Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya perekonomian Negara Indonesia menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat antar perusahaan, tidak hanya itu perkembangan perekonomian Indonesia juga menciptakan banyak kompetitor baru dimana perusahaan saling bersaing satu sama lain untuk mempertahankan bisnisnya dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu meraih keuntungan yang maksimal. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah dengan aktivitas pemasaran.

Aktivitas pemasaran adalah aktivitas yang sangat vital bagi perusahaan. Tanpa aktivitas pemasaran maka tidak akan ada pendapatan bagi perusahaan. Tanpa pendapatan bagi perusahaan maka tidak akan ada laba yang diperoleh perusahaan. Tanpa memperoleh laba usaha maka tujuan perusahaan tidak akan dapat dicapai. Karena itu, aktivitas pemasaran perlu direncanakan sebaik-baiknya untuk menjamin bahwa produk perusahaan akan dibeli oleh konsumen (Rudianto, 2013).

Terdapat bermacam-macam jenis aktivitas pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Salah satu aktivitas pemasaran adalah aktivitas promosi seperti pelaksanaan *event*, pemasangan iklan, barang promosi dan juga pemberian hadiah melalui program undian. Cannon, Perreult, McCarthy (2014), mengatakan bahwa promosi adalah mengkomunikasikan informasi

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

antara penjual dan pembeli potensial atau orang orang lain dalam saluran mempengaruhi sikap dan perilaku.

Aktivitas promosi yang memberikan hadiah dari program undian akan dikenakan pajak. Menurut Waluyo (2014), dasar hukum pengenaan pajak penghasilan atas hadiah undian adalah Peraturan Pemerintah No. 132 Tahun 2000 Tanggal 15 Desember 2000. Sedangkan yang menjadi objek pajak adalah hadiah undian. Pengertian hadiah undian adalah hadiah dengan nama dan dalam bentuk apa pun yang diterima atau diperoleh orang pribadi atau badan yang pemberiannya melalui cara undian.

Dalam www.pajak.go.id, hadiah undian merupakan salah satu jenis penghasilan yang diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Pasal 4 ayat (2) dan pengenaan pajaknya bersifat final. Jenis penghasilan yang termasuk dalam pajak penghasilan Pasal 4 ayat (2) adalah sebagai berikut :

1. Penghasilan berupa bunga deposito dan tabungan lainnya, bunga obligasi dan surat utang negara, dan bunga simpanan yang dibayarkan oleh koperasi kepada anggota koperasi orang pribadi.
2. Penghasilan berupa hadiah undian.
3. Penghasilan dari transaksi saham dan sekuritas lainnya, transaksi derivatif yang diperdagangkan di bursa, dan transaksi penjualan saham atau pengalihan penyertaan modal pada perusahaan pasangannya yang diterima oleh perusahaan modal ventura.

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

4. Penghasilan dari transaksi pengalihan harta berupa tanah dan/atau bangunan, usaha jasa konstruksi, usaha real estate, dan persewaan tanah dan/atau bangunan.
5. Penghasilan tertentu lainnya, yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Karena PPh Pasal 4 ayat (2) bersifat final, maka pemotongan PPh Pasal 4 ayat (2) tidak dapat dikreditkan.

Aktivitas promosi dalam perusahaan jasa merupakan salah satu aktivitas yang dapat menghabiskan dana operasional terbesar dalam perusahaan. Aktivitas ini dilakukan demi tercapainya *brand awareness* bagi perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa dengan pelanggan dan memberikan peningkatan laba untuk perusahaan. Tujuan dari kebanyakan perusahaan adalah untuk memaksimumkan laba atau keuntungan (Warren dan Reeves, 2011).

Mengingat besarnya biaya yang dapat dikeluarkan oleh perusahaan jasa untuk aktivitas promosi maka perusahaan memerlukan pencatatan yang baik dan teliti terhadap transaksi-transaksi tersebut. Proses pencatatan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penggunanya. Proses pencatatan berhubungan dengan akuntansi. Menurut Rudianto (2013), akuntansi adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisa, menyajikan dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan.

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

Akuntansi dibagi menjadi dua macam berdasarkan pemakai laporan keuangan, yaitu :

1. Akuntansi Keuangan

   Akuntansi Keuangan adalah sistem akuntansi yang pemakai informasinya adalah pihak eksternal organisasi perusahaan, seperti kreditur, pemerintah, pemegang saham, investor, dan sebagainya.

2. Akuntansi Manajemen

   Akuntansi Manajemen adalah sistem akuntansi yang pemakai informasinya adalah pihak internal organisasi perusahaan, seperti manajer produksi, manajer keuangan, manajer pemasaran dan sebagainya. (Rudianto, 2013).

Informasi yang dihasilkan dari sistem akuntansi dipakai oleh pihak internal manajemen untuk berbagai keputusan organisasi perusahaan seperti keputusan strategis perusahaan, pengembangan perusahaan, proses penyusunan dan/atau perencanaan anggaran yang dimiliki perusahaan, dan sebagainya. Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang harus diterapkan pada bisnis. Dengan perencanaan yang baik, perusahaan dapat mengantisipasi kemungkinan akan timbulnya masalah yang dapat mengakibatkan penggunaan sumber daya kurang efektif dan efisien yang akhirnya dapat berujung pada kerugian perusahaan (Angelia dan Rusiti 2014).

Menurut Hansen dan Mowen (2011), perencanaan dan pengendalian benar-benar saling berhubungan. Perencanaan adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

mewujudkan tujuan-tujuan tertentu. Pengendalian adalah melihat kebelakang, memutuskan apakah yang sebenarnya telah terjadi dan membandingkannya dengan hasil yang direncakanan sebelumnya.

Dalam melakukan perencanaan dan pengendalian, maka diperlukan suatu pencatatan berupa anggaran. Hansen dan Mowen (2011) mengatakan bahwa komponen utama dari perencanaan adalah anggaran yaitu rencana keuangan untuk masa depan. Rencana tersebut mengidentifikasi tujuan dan tindakan yang diperlukan untuk mencapainya.

Menurut Hilton (2010), anggaran merupakan perencanaan yang detil dan dituangkan dalam jangka waktu, serta bagaimana sumber daya akan dicapai dan digunakan selama periode waktu tertentu. Anthony dan Govindarajan (2014) mengatakan bahwa anggaran merupakan bagian yang penting untuk perencanaan efektif jangka pendek dan kontrol dalam organisasi. Penyelenggaraan anggaran biasanya meliputi waktu satu tahun dan menyatakan pemasukan dan pengeluaran selama satu tahun. Anggaran menyajikan tujuan yang dibutuhkan untuk manajer dalam unit-unit bisnis dari suatu organisasi dan merupakan bagian sentral dari operasi sistem akuntansi manajemen (Atkinson, Kaplan, Matsumura, dan Young, 2012).

Menurut Anthony dan Govindarajan (2014), Karakteristik anggaran adalah sebagai berikut :

1. Anggaran memperkirakan keuntungan yang potensial dari unit perusahaan.

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

2. Dinyatakan dalam istilah moneter, walaupun jumlah moneter mungkin didukung dengan jumlah non-moneter (contoh : unit yang terjual atau diproduksi)
3. Biasanya meliputi waktu selama satu tahun.
4. Merupakan perjanjian manajemen, bahwa manajer setuju untuk bertanggung jawab untuk pencapaian tujuan dari anggaran.
5. Usulan anggaran diperiksa dan disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pembuat anggaran.
6. Sekali disetujui, anggaran hanya dapat diubah dalam kondisi tertentu.
7. Secara berkala kinerja keuangan aktual dibandingkan dengan anggaran dan perbedaannya dianalisis dan dijelaskan.

Kelayakan suatu aktivitas atau program menjadi hal penting yang harus dilakukan sebelum melakukan penyusunan anggaran. Salah satu cara untuk menilai kelayakan suatu aktivitas atau program adalah dengan menggunakan *Cost Benefit Ratio*. *Cost Benefit Ratio* (*CBR*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui besaran keuntungan/kerugian serta kelayakan suatu aktivitas atau program. Dalam perhitungannya, rasio ini memperhitungkan biaya serta manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan suatu program. Nilai *Cost Benefit Ratio* yang baik adalah kurang dari 1 yang berarti keuntungan yang didapat oleh perusahaan lebih besar dibanding biaya yang harus dikeluarkan.

Proses penyusunan anggaran yang baik seharusnya melibatkan manajer dalam tanggung jawab pengendalian biaya untuk membuat estimasi anggaran

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

mereka sendiri atau dengan kata lain adanya partisipasi dalam proses pengambilan keputusan bersama oleh dua bagian/pihak atau lebih di mana keputusan tersebut akan memiliki dampak terhadap masa depan bagi yang membuatnya. Manajer perlu menyusun anggaran dengan baik karena anggaran merupakan perencanaan keuangan yang menggambarkan seluruh aktivitas operasional organisasi. Kesalahan memprediksi akan menghambat rencana yang telah disusun dan berdampak terhadap penilaian kinerjanya.

Penganggaran dalam biaya pemasaran dilakukan untuk melakukan perencanaan semua pengeluaran yang berkaitan dengan seluruh aktivitas penjualan serta pendistribusian produk perusahaan. Biaya ini mencakup :

1. Biaya penjualan, yaitu keseluruhan aktivitas yang berkaitan dengan upaya untuk mencari dan memperoleh penjualan produk perusahaan. Biaya ini mencakup biaya iklan, pemberian contoh produk, dan sebagainya.
2. Biaya pemenuhan pesanan, yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan upaya untuk memenuhi pesanan sesuai keinginan konsumen, yang mencakup biaya pergudangan, pengepakan dan pengiriman, pemberian kredit dan penagihan serta administrasi pemasaran (Rudianto, 2013).

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, terkadang ada beberapa transaksi yang tidak dibuat anggarannya, seperti biaya transportasi mengantar karyawan survey lokasi promosi, transportasi meeting dengan vendor dan berbagai pembayaran yang jumlahnya relatif kecil. Untuk keperluan tersebut, perusahaan mengalokasikan sejumlah kas dalam jumlah tertentu yang

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

disediakan untuk keperluan-keperluan yang tidak diduga, kas tersebut merupakan kas kecil. Kas kecil ialah dana kas yang digunakan untuk membayar pembayaran yang jumlahnya relatif kecil (Weygandt, Kimmel, dan Kieso, 2013). Pengeluaran kas kecil dapat dilakukan setelah adanya bukti transaksi dan tanda tangan dari pihak yang diberikan tanggung jawab.

Pada kegiatan operasional yang memungkinkan ada arus transaksi namun belum terdapat bukti transaksi, maka biaya untuk transaksi tersebut dapat diajukan dengan melakukan *cash advance*. *Cash advance* dengan biaya yang tidak begitu besar jumlahnya biasanya menggunakan dana dari kas kecil.

Perencanaan anggaran harus diikuti dengan pengendalian untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan telah berjalan sesuai dengan rencana atau target yang telah ditetapkan. Pengendalian juga dapat mengontrol penggunaan biaya yang digunakan untuk memproduksi barang promosi sehingga jumlah barang promosi yang tercatat dalam sistem sesuai dengan jumlah yang ada di gudang. Salah satu jenis pengendalian tersebut adalah *stock opname*. *Stock Opname* dilakukan sebagai mekanisme kontrol arus masuk dan keluar barang, dimana dalam proses ini akan dilakukan perhitungan stok secara fisik untuk dicocokkan dengan stok yang tercatat di dalam sistem.

Aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan akan dilakukan evaluasi sebagai upaya manajemen untuk mengidentifikasi aktivitas serta barang promosi apa saja yang lebih efektif dan efisien dilakukan atau diproduksi

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

searah dengan tujuan perusahaan. Kegiatan evaluasi yang dapat dilakukan perusahaan antara lain :

1. Pemonitoran anggaran dengan membandingkan hasil yang dicapai (realisasi) dengan sasaran yang ditetapkan pada anggaran.
2. Mengidentifikasi total pengajuan barang promosi yang sudah diproduksi dengan pengajuan barang produksi yang dipakai untuk aktivitas promosi secara periodik. Hal ini dilakukan untuk mengoptimalkan keefesiensian biaya produksi barang promosi.
3. Memonitori dan mengontrol pembebanan biaya produksi dan aktivitas promosi secara berkala guna memastikan tidak terjadinya pengeluaran yang berlebihan.

Sebagian biaya pemasaran bersifat tetap jumlahnya pada setiap periode waktu. Sebagian lagi bersifat fluktuatif sesuai dengan volume aktivitas. Biaya pemasaran yang bersifat tetap dari satu periode ke periode lain relatif tidak berubah, kecuali terjadi kenaikan yang disengaja. Biaya pemasaran yang bersifat fluktuatif disebut biaya pemasaran variabel. Biaya pemasaran variabel adalah biaya pemasaran yang jumlah biayanya yang akan dikeluarkan akan dipengaruhi berbagai tingkat aktivitas yang menjadi dasar alokasi biaya tersebut (Rudianto, 2013).

Karena biaya pemasaran variabel dipengaruhi secara langsung oleh tingkat aktivitas tertentu, berarti biaya jenis ini adalah biaya yang dapat dikendalikan secara langsung jumlahnya. Jika perusahaan ini menurunkan jumlah anggaran biaya pemasaran variabel maka volume aktivitas yang

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

menjadi pemicu biaya tersebut harus dikurangi sesuai dengan jumlah yang diinginkan. Jika perusahaan ingin menambah biaya pemasaran variabel maka volume aktivitas biaya tersebut dapat dinaikkan sesuai jumlah yang diinginkan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan dengan tujuan :

a. Mengembangkan kemampuan dan pengetahuan mahasiswa dalam melaksanakan pengendalian biaya yang keluar dari aktivitas promosi, rekapitulasi seluruh pembebanan biaya promosi dan *event*, merancang memo pengajuan biaya promosi *head office* PT BFI Finance Indonesia Tbk serta mengontrol pengeluaran yang terjadi, melakukan *review* dan rekomendasi pengajuan biaya promosi dari cabang, membuat laporan pertanggung jawaban biaya promosi, membuat laporan *overview budget* promosi dan *event* per semester.
b. Mempersiapkan diri memasuki dunia kerja dan lebih mengetahui dunia kerja yang sebenarnya.
c. Mempraktikan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam dunia kerja menggunakan ilmu yang telah diperlajari.
d. Kerja magang dapat memberikan pengamalan kerja yang dapat bermanfaat ketika memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
e. Melatih kerja sama tim dengan orang dan lingkungan yang baru.

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

Kerja magang juga membantu PT BFI Finance Indonesia Tbk dalam menjalankan operasional pengontrolan biaya dalam departemen promosi dan *event*, sehingga dapat mengaplikasikan secara langsung teori yang dipelajari selama kuliah.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlangsung dari Selasa tanggal 1 Juli 2014 hingga Jumat 29 Agustus 2014 selama 40 hari setelah dikurangi libur Idul Fitri dari tanggal 25 Juli – 31 Juli 2014. Selama pelaksanaan magang, mahasiswa ditempatkan sebagai *Budget Control Promotion* di PT BFI Finance Indonesia Tbk yang beralamat di Sunburst CBD Lot 1.2 Jl. Kapten Soebijanto Djojohadikusumo BSD City, Tangerang Sekatan. Kerja magang dilakukan setiap hari Senin – Jumat pukul 08.00 hingga pukul 17.00. Pada minggu terakhir pelaksanaan magang bertepatan dengan dimulainya perkuliahan regular tahun ajaran 2014 – 2015.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang di PT BFI Finance Indonesia Tbk terdiri dari 3 tahap, yaitu :

1. Tahap Pengajuan

a. Pemilihan tempat kerja magang sesuai dengan daftar tempat magang yang sudah disediakan.

b. Setelah memilih tempat kerja yang dituju, kemudian mengisi formulir pengajuan kerja magang dan menyerahkannya ke Ketua Program Studi Akuntansi.

c. Mengirimkan surat lamaran, dan *curriculum vitae*, kepada PT BFI Finance Indonesia Tbk.

d. PT BFI Finance Indonesia Tbk memberikan surat konfirmasi penerimaan kerja magang.

e. Surat konfirmasi yang diperoleh dari PT BFI Finance Indonesia Tbk kemudian diserahkan kepada Ketua Program Studi Akuntansi dan diserahkan lagi ke BAAK untuk memperoleh Kartu Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, Formulir Kehadiran, Formulir Penilaian, dan Formulir Penyerahan Laporan Kerja Magang yang akan diberikan kepada pembimbing lapangan.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Mahasiswa diberikan pembekalan magang sebelum terjun langsung melakukan kerja magang. Pembekalan ini bertujuan agar mahasiswa sudah mengetahui gambaran seputar kerja magang, aturan yang harus dipenuhi selama kerja magang, bagaimana harus bersikap dan penulisan laporan kerja magang.

b. Selama kerja magang, mahasiswa dibimbing oleh pembimbing lapangan, yaitu Bapak Ahmad Zaki Rahman selaku Supervisor Promosi dan Event Kantor Pusat PT BFI Finance Indonesia, Tbk.

Pengendalian Biaya..., Lumongga Ursula, FB UMN, 2015

3. Tahap Akhir

a. Mahasiswa diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang yang akan dibimbing oleh dosen pembimbing yang telah dipilih sebelumnya. Pada awal bimbingan mahasiswa harus membawa laporan realisasi kerja magang mengenai kegiatan yang dilaksanakan perminggu selama kerja magang. Penulisan laporan kerja magang berpedoman pada Buku Panduan Kerja Magang Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara.

b. Laporan magang yang telah selesai harus mendapat pengesahan dari dosen pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi Akuntansi. Setelah semua syarat laporan magang terpenuhi, maka akan diajukan ujian kerja magang.

c. Formulir penilaian yang diisi oleh pembimbing lapangan terkait dengan kinerja mahasiswa selama kerja magang diberikan langsung kepada Ketua Program Studi Akuntansi, sedangkan formulir kehadiran dan formulir realisasi kerja magang harus dilampirkan pada laporan kerja magang. Formulir kehadiran berisi mengenai waktu mahasiswa datang dan pulang, sedangkan formulir realisasi kerja magang berisi pekerjaan yang dilakukan selama bekerja di perusahaan.