektif dan efisien.

Sebagaimana perusahaan lainnya, perusahaan ini juga menetapkan perencanaan terhadap pendapatan dan pengeluaran selama jangka waktu tertentu atau selama periode akuntansi. Dimana dalam penetapan rencana pendapatan dan pengeluaran tersebut dibuat dalam sebuah anggaran yang nantinya dapat dibandingkan dengan hasil yang telah dicapai pada akhir tahun.

Untuk itu dalam bab ini akan dibahas mengenai cara atau metode yang digunakan oleh perusahaan dalam melakukan perencanaan dan pengukuran yang dibuat oleh perusahaan, khususnya mengenai kemampuan pengukuran prestasi pusat pendapatan perusahaan.

Berikut ini akan dikemukakan anggaran yang dibuat oleh perusahaan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL II
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BIAYA
PADA PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY
UNTUK TAHUN 1995

PENJUALAN	Rp. 630.969.200.196,00
FOTONGAN PENJUALAN	(Rp. 2.020.830.314,60)
PENJUALAN BERSIH	Rp. 628.948.369.881,40
HARGA POKOK PENJUALAN	(Rp. 60.550.700.423,11)
L A B A K O T O R	Rp. 568.397.669.458,29
<u>BIAYA-BIAYA OPERASI</u>	
BIAYA PEMASARAN	Rp. 316.870.315,50
BIAYA ADM DAN UMUM	Rp. 5.831.357.407,80
	(Rp. 6.148.227.723,30)
LABA OPERASI	Rp. 562.249.441.734,99
PENDAPATAN LAIN-LAIN	Rp. 2.578.780.753,87
BIAYA LAIN-LAIN	(Rp. 4.613.207.000,04)
LABA BERSIH TAHUN BERJALAN	Rp. 560.215.015.488,82

SUMBER : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG.

Dari tabel tersebut diatas dapat kita lihat anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan mengenai penjualan dan biaya-biaya yang akan dikeluarkan pada tahun yang akan berjalan. Namun selain itu perusahaan juga merinci biaya administrasi dan umum yang dapat kita lihat pada tabel berikut ini :

TABEL III
ANGGARAN BIAYA ADMINISTRASI, UMUM DAN
PEMASARAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY
UJUNG PANDANG TAHUN 1995

Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Pegawai

* Gaji Pegawai	Rp.1.276.112.848,03
* Honorer	Rp. 36.057.913,02
* Insentive	Rp. 24.521.939,03
* Lembur	Rp. 42.154.501,02
* Tunjangan Makan/Minum	Rp. 30.515.618,03
* Tunjangan Pengobatan	Rp. 42.553.815,00
* Tunjangan Pendidikan	Rp. 425.275.613,00
* Pakaian Dinas	Rp. 232.494.857,00
* Tunjangan Asuransi	Rp. 465.544.543,00

J u m l a h

Rp.2.575.231.647,13

Biaya Kantor

* Alat tulis	Rp. 173.679.057,05
* Komunikasi	Rp. 381.678.848,06
* Rapat/Perjamuan	Rp. 85.670.878,04
* Perjalanan Dinas	Rp. 478.779.769,03
* Pajak/Iuran	Rp. 167.868.878,02
* Sewa Gedung	Rp. 0,00
* Konsultan	Rp. 63.859.898,04
* Rupa-rupa	Rp. 22.769.879,03

J u m l a h

Rp.1.374.307.207,27

Biaya Umum

* Listrik/Air	Rp.	228.647.753,05
* Koran/Majalah	Rp.	15.635.084,06
* Rumah Tangga	Rp.	217.636.275,02
* Bahan Bakar	Rp.	109.693.504,03
* Assr. Gedung	Rp.	11.551.550,01
* Assr. Peralatan	Rp.	0,00
* Assr. Kendaraan	Rp.	37.750.497,02
* Assr. Inventaris	Rp.	0,00
* Pemel. Gedung	Rp.	12.697.814,02
* Pemel. Peralatan	Rp.	13.270.930,01
* Pemel. Kendaraan	Rp.	13.827.829,04
Jumlah		Rp. 660.711.236,26
Biaya Penyusutan		Rp.1.221.107.317,14
Total Biaya Administrasi dan Umum		Rp.5.831.357.407,80

Biaya Penjualan

* Research	Rp.	72.879.135,10
* I k l a n	Rp.	44.450.754,12
* Representative	Rp.	0,00
* Promosi	Rp.	112.953.567,08
* T e n d e r	Rp.	9.672.628,13
* Garansi Penjualan	Rp.	31.270.767,04
* Lain-lain	Rp.	45.643.464,03
Jumlah		Rp. 316.870.315,50

SUMBER : N.V. HADJI KALL TRD. COY UJUNG PANDANG

Dari tabel-tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah anggaran pendapatan dan biaya-biaya yang diperkirakan oleh perusahaan akan diterima dan dikeluarkan. Dimana anggaran tersebut nantinya akan dibandingkan dengan hasil perhitungan pada akhir tahun, kemudian yang akan digunakan lagi untuk perencanaan periode yang akan datang. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai realisasi dari anggaran tersebut dapat kita lihat pada tabel berikut ini, berupa laporan keuangan perusahaan per 31 Desember 1995.



TABEL IV

N.V. HADJI KALLA TRD. COY

N E R A C A R

PER 31 DESEMBER 1995

AKTIVA

AKTIVA LANCAR

- Kas	Rp.141.289.653.788,98
- B a n k	Rp. 52.939.425.598,80
- Piutang Dagang	Rp.234.485.782.771,64
- Piutang Lain-lain (Pedawai)	Rp. 46.630.346.621,19
- Persediaan Barang Dagang	Rp. 70.546.292.328,27
- Uang Muka Pajak	Rp. 23.917.908.156,90
- Uang Muka PPN	Rp. 3.783.118.287,12
- Uang Muka Biaya	Rp. 2.234.479.197,96
Jumlah Aktiva Lancar	<u>Rp.635.823.006.750,86</u>

AKTIVA TETAP

- Tanah	Rp.98.566.037.094,09
- Gedung	Rp.52.566.754.142,29
- Peralatan	Rp.32.204.829.690,00
- Kendaraan	Rp.23.458.815.619,00
- Inventaris Kantor	Rp.21.919.337.521,00
Harga Perolehan Aktiva Tetap	<u>Rp.226.715.774.066,38</u>
- Akumulasi penyusunan Aktiva Tetap (Rp. 4.271.926.325,00)	
Nilai Buku Aktiva Tetap	<u>Rp.222.443.847.741,09</u>

AKTIVA LAIN-LAIN

- Deposito Berjangka	Rp. 38.247.000.000,10
- Investasi	Rp. 37.144.618.223,49
- Uang Jaminan	Rp. 17.487.312.341,60
- Piutang Anak Perusahaan	Rp. 19.330.055.434,95
Jumlah Aktiva Lain-lain	<u>Rp.112.208.986.000,14</u>
T O T A L A K T I V A	<u><u>Rp.970.475.840.492,09</u></u>

KEWAJIBAN DAN MODAL

KEWAJIBAN LANCAR

- Hutang Dagang	Rp. 36.403.898.913,98
- Hutang Biaya	Rp. 75.607.585,00
- Uang Titipan	Rp. 16.814.830.193,24
- Uang Muka Penjualan	Rp. 18.767.401.879,00
- Hutang Bank	Rp. 29.865.760.030,76
- Hutang Pemegang Saham	Rp. 28.042.510.055,92
Jumlah Kewajiban Lancar	<u>Rp.129.970.008.657,90</u>

KEWAJIBAN JANGKA PANJANG

- Hutang Bank	Rp. 55.595.729.274,74
---------------	-----------------------

MODAL

- Modal Saham	Rp. 1.100.000.000,00
- Modal Disetor Lainnya	Rp.222.900.000.000,00
- Laba Ditahan	Rp. 88.408.410.070,02
- Laba Tahun Berjalan	Rp.472.501.692.489,43

Jumlah Modal	<u>Rp.784.910.102.559,45</u>
TOTAL KEWAJIBAN DAN MODAL	<u><u>Rp.970.475.840.492,09</u></u>

Sumber : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

Selain Neraca, berikut ini juga akan dibuat tabel atas laporan rugi laba perusahaan sebagai berikut :

TABEL V
N.V. HADJI KALLA TRD. COY
PERHITUNGAN RUGI LABA
PERIODE 1 JANUARI - 31 DESEMBER 1995

Penjualan	Rp.657.998.085.181,00
Potongan Penjualan	(Rp. 33.031.941.405,80)
Penjualan Bersih	Rp.624.966.143.775,20
Harga Pokok Penjualan	(Rp. 87.770.765.507,22)
Laba kotor	Rp.537.195.378.267,98
<u>Biaya Operasi</u>	
- Biaya Pegawai	Rp.25.487.241.767,13
- Biaya Kantor	Rp.13.397.418.727,27
- Biaya Penjualan	Rp.19.427.981.406,60
- Biaya Umum	Rp. 9.825.699.697,30
- Biaya Penyusutan	Rp. 9.230.108.327,20
Jumlah Biaya Operasi	(Rp.77.368.449.925,50)
Laba Operasi	Rp.459.826.928.342,48
<u>Pendapatan dan Biaya Lain-lain</u>	
<u>Pendapatan Lain-lain</u>	
- Pendapatan Bunga	Rp.13.254.928.309,12
Piutang	
- Pendapatan Finalti	Rp. 4.269.735.405,00
- Pendapatan Jasa	Rp. 47.656.990,53
Giro	

- Pendapatan Lain-lain Rp. 209.481.753,33

Jumlah Pendapatan Lain-lain Rp.17.779.802.657,98

Biaya Lain-lain

- Biaya Administrasi Rp. 425.072.300,29

Bank

- Sumbangan Rp. 577.280.750,50

- Biaya Bunga Bank Rp.3.776.782.969,24

- Biaya Non Operasi Rp. 25.162.091,00

Lain-lain

Jumlah Biaya Lain-lain (Rp. 4.804.298.111,03)

Laba Bersih Tahun Berjalan Rp.472.501.692.489,43

Sumber : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

Pengolahan penetapan anggaran pada perusahaan ini berdasarkan pesanan, karena perusahaan ini hanya menjual produk mobil Toyota dengan anggaran yang telah ditetapkan dan kebijaksanaan pimpinan perusahaan yang nantinya akan meminta langsung kepusat produksi mobil Toyota di Jepang. Jadi berapapun yang diterima oleh perusahaan dari mitra perusahaan yang berasal dari Jepang sebagai sponsor utama penjualan mobil Toyota di Indonesia untuk dipasarkan ke berbagai daerah di Indonesia. Namun walaupun mitra perusahaan mengirim sejumlah produk mobil Toyota

keperusahaan ini, perusahaan hanya menetapkan pembebanan biaya penjualan setiap tahunnya sekitar 10 % hingga 20 % yang disesuaikan dengan kondisi pasar yang ada dalam segmentasi pasar dari perusahaan ini dan kemampuan dari perusahaan itu sendiri.

Adapun pendropan mobil Toyota keperusahaan ini, di distribusikan kedalam agen-agen/cabang/perwakilan pemasaran mobil Toyota tersebut dengan sistem koordinator, maksudnya adalah agar tiap-tiap daerah memiliki koordinator yang melaporkan hasil penjualan yang ada dalam pengawasan pemasarannya untuk dipertanggung jawabkan keperusahaan induk atau pusat. Dimana koordinator tersebut berasal dari perwakilan tiap daerah-daerah yang ada dalam jangkauan perusahaan. Sedangkan sistem penjualannya dilakukan berdasarkan pelanggan dan minat konsumen.

Dari penjelasan dan tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam penetapan anggaran penjualan perusahaan hanya menetapkan hasil realisasi penjualan pada akhir periode akuntansi tanpa melihat adanya perbedaan atau selisih yang ditimbulkan dari penjualan tersebut, sehingga perusahaan dalam hal ini hanya menaikkan tingkat penjualan yang diikuti dengan meningkatnya kenaikan biaya pemasaran sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang cukup, tanpa melihat prestasi-prestasi penjualan antara

yang dianggarkan dengan hasil penjualan yang dipasarkan kekonsumen, sehingga pimpinan perusahaan dalam hal ini Divisi Toyota sales sulit untuk mengadakan penilaian ataupun pengukuran prestasi dari tiap-tiap jenis produk Toyota yang dipasarkan, karena hanya melihat keuntungan dari hasil penjualan tersebut dalam satu periode akuntansi.

Namun dalam hal ini apabila perusahaan mau menerapkan cara perhitungan perencanaan dan pengukuran atas penilaian prestasi pusat pendapatan yang seharusnya, maka perusahaan dapat menekan biaya yang dikeluarkan.

Hal itu akan ditunjukkan dalam pembahasan berikut ini :

4.4. Perhitungan Perencanaan dan Pengukuran atas Penilaian Prestasi Pusat Pendapatan Berdasarkan Analisa Variance (Analisa Selisih)

Seperti yang kita ketahui bahwa dalam menerapkan perencanaan pengukuran penilaian prestasi dengan menggunakan metode analisa selisih yang terdiri dari harga jual, kuantitas penjualan, komposisi penjualan, kuantitas penjualan final, pasar industri pada penjualan.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa pusat pendapatan adalah pusat pertanggungjawaban dalam suatu organisasi yang prestasi manajernya dinilai atas dasar pendapatan pusat pertanggungjawaban tersebut.

Dalam organisasi fungsional, fungsi pemasaran sekaligus merupakan pusat pendapatan dan pusat biaya kebijakan. Dalam organisasi divisional, pembagian organisasi didasarkan organisasi pada divisi-divisi penghasil laba, yang didalamnya terdapat unit-unit organisasi fungsional. Fungsi Pemasaran yang ada dibawah divisi juga merupakan pusat pendapatan dan sekaligus pusat biaya kebijakan.

Setiap pusat pendapatan sebenarnya juga suatu pusat biaya, tetapi ukuran prestasi pusat pertanggungjawaban tersebut yang terpenting adalah pendapatan. Biaya yang termasuk dalam pusat pendapatan hanyalah biaya yang dapat dikendalikan langsung oleh pusat pendapatan, sehingga pusat pertanggungjawaban ini bukan pusat laba karena biayanya tidak lengkap.

Adapun penilaian prestasi manajer pusat pendapatan diukur atas dasar pendapatan yang dicapai oleh unit organisasi yang dipimpinnya. Dimana dalam penilaian prestasi manajer tersebut dilakukan dengan cara membandingkan anggaran pendapatan dengan realisasinya. Selisih antara anggaran pendapatan dengan realisasinya dianalisa untuk mengetahui penyebab timbulnya selisih tersebut.

Untuk membahas penilaian prestasi pusat pendapatan akan dipunakan analisis prestasi departemen pemasaran

sebagai pusat pendapatan di Divisi Toyota Sales pada Perusahaan N.V. Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang.

Dimana perusahaan ini mempunyai Divisi yaitu Divisi Toyota Sales. Sebagai pusat pendapatan, prestasi manajer departemen pemasaran dibawah Divisi Toyota Sales diukur atas dasar pendapatan yang diperoleh unit organisasi yang dipimpinnya. Dimana penilaian prestasi manajer tersebut dilakukan dengan cara membandingkan anggaran penjualan dengan realisasi penjualannya.

Selisih antara anggaran penjualan dengan realisasinya dianalisis untuk mengetahui penyebab timbulnya penyimpangan. Berikut contoh anggaran penjualan departemen pemasaran tersebut tampak sebagai berikut :

TABEL VI
PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD.COY
DIVISI TOYOTA SALES
ANGGARAN PENJUALAN. 1995

PRODUK	VOLUME PENJUALAN UNIT	HARGA JUAL PER UNIT	T O T A L
		x	=
SEDAN	171	Rp. 73.175.523,36	Rp. 12.513.014.494
L CRUISER	54	Rp.184.088.438,74	Rp. 9.940.775.692
KIJANG	3.173	Rp. 41.643.027,46	Rp.132.133.326.119
DINA	1.102	Rp. 57.368.917,56	Rp. 63.220.547.155
COMM. CAR	4.275	Rp. 45.696.812,46	Rp.195.353.873.275
GRAND	4.500	Rp. 48.401.702,99	Rp.217.807.663.461
JUMLAH	13.275	-	Rp.630.969.200.196

Sumber : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

TABEL VII
 PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD.COY
 DEVISI TOYOTA SALES
 REALISASI PENJUALAN, 1995

PRODUK	VOLUME PENJUALAN UNIT	HARGA JUAL PER UNIT	T O T A L
SEDAN	172	Rp. 78.855.374,20	Rp. 13.563.124.362
L CRUISER	53	Rp.166.998.882,55	Rp. 8.850.940.775
KIJANG	3.176	Rp. 43.208.795,72	Rp.137.231.135.215
DINA	1.105	Rp. 61.205.692,01	Rp. 67.632.220.054
COMM. CAR	4.277	Rp. 46.836.416,24	Rp.200.319.352.274
GRAND	4.513	Rp. 51.052.805,78	Rp.230.401.312.501
JUMLAH	13.296	-	Rp.657.998.085.181

Sumber : N.V. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG

Atas dasar data tersebut diatas, dapat dihitung berapa besarnya Total Selisih pendapatan penjualan yang merupakan selisih antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan.

Dimana besarnya total selisih pendapatan tersebut dapat dinilai sebagai berikut :

Anggaran penjualan	Rp. 630.969.200.196,-
Realisasi penjualan	Rp. 657.998.085.181,-

Selisih pendapatan penjualan Rp. 27.028.884.985,-

Dari adanya selisih pendapatan penjualan tersebut dapat dianalisis berapa besarnya penyimpangan yang terjadi dengan memakai metode analisis variance (selisih) sebagai berikut :

1. Selisih Harga Jual

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$SHJ = (KS \times HJA) - (KS \times HJS)$$

$$= KS (HJA - HJS)$$

Yang dapat diklasifikasi menurut jenis produk yang dipasarkan sebagai berikut :

1. SEDAN = KS (HJA - HJS)
 = 172 (Rp 73.175.523,36 -
 Rp 78.855.374,20)
 = 172 (Rp 5.679.858,84)
 = Rp 976.934.344,48 (Favorable)
 =====
2. L CRUISER = KS (HJA - HJS)
 = 53 (Rp 184.088.438,74 -
 Rp 166.098.882,55)
 = 53 (Rp 17.089.556,19)
 = Rp 905.746.478,07 (UnFavorable)
 =====
3. KIJANG = KS (HJA - HJS)
 = 3176 (Rp 41.643.027,46 -
 Rp 43.208.795,72)
 = 3176 (Rp 1.565.768,26)
 = Rp 4.972.879.993,76 (Favorable)
 =====
4. DINA = KS (HJA - HJS)
 = 1105 (Rp 57.368.917,56 -
 Rp 61.205.629,01)
 = 1105 (Rp 3.836.711,45)
 = Rp 4.239.566.152,25 (Favorable)
 =====
5. COMM CAR = KS (HJA - HJS)
 = 4277 (Rp 45.696.812,46 -
 Rp 46.836.416,24)
 = 4277 (Rp 1.139.603,78)
 = Rp 4.874.085.367,06 (Favorable)
 =====

$$\begin{aligned}
 6. \text{ GRAND} &= \text{KS (HJA - HJS)} \\
 &= 4513 (\text{Rp } 48.401.702,99 - \\
 &\quad \text{Rp } 51.052.805,78) \\
 &= 4513 (\text{Rp } 2.651.102,79) \\
 &= \underline{\underline{\text{Rp } 11.964.426,891,27}} \quad (\text{Favorable})
 \end{aligned}$$

Jadi dari perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam perencanaan anggaran tersebut ada yang terealisasi penjualan diatas anggaran penjualan yang dianggarkan yang dapat menghasilkan laba penjualan dan begitupun sebaliknya terealisasi dibawah anggaran penjualan yang dianggarkan yang dapat menghasilkan rugi.

Ini disebabkan karena selisih yang terjadi timbul oleh karena Departemen pemasaran telah menjual produk dengan harga jual sesungguhnya per unit lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan dengan harga jual per unit yang dianggarkan.

Dimana tanggung jawab atas adanya selisih ini biasanya berada di pundak manajer pemasaran.

2. Selisih Kuantitas Penjualan

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{SKP} &= (\text{KA} \times \text{HJA}) - (\text{KS} \times \text{HJA}) \\
 &= (\text{KA} - \text{KS}) \text{ HJA}
 \end{aligned}$$

Yang dapat diklasifikasi menurut jenis produk yang dipasarkan sebagai berikut :

1. SEDAN = (KA - KS) HJA
= (171 - 172) Rp 73.175.523,36
= Rp 73.173.523,36 (Favorable)
2. L CRUISER = (KA - KS) HJA
= (54 - 53) Rp 184.088.438,74
= Rp 184.088.438,74 (UnFavorable)
3. KIJANG = (KA - KS) HJA
= (3173 - 3176) Rp 41.643.027,46
= (3) Rp 41.643.027,46
= Rp 124.929.082,38 (Favorable)
4. DINA = (KA - KS) HJA
= (1102 - 1105) Rp 57.368.917,56
= (3) Rp 57.368.917,56
= Rp 172.106.752,68 (Favorable)
5. COMM CAR = (KA - KS) HJA
= (4275 - 4277) Rp 45.696.812,46
= (2) Rp 45.696.812,46
= Rp 91.393.624,92 (Favorable)
6. GRAND = (KA - KS) HJA
= (4500 - 4513) Rp 48.401.702,99
= (13) Rp 48.401.702,99
= Rp 629.222.138,87 (Favorable)

Jadi dari perhitungan tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa perusahaan dalam perencanaan anggaran penjualan tersebut ada yang terealisasi penjualan diatas anggaran penjualan yang dianggarkan, yakni adanya kuantitas atau volume penjualan yang dianggarkan lebih rendah dari kuantitas atau volume sesungguhnya yang sesungguhnya dijual yang dapat menghasilkan laba penjualan begitupun sebaliknya jika kuantitas penjualan yang dianggarkan lebih besar dari kuantitas atau volume yang sesungguhnya dijual yang dapat menghasilkan rugi.

Ini disebabkan karena selisih yang timbul dari kuantitas produk yang dijual sesungguhnya menyimpang dari kuantitas penjualan yang dianggarkan.

Adapun yang menjadi tanggung jawab atas selisih atau penyimpangan ini biasanya berada dipundak manajer pemasaran.

3. Selisih komposisi penjualan

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} SKmp &= PKmA - PKmS \\ &= (KAJ \times HJA) - (KSJ \times HJA) \end{aligned}$$

Yang dapat diklasifikasi menurut jenis produk yang dipasarkan sebagai berikut :

(1)	(2)	(3)	(4) = (2) - (3)	(5)	(6) = (4) (5)
JENIS	KOMPOSISI	KOMPOSISI	SELISIH KOMPOSISI	HARGA JUAL PER	SELISIH KOMPOSISI
PRODUK	SESUNGGUHNYA	ANGGARAN	(UNIT)	UNIT ANGGARAN	PENJUALAN
SEDANG	172	(171 : 13.275) 13.296 = 171,27	0,73 F	Rp 78.175.523,36	Rp 53.418.132,05 F
L CRUISER	53	(54 : 13.275) 13.296 = 54,08	1,08 UF	Rp 184.988.438,74	Rp 198.815.513,84 UF
K I J A N G	3.176	(3173: 13.275) 13.296 =3178,02	0,02 UF	Rp 41.643.927,46	Rp 84.118.915,47 UF
D I N A	1.105	(1102: 13.275) 13.296 =1103,75	1,25 F	Rp 57.368.971,56	Rp 71.711.146,95 F
COMM CAR	4.277	(4275: 13.275) 13.296 =4281,77	4,77 UF	Rp 45.696.812,46	Rp 217.973.795,43 UF
G R A N D	4.513	(4500: 13.275) 13.296 =4507,11	5,89 F	Rp 48.401.702,99	Rp 285.086.030,61 F
JUNLAH	13.296		0		Rp 90.692.915,13 UF

Jadi dari perhitungan tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa dalam perencanaan anggaran tersebut nampak bahwa realisasi tersebut ada yang menghasilkan laba penjualan dan rugi penjualan ini disebabkan karena penjualan pada komposisi yang di anggarkan lebih kecil atau lebih rendah dari penjualan pada komposisi yang sesungguhnya begitupun sebaliknya jika penjualan pada komposisi yang dianggarkan lebih tinggi atau lebih besar dari penjualan pada komposisi sesungguhnya maka komposisi penjualan dapat mengakibatkan adanya kerugian. Dalam suatu pusat pendapatan selisih komposisi penjualan timbul disebabkan karena adanya perbedaan antara hasil penjualan pada komposisi sesungguhnya dengan hasil penjualan pada komposisi yang dianggarkan, dimana pada departemen pemasaran telah menjual barang atau produk dengan komposisi sesungguhnya yang lebih menguntungkan atau merugikan.

4. Selisih Kuantitas Penjualan Final

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 SKPF &= (KA \times HJA) - (TKS \times HJR) \\
 &= [(171 \times Rp \ 73.175.523,36) + (54 \times Rp \ 184.088 \\
 &\quad 438,74) + (3173 \times Rp \ 41.643.027,46) + \\
 &\quad (1102 \times Rp. \ 57.368.917,56) + (4275 \times Rp \ 45. \\
 &\quad 696.612,46) + (4500 \times Rp \ 48.401.702,99)] - \\
 &\quad 13.296 [(Rp \ 73.175.523,36) + (Rp \ 184.088.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& 438,74) + (\text{Rp } 41.643.027,46) + (\text{Rp } 57. \\
& 368.917,56) + (\text{Rp } 45.696.812,46) + (\text{Rp } 48. \\
& 401.702,99) : 6] \\
= & [(\text{Rp } 12.513.014.494,56) + (\text{Rp } 9.940.775. \\
& 691,96) + (\text{Rp } 132.133.326.130,58) + \\
& (\text{Rp } 63.220. 547. 151,12) + \\
& (\text{Rp } 195.353.873.266,5) + \\
& (\text{Rp } 217.807.663.445)] - 13.296 \\
& [(\text{Rp } 450.374.422,57) : 6] \\
= & \text{Rp } 630.969.200.189,72 - 13.296 (\text{Rp } 450.374 \\
& 422,57) : 6 \\
= & \text{Rp } 630.969.200.189,72 - 13.296 (\text{Rp } 75.062 \\
& 403,76) \\
= & \text{Rp } 630.969.200.189,72 - \text{Rp } 998.029.720.392,96 \\
= & \text{Rp } 367.060.520.203,24 \quad \text{Favorable} \\
& \text{=====}
\end{aligned}$$

Jadi dari hasil perhitungan tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa dalam perencanaan anggaran tersebut secara total kuantitas penjualan sesungguhnya nampak bahwa selisih kuantitas penjualan yang dianggarkan dengan total kuantitas penjualan final dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan adanya laba penjualan. Ini disebabkan karena total kuantitas penjualan yang dianggarkan lebih rendah atau lebih kecil dari total kuantitas penjualan sesungguhnya begitupun sebaliknya

jika total kuantitas penjualan yang dianggarkan lebih tinggi atau lebih besar dari total kuantitas penjualan yang sesungguhnya maka penjualan akan mengalami kerugian.

Dalam suatu pusat pendapatan, selisih kuantitas penjualan final timbul disebabkan oleh karena adanya perbedaan atau selisih penjualan pada komposisi yang dianggarkan dengan penjualan yang dianggarkan.

5. Selisih Pasar Industri Pada Penjualan

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
SPI &= (API - PIS) PPF \\
&= (Rp 630.767.200.196 - Rp 657.998.085.181) \\
&\quad 20 \% \\
&= Rp 27.028.884.985 \quad (20 \%) \\
&= Rp \quad 5.405.776.997 \quad \text{Favorable} \\
&\quad \text{=====}
\end{aligned}$$

Jadi dari perhitungan tersebut diatas nampak bahwa selisih pasar industri pada penjualan menunjukkan adanya laba penjualan, ini disebabkan oleh karena anggaran penjualan industri lebih rendah atau lebih kecil dari pasar industri sesungguhnya dan begitupun sebaliknya jika pasar industri sesungguhnya lebih tinggi atau lebih besar dari anggaran penjualan industri.

Dimana selisih pasar industri pada penjualan yang ada timbul disebabkan karena adanya perbedaan atau selisih antara penjualan perusahaan pada anggaran penjualan

industri dibandingkan dengan penjualan perusahaan pada penjualan industri yang sesungguhnya jika pangsa pasar atau bagian pasar perusahaan besarnya sama.

Berikut ini akan kita lihat tabel yang mencakup semua hasil perhitungan dengan memakai metode analisa selisih untuk penilaian prestasi pusat pendanaan yang telah dijelaskan dimuka.



TABEL VIII
HASIL PERHITUNGAN METODE ANALISA SELISIH
UNTUK PENILAIAN PRESTASI PUSAT PENDAPATAN
PADA PRUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY
UJUNG PANDANG TAHUN 1995

NO	METODE	HASIL	F = FAVORABLE
			U = UNFAVORABLE
1.	SELISIH HARGA JUAL	Rd 26.132.146.270.99	F
2.	SELISIH KUANTITAS PENJUALAN	Rd 806.838.789.47	F
3.	SELISIH KOMPOSISI PENJUALAN	Rd 90.692.915.13	U
4.	SELISIH KUANTITAS PENJUALAN FINAL	Rd367.060.520.203.24	F
5.	SELISIH PASAR INDUS-TRI PADA PENJUALAN	Rd 5.405.776.997.-	F

SUMBER : DATA PRIMER DIOLAH. 1995

Dengan penentuan penilaian prestasi pusat pendapatan melalui analisa selisih tersebut, pimpinan perusahaan dapat menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang berhubungan dengan perencanaan dan pengukuran antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan yang sesungguhnya, sehingga penilaian prestasi pusat pendapatan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Sebelum mengetengahkan kesimpulan dan saran-saran yang merupakan bab penutup dari penulisan skripsi ini, terlebih dahulu dikemukakan bahwa sasaran pokok penelitian terhadap sistem akuntansi perusahaan ini adalah terbatas mengenai penilaian prestasi pusat pendapatan pada perusahaan, adapun penilaian secara menyeluruh terhadap semua aspek fundamental, teoritis dan praktek-praktek sistem akuntansi. Penulisan ini merupakan peninjauan terhadap gambaran tentang keadaan sistem akuntansi dari perusahaan yang bersangkutan.

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan skripsi ini terhadap masalah yang menyangkut pada perusahaan ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. N.V Hadji Kalla Trd. Coy Ujung Pandang bergerak dibidang trading dealer toyota sales, kegiatannya meliputi penerimaan barang atau produk Toyota dari luar negeri kedalam negeri yang akan didistribusikan kedalam daerah wilayah pemasaran pada perusahaan ini, yang meliputi daerah pemasaran Ujung Pandang, Kendari, Palu, Pare-pare, Sidrap, Pinrang, Soppeng, Polmas, Palopo, Bone, Bulukumba, Sengkang, Tana Toraja, Poso dan Kolaka.

- 72
2. Perusahaan dalam melakukan perencanaan anggaran penjualan belum sepenuhnya menggunakan analisa data yang dapat memberikan informasi yang akurat, perusahaan hanya menggunakan data anggaran penjualan dengan data anggaran penjualan yang terealisasi dalam masa periode akuntansi.
 3. Dalam analisa penilaian prestasi pusat pendapatan, perusahaan juga belum sepenuhnya menerapkan suatu alat pengukuran penilaian suatu prestasi pusat pendapatan yang akurat untuk mengukur sampai sejauh mana terjadinya penyimpangan dalam devisi toyota sales terhadap laporan keuangan yang dihasilkan, terutama yang menyangkut dengan kemampuan perusahaan untuk menilai prestasi pusat pendapatan.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka berikut ini diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu membuat suatu pedoman sistem akuntansi yang tepat sesuai dengan kegiatan produksinya.
2. Dalam menetapkan perencanaan anggaran, perusahaan sebaiknya melihat sejauh mana kemampuan pangsa pasar didalam menerima produk Toyota, sehingga anggaran penjualan yang direncanakan dapat terealisasi sesuai apa yang diharapkan oleh perusahaan.

3. Perusahaan sebaiknya menggunakan standar sebagai alat dalam melakukan pengawasan/pengendalian sehingga perusahaan dapat memperoleh gambaran mengenai pendapatan penjualan dimasa mendatang.
4. Untuk tujuan pengendalian keuangan, perusahaan sebaiknya menggunakan standar analisa berupa metode analisa selisih, sehingga perusahaan dapat mengukur atau menilai sejauh mana penyimpangan yang terjadi dari hasil angsaran penjualan yang direncanakan untuk mendapatkan laba sesuai dengan kondisi kegiatan perusahaan.

UNIVERSITAS

BOSOWA



DAFTAR KEPUSTAKAAN

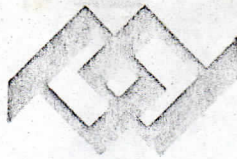
- Baridwan, Zaki, Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Pertama cetakan Kedua, BPFE - Yogyakarta, 1989.
- Baridwan, Zaki, Intermediate Accounting. Edisi Keenam BPFE-Yogyakarta, 1990.
- Campbell, John B. dan Willson, James D, Controllershio Tugas Akuntansi Manajemen. Edisi Ketiga, diterjemahkan oleh : Tjintji Fenix Tjendra, Sekolah Tinggi Ilmu Akuntan (STAN), Jakarta, 1983.
- Halim, Abdul dan Supomo, Bambang, Akuntansi Manajemen. Edisi Pertama, BPFE - Yogyakarta, 1990.
- Hartanto, D., Akuntansi Untuk Usahawan. Edisi Kedua, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1981.
- Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Penerbit Salemba Empat, 1994.
- Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Profesional Akuntan Publik, Penerbit Salemba Empat, 1994.
- Supriono, R.A., Akuntansi Manajemen 2 (Struktur Pengendalian Manajemen). Edisi Pertama, Yogyakarta. STIE YKPN, 1991.
- Sartono, Agus, R, Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi). Edisi Pertama, BPFE - Yogyakarta, 1989.
- Wing Wahyu Winaryo, Sistem Informasi Akuntansi. Balai Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta, Edisi Pertama. 1994.

LAMPIRAN

ANGGARAN DAN REALISASI
PENJUALAN UNTUK TAHUN 1995
PADA PERUSAHAAN N.V. HADJI KALLA TRD. COY
UJUNG PANDANG

KETERANGAN	REALISASI	ANGGARAN	DIATAS (DI BAWAH) ANGGARAN
S E D A N	Rp 13.563.124.362	Rp 12.513.014.494	Rp 1.050.110.868
L CRUISER	Rp 8.850.940.775	Rp 9.940.775.692	(Rp 1.089.834.917)
KIJANG	Rp137.231.135.215	Rp132.133.326.119	Rp 5.097.909.096
D I N A	Rp 67.632.220.054	Rp 63.220.547.155	Rp 4.412.673.899
COMM. CAR	Rp200.319.352.274	Rp195.353.873.275	Rp 4.965.478.999
GRAND	Rp230.401.312.501	Rp217.807.663.461	Rp12.603.649.040
J U M L A H	Rp657.998.085.181 =====	Rp630.969.200.196 =====	Rp27.028.884.985 =====

Sumber : NV. HADJI KALLA TRD. COY UJUNG PANDANG



NV. HADJI KALLA TRD. COY

SURAT - KETERANGAN

No : 013-PSDM-96

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Abbas
No. Stb. : 4591013003
Program : Strata I
Jurusan : Ekonomi Akuntansi

Yang telah mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

" MANFAAT INFORMASI AKUNTANSI ATAS PENILAIAN PRESTASI PUSAT
PENDAPATAN PADA PERUSAHAAN PT. XYZ "

Sebagai persyaratan dalam rangka menyelesaikan Study pada Universitas Ujung Pandang.

Sehubungan surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Pandang, 15 Februari 1996

NV. HADJI KALLA
DIT. ADM & PERSONALIA