

**ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN
ANGGARAN PEMAKAIAN BAHAN BAKU
PADA PO. BATIK BOGOR TRADISIKU**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian
Program Diploma IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri
di Politeknik STMI Jakarta



Disusun Oleh :

Nama : AFIF SETIA TRIATMAJA

NIM : 1711054

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA**

2016

POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.b. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

“ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN ANGGARAN
PEMAKAIAN BAHAN BAKU PADA PO. BATIK BOGOR TRADISIKU”

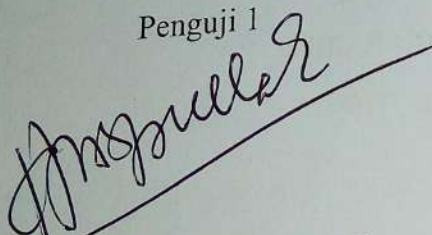
DISUSUN OLEH :

Nama : Afif Setia Triatmaja
Nim : 1711054
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

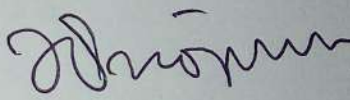
Telah diuji oleh tim penguji sidang tugas akhir program studi Manajemen Bisnis Industri
Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Jumat, 04
November 2016.

Jumat, 04 November 2016

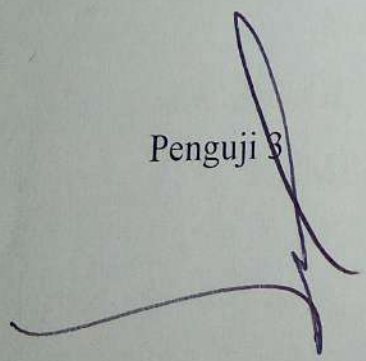
Penguji 1


(Drs. Achmad Zawawi, M.M)

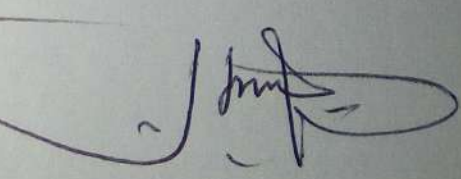
Penguji 2


(Drs. Parlindungan Pardosi, MM)

Penguji 3


(Dr. S. Sukma Adnan, S.E, M.Pd)

Penguji 4


(Drs. Mulyono, M.M)

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING
JUDUL TUGAS AKHIR

"ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN ANGGARAN
PEMAKAIAN BAHAN BAKU PADA PO. BATIK BOGOR TRADISIKU"

DISUSUN OLEH :

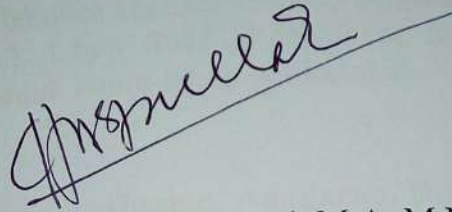
NAMA : AFIF SETIA TRIATMAJA
NIM : 1711054
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan
Dan Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Menyetujui

Jakarta, 22 September 2016

Dosen Pembimbing



(Drs. Achmad Zawawi, M.A, M.M)

NIP. 195811171984031003

POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA

2016

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : AFIF SETIA TRIATMAJA

NIM : 1711054

Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN ANGGARAN BAHAN BAKU PADA PO BATIK BOGOR TRADISIKU

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literature hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Politeknik STMI Jakarta atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 22 September 2016

Pembuat Pernyataan



(AFIF SETIA TRIATMAJA)



LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

Nama : Aff Setia Triatmaga
 NIM : 1711.054
 Judul TA : "Analisis Peramalan Penjualan Untuk Menentukan Anggaran Bahan Baku pada po Batik Bogor Tradisku"
 Pembimbing : Dis. Achmad Zawawi, M.A, M.M
 Asisten Pembimbing :

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
26/07-2016	I	Revisi - Sistem Penulisan - Rumusan masalah - Tujuan Penelitian	<u>U</u>
8/08-2016	I	Acc	<u>U</u>
	II	Revisi - Sistem Penulisan - Penambahan teori	<u>U</u>
18/08-2016	II	Acc	<u>U</u>
	III	Revisi - Penambahan rumus didalam metodid	<u>U</u>
25/08-2016	III	Acc	<u>U</u>
5/09-2016	IV	Acc	<u>U</u>
7/09-2016	V	Revisi Anggaran Produksi	<u>U</u>
22/09-2016	V	Acc	<u>U</u>
	VI	Acc	<u>U</u>

Mengetahui,
Ka Prodi Teknik Industri Otomotif

Pembimbing

NIP : 195309011983031001

NIP : 195811171984031003

ABSTRAKSI

PO Batik Bogor Tradisiku adalah perusahaan yang memproduksi Batik dengan ikon kota Bogor sebagai ciri khasnya. Perusahaan ini terletak di jl. Jalak no 2, Tanah Sereal Kota Bogor dan sudah berdiri sejak tahun 2008 lalu. Selama 8 tahun berdiri perkembangan perusahaan sangat pesat terhadap penjualannya. Setiap tahunnya penjualan relatif meningkat. Hanya saja di tiga bulan pertama, setiap awal tahun penjualan tidak mencapai target, namun setelah itu penjualan kembali stabil. Untuk mengetahui hasil penjualan pada tahun berikutnya perusahaan perlu melakukan peramalan untuk mengetahui berapa jumlah penjualan yang akan diprouksi dengan menggunakan metode least square. Setelah penjualan sudah diketahui kemudian perusahaan membuat anggaran kebutuhan bahan baku untuk mengetahui seberapa besar jumlah penggunaan bahan baku berdasarkan hasil peramalan penjualan. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka didapatkan hasil perhitungan peramalan penjualan dengan menggunakan metode least square untuk tahun 2016 yaitu sebesar 570 unit batik tulis dan 1292 unit batik cap. Jumlah tersebut didapat dengan melakukan perhitungan berdasarkan data penjualan selama lima tahun, dari tahun 2011-2015. Setelah hasil peramalan penjualan diketahui, kemudian membuat anggaran biaya kebutuhan pemakaian bahan baku. Selama tahun 2016 perusahaan menganggarkan biaya pemakaian kebutuhan bahan baku pada batik tulis sebesar Rp 28.900.000. Sedangkan pada batik cap memerlukan anggaran biaya sebesar Rp 52.200.000. Setelah dilakukan analisis terhadap peramalan penjualan dan anggaran kebutuhan baku untuk tahun 2016 didapatkan, perusahaan bisa melakukan persiapan yang sama untuk tahun-tahun berikutnya.

Kata kunci : Peramalan, Penjualan, Anggaran, Biaya dan Bahan Baku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaanNya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir (TA) yang berjudul **“ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN ANGGARAN PEMAKAIAN BAHAN BAKU PADA PO BATIK BOGOR TRADISIKU”**

yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di POLITEKNIK STMI JAKARTA.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada

1. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Bapak Drs. Achmad Zawawi, M.A, M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan teknis, bimbingan dan nasehat dalam penyusunan laporan ini.
3. Bapak Drs. Mulyono, M.M selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri.
4. Kedua Orang Tua dan keluarga tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, doa, nasihatnya, serta pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
5. Bapak Siswaya dan Ibu rukoyah, selaku pemilik PO. Batik Bogor Tradisiku yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan

riset, serta membantu dan mempermudah penulis untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini, serta.

6. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) 2011 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya pengalaman dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sangat membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 22 September 2016

Afif Setia Triatmaja

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	2
1.3 BATASAN MASALAH	2
1.4 TUJUAN PENELITIAN	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 MANAJEMEN KEUANGAN	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan.....	5
2.1.2 Fungsi Manajemen Keuangan.....	6
2.2 Pengertian Anggaran	7
2.2.1 Model Penyusunan Anggaran	9
2.2.2 Tujuan Penganggaran.....	10
2.2.3 Eksistensi Penganggaran.....	10
2.2.4 Kegunaan Anggaran.....	11
2.2.5 Hubungan Anggaran Dengan Manajemen.....	11
2.2.6 Pengelolaan Penganggaran.....	12
2.2.7 Jenis-Jenis Anggaran.....	12
2.2.8 Keunggulan dan Kelemahan Anggaran	13
2.2.9 Fungsi Anggaran	14
2.3 Peramalan Penjualan	16
2.4 Anggaran Penjualan	20
2.4.1 Kegunaan Anggaran Penjualan	21
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan.....	21

2.5	Anggaran Bahan Baku.....	22
2.5.1	Tujuan Penyusunan Anggaran Bahan Baku.....	22
2.5.2	Elemen-Elemen Anggaran Bahan Baku	22
2.6	Rencana Produksi	26
2.7	Anggaran Produksi	27
2.7.1	Tujuan Penyusunan Anggaran	27
BAB III		28
METODELOGI PENELITIAN		28
3.1	Jenis dan Sumber Data	28
3.1.1	Jenis Data	28
3.2	Metode Pengumpulan Data	28
3.3	Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	29
3.3.1	Analisis Tren	29
3.3.2	Tren Linear.....	30
BAB IV		33
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		33
4.1	ASPEK PEMASARAN.....	33
4.1.1	Definisi Pemasaran.....	33
4.1.2	Strategi Pemasaran	33
4.1.3	Produk Yang Akan Dipasarkan.....	37
4.1.4	Wilayah Pemasaran	37
4.1.5	Segmentasi Pasar.....	37
4.1.6	Saluran Distribusi.....	38
4.1.7	Penentuan Harga Jual Produk PO Batik Bogor Tradisiku	39
4.1.8	Fungsi Pemasaran	39
4.2	ASPEK PRODUKSI	41
4.2.1	Klasifikasi produk	41
4.2.2	Jenis Proses Produksi ditinjau dari Segi Proses Menghasilkan Output.....	42
4.2.3	Alur Proses Produksi.....	42
4.2.4	Bahan baku dan Bahan Penolong.....	49
4.2.5	Mesin dan Peralatan	50

4.3	ASPEK KEUANGAN.....	51
4.3.1	BIAYA INVESTASI	51
4.3.2	Data Penjualan	53
4.3.3	Harga Pokok Penjualan	55
4.3.4	Laporan Keuangan PO Batik Bogor Tradisiku	58
BAB V.....		63
PEMBAHASAN		63
5.1	Peramalan Penjualan	63
5.2	Anggaran Produksi	66
5.3	Anggaran Kebutuhan Bahan Baku	70
5.4	Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Untuk Produksi	71
BAB VI.....		74
KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
6.1	Kesimpulan.....	74
6.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Harga 2015.....	34
Tabel 4.2 Biaya Promosi.....	36
Tabel 4.3 Segmentasi Demografis.....	37
Tabel 4.4 Segmentasi Psikografis.....	38
Tabel 4.5 Harga Produk.....	39
Tabel 4.6 Mesin dan Peralatan.....	50
Tabel 4.7 Biaya Investasi.....	51
Tabel 4.8 Penyusutan 2011-2015.....	53
Tabel 4.9 Data Penjualan Tahun 2011.....	53
Tabel 4.10 Data Penjualan Tahun 2012.....	53
Tabel 4.11 Data Penjualan Tahun 2013.....	54
Tabel 4.12 Data Penjualan Tahun 2014.....	54
Tabel 4.13 Data Penjualan Tahun 2015.....	54
Tabel 4.14 Harga Pokok Penjualan.....	56
Tabel 4.15 Laporan Laba Rugi.....	59
Tabel 4.16 Arus Kas.....	60
Tabel 4.17 Perubahan Modal.....	61
Tabel 4.18 Neraca.....	61
Tabel 5.1 Peramalan Penjualan Batik Tulis.....	64
Tabel 5.2 Peramalan Penjualan Batik Cap.....	65
Tabel 5.3 Anggaran Produksi Batik Tulis.....	68
Tabel 5.4 Anggaran Produksi Batik Cap.....	70
Tabel 5.5 Anggaran Kebutuhan Bahan Baku Batik Tulis.....	70

Tabel 5.6 Anggaran Kebutuhan Bahan Baku Batik Cap.....	71
Tabel 5.7 Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Batik tulis.....	72
Tabel 5.8 Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Batik Cap.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 (kiri-kanan) Hujan Gerimis, Kijang Loncat Pakujajar, Bunga Bangkai.....	33
Gambar 4.2 (kiri-kanan) Kujang Kijang, Kujang Kijang Hujan, Pagi Sore di Bogor.....	34
Gambar 4.3 Membuat Design Batik.....	43
Gambar 4.4 Proses Mencanting.....	44
Gambar 4.5 Pencelupan Warna.....	45
Gambar 4.6 Melorod.....	45
Gambar 4.7 Penjemuran.....	46
Gambar 4.8 Selesai Menjadi Batik Tulis.....	46
Gambar 4.9 Mencap Motif Batik.....	47
Gambar 4.10 Pencelupan Warna.....	47
Gambar 4.11 Melorod.....	48
Gambar 4.12 Penjemuran.....	48
Gambar 4.13 Selesai Menjadi Batik Cap.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan di dalam menjalankan usahanya selalu dihadapkan pada berbagai masalah. Perkembangan dan perubahan yang dialami dalam dunia usaha merupakan masalah yang harus dihadapi suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Disisi lain juga banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha, yang mencerminkan adanya efektifitas dan efisiensi suatu perusahaan. Tetapi pada umumnya tujuan perusahaan adalah mendapatkan laba, dimana untuk mengukur pencapaian tujuan tersebut, perusahaan harus memperhatikan tingkat penjualan.

Namun tidak ada perusahaan yang penjualannya setiap tahun terus meningkat, pasti selalu ada pasang surutnya. Seperti PO Batik Bogor Tradisiku yang jumlah penjualannya pada setiap awal tahun suka mengalami penurunan dari biasanya, terutama pada bulan Januari sampai Maret. Setelah bulan ketiga penjualan kembali mengalami peningkatan seperti semula dengan jumlah peningkatan yang berbeda-beda tiap bulannya. Selain itu penjualan juga berpengaruh kepada jumlah pemakaian bahan baku terhadap produk yang dihasilkan. Semakin banyak produk yang dihasilkan, maka kebutuhan penggunaan baku juga meningkat. Dan sebaliknya jika penjualan produk tidak begitu banyak, penggunaan bahan baku pun yang digunakan juga sedikit.

Perencanaan adalah salah satu fungsi manajemen yang paling pokok dan sangat luas meliputi perkiraan dan perhitungan mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan pada waktu yang akan datang mengikuti suatu urutan tertentu. Perencanaan merupakan salah satu sarana manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan karena itu setiap tingkat manajemen dalam organisasi sangat membutuhkan aktivitas perencanaan.

Rencana penjualan merupakan suatu proyeksi atau perkiraan yang dibuat secara teknis dan berasal dari permintaan pelanggan potensial untuk suatu jangka panjang waktu tertentu.

Berdasarkan pengertian rencana penjualan diatas maka kegiatan pembuatan pencatatan ini mutlak diperlukan oleh suatu perusahaan untuk dipergunakan sebagai tolak ukur seberapa besar perusahaan tersebut membutuhkan pasokan bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang. Dengan keberadaan anggaran penjualan didalam perusahaan dapat diketahui sejak awal berapa jumlah kebutuhan yang diperlukan untuk melakukan proses produksi suatu barang.

Setelah rencana penjualan suatu perusahaan disusun maka kemudian dapat dilanjutkan proses penyusunan anggaran produksi. Anggaran produksi sekaligus juga menggambarkan rencana produksi atau aktivitas penunjang dari peramalan penjualan. Rencana produksi merupakan basis untuk menyusun anggaran lainnya, dan salah satunya adalah anggaran pemakaian bahan baku. Sehingga penulis ingin mengangkat sebuah judul tentang: **“ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN ANGGARAN PEMAKAIAN BAHAN BAKU PADA PO BATIK BOGOR TRADISIKU”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Menentukan berapa ramalan penjualan tahun 2016 pada PO Batik Bogor Tradisiku?
2. Menentukan berapa anggaran biaya pemakaian bahan baku untuk tahun 2016?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini mempunyai alur yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PO Batik Bogor Tradisiku
2. Penelitian ini dilakukan dengan Analisis Tren metode least square
3. Data yang digunakan untuk melakukan permalan penjualan hanya jumlah penjualan yang diperoleh dari tahun 2011-2015

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui hasil peramalan penjualan tahun 2016
2. Untuk mengetahui anggaran biaya pemakaian bahan baku yang digunakan pada tahun 2016

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi PO Batik Bogor Tradisiku sendiri agar dapat memberi masukan pada perusahaan dalam membuat keputusan untuk dapat meramalkan penjualan guna menentukan anggaran bahan baku

2. Bagi Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan tentang bagaimana meramalkan penjualan di suatu perusahaan dengan baik dan benar.

3. Bagi Pembaca

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademisi dalam menyusun tugas akhir.

4. Bagi Politeknik STMI Jakarta

Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai peramalan penjualan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian meliputi jenis data yang dibutuhkan, sumber data, cara mengumpulkan data, cara pengolahan data dan teknik analisis.

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 MANAJEMEN KEUANGAN

2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Aktivitas manajemen keuangan berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk lembaga yang berhubungan erat dengan sumber pendanaan dan investasi keuangan perusahaan serta instrument keuangan (*Kasmir, 2010, 5-7*). Jadi Manajemen Keuangan berhubungan dengan 3 aktivitas, yaitu:

1. Aktivitas penggunaan dana, yaitu aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
2. Aktivitas perolehan dana, yaitu aktivitas untuk mendapatkan sumber dana, baik dari sumber dana internal maupun sumber dana eksternal perusahaan.
3. Aktivitas pengelolaan aktiva, yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva, dana harus dikelola seefisien mungkin.

Tujuan manajemen keuangan dibagi menjadi dua pendekatan, yaitu

1. *Profit risk approach*, dalam hal ini manajer keuangan tidak hanya sekedar mengejar maksimalisasi profit, akan tetapi juga harus mempertimbangkan risiko yang bakal dihadapi. Secara garis besar *profit risk approach* terdiri dari
 - a. Maksimalisasi profit
 - b. Minimal risk
 - c. Maintain control, dan
 - d. *Achieve flexibility (careful management of fund and activities)*
2. *Liquidity and profitability*, merupakan kegiatan yang berhubungan dengan bagaimana seseorang manajer keuangan mengelola likuiditas dan profitabilitas perusahaan.

2.1.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Berikut ini adalah penjelasan singkat dari fungsi Manajemen Keuangan (*Pandji Anoraga, 2009*) dalam penelitian Prisiska Andriyani (2012, hal 6) :

1. Perencanaan keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
2. Penganggaran keuangan, tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
3. Pengelolaan keuangan, menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara
4. Pencarian keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Penyimpanan keuangan, mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
6. Pengendalian keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.
7. Pemeriksaan keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.
8. Pelaporan keuangan, penyediaan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi.

Seorang manajer keuangan dalam suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana mengelola segala unsur dari segi keuangan. Hal ini wajib dilakukan karena keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

Unsur manajemen keuangan harus diketahui oleh seorang manajer. Misalkan saja seorang manajer keuangan tidak mengetahui apa-apa saja yang menjadi unsur-unsur manajemen keuangan, maka akan muncul kesulitan dalam menjalankan suatu perusahaan tersebut.

Sebab itu, seorang manajer keuangan harus mampu mengetahui segala aktivitas manajemen keuangan, khususnya penganalisisan sumber dana dan penggunaannya untuk merealisasikan keuntungan maksimum bagi perusahaan tersebut. Seorang manajer keuangan harus memahami arus peredaran uang baik eksternal maupun internal. Salah satu aktivitas yang terdapat pada manajemen keuangan adalah pencatatan anggaran perusahaan.

2.2 Pengertian Anggaran

Penganggaran ialah proses penyusunan anggaran, yang dimulai pembuatan panitia, pengumpulan dan pengklarifikasian data, pengajuan rencana kerja fisik dan keuangan tiap-tiap seksi, bagian, divisi, penyusunan secara menyeluruh, merevisi, dan mengajukan kepada pimpinan puncak untuk disetujui dan dilaksanakan. Anggaran adalah rencana kerja yang dituangkan dalam angka-angka keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang (*Darsono, 2008, 1*).

Sedangkan Anggaran menurut (*Rudianto, 2009, 3*) adalah rencana kerja organisasi dimasa mendatang yang diwujudkan dalam bentuk kuantitatif, formal dan sistematif. Dari definisi diatas, dapat diambil beberapa kesimpulan:

- a. Anggaran harus bersifat formal artinya anggaran disusun dengan sengaja dan bersungguh-sungguh dalam bentuk tertulis dan teliti.
- b. Anggaran harus bersifat sistematis artinya anggaran disusun dengan berurutan dan berdasarkan logika.
- c. Anggaran harus ditulis secara kuantitatif artinya ditulis dalam sederetan angka agar memudahkan anggota organisasi melihat target yang ingin dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Perusahaan besar maupun kecil seyogyanya membuat anggaran, karena penganggaran itu penting untuk membuat perencanaan dan untuk mengendalikan kegiatan. Perencanaan melihat ke masa depan, yaitu menentukan tindakan-tindakan apa yang harus dilakukan untuk mencapai

sasaran dan tujuan suatu organisasi. Sedangkan pengendalian melihat ke belakang, yaitu menilai hasil kerja dan membandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan.

Pada umumnya setiap perusahaan menyusun anggaran sebagai pedoman untuk melaksanakan kegiatan. Ada beberapa pengertian tentang anggaran antara lain sebagai berikut :

1. Anggaran dapat berupa anggaran fisik dan anggaran keuangan. Anggaran lazim disebut rencana kerja yang dituangkan secara tertulis dalam bentuk angka-angka keuangan, lazim disebut anggaran formal.
2. Anggaran lazim disebut *perencanaan dan pengendalian laba*, yaitu proses yang ditujukan untuk membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian secara efektif.
3. Anggaran ialah suatu perencanaan laba strategis jangka panjang, suatu perencanaan taktis laba jangka pendek; suatu sistem akuntansi berdasarkan tanggung jawab; suatu penggunaan prinsip pengecualian yang berkesinambungan, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi.
4. Anggaran ialah rencana tentang kegiatan perusahaan yang mencakup berbagai kegiatan operasional yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi. Pada umumnya disusun secara tertulis.
5. Anggaran dapat dianggap sebagai sistem yang memiliki kekhususan tersendiri atau sebagai sub-sistem yang memerlukan hubungan dengan sub-sistem lain yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan.
6. Anggaran dianggap sebagai sistem yang otonom karena mempunyai sasaran serta cara-cara kerja tersendiri yang merupakan suatu kebetulan dan yang berbeda dengan sasaran serta cara kerja sistem lain yang ada dalam perusahaan; anggaran sekaligus juga disebut sub-sistem.
7. Anggaran sebagai suatu sistem terdiri dari tiga lapisan yaitu: inti sistem, sub-sistem penunjang, sub-sistem lingkungan. *Inti sistem* ialah sasaran

laba; *sub-sistem penunjang* ialah berbagai aktivitas yang membantu kelancaran kerjanya inti sistem seperti struktur organisasi, administrasi, analisis data, angka-angka standar dan sebagainya. *Sub-sistem lingkungan* ialah lingkungan eksternal organisasi seperti ekonomi, sosial, politik, budaya, dan sebagainya yang mempengaruhi bekerja suatu sistem organisasi.

8. Anggaran atau budget adalah sama dengan *profit planning*. Perencanaan laba meliputi : perencanaan penjualan, perencanaan produksi, perencanaan penggunaan bahan baku, perencanaan pembelian bahan baku, perencanaan tenaga kerja langsung, perencanaan biaya overhead, perencanaan biaya pemasaran, perencanaan biaya umum dan administrasi, dan seterusnya. Model tersebut pada umumnya disebut *anggaran berkala yang lengkap* atau *master budget*.

2.2.1 Model Penyusunan Anggaran

Para penyusun anggaran atau tim anggaran menyusun anggaran berdasar *teori, praktek, dan prediksi* perubahan situasi ekonomi, sosial, dan politik.

Penyusunan anggaran berdasarkan teori adalah pembuatan anggaran berdasar pengetahuan ekonomi perusahaan, dimana titik sentral perusahaan adalah mencari laba. Oleh sebab itu, laba harus ditentukan dahulu, kemudian disusun strategi dan program kerja untuk mencapai sasaran laba.

Penyusunan anggaran berdasar praktek ialah pembuatan anggaran berdasar pengalaman praktek atau berdasar data historis. Data historis tersebut diolah secara ilmiah kemudian dijadikan bahan untuk menyusun anggaran. Cara ini lazim digunakan, karena lebih mudah dan dapat digunakan jika kondisi ekonomi, sosial, dan politik stabil.

Penyusunan anggaran berdasar prediksi perubahan situasi ekonomi, sosial, dan politik ialah pembuatan anggaran berdasar ramalan para ahli ekonomi, sosial, dan ahli politik. Model penyusunan anggaran ini adalah

penggabungan data historis yang diolah secara kuantitatif dengan data kualitatif tentang ramalan perubahan kondisi ekonomi, sosial, dan politik.

Model penyusunan anggaran berdasar prediksi situasi ekonomi, sosial, dan politik nampaknya lebih rasional dibanding model a priori. Dunia bisnis adalah dunia perubahan dan rasional yang berorientasi laba. Oleh sebab itu dalam menyusun anggaran, laba merupakan tujuan pokok suatu organisasi bisnis.

Dalam menentukan sasaran laba manajemen harus mempertimbangkan; volume penjualan, keadaan pulang pokok, kapasitas produksi, laba atas modal yang digunakan. Sasaran laba tersebut berupa laba jangka panjang dan jangka pendek.

2.2.2 Tujuan Penganggaran

Penganggaran bertujuan untuk; (1) memaksa manajer membuat rencana kerja, (2) tolak ukur mengevaluasi kinerja, (3) meningkatkan komunikasi dan koordinasi antara manajer, dan (4) membantu pengambilan keputusan.

Penganggaran memaksa manajer membuat rencana artinya manajer harus selalu berfikir proaktif tentang perubahan yang akan terjadi di masa depan. Kemampuan memprediksi masa depan itu dituangkan dalam bentuk angka-angka satuan fisik dan satuan uang yang berorientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Penganggaran sebagai tolak ukur mengevaluasi kinerja, artinya bahwa kinerja manajemen harus dibandingkan dengan anggaran.

2.2.3 Eksistensi Penganggaran

Keberadaan penganggaran dapat dilihat dari dua sudut yaitu sudut penyusunan dan sudut penggunaan. Penyusunan anggaran pada umumnya dibuat empat atau tiga bulan terakhir dari tahun berjalan untuk masa satu tahun fiskal, kemudian dibagi anggaran kuartalan dan bulanan. Dalam proses penyusunan anggaran biasanya ada panitia anggaran yang dipimpin

oleh seorang kontroller, atau akuntan manajemen. Panitia anggaran menerima anggaran dari berbagai seksi, bagian, divisi, kemudian mengkoordinasikan, merevisi, dan menetapkan. Kemudian memonitor pelaksanaan anggaran selama tahun berjalan.

2.2.4 Kegunaan Anggaran

Kegunaan anggaran ialah untuk perencanaan dan pengendalian, evaluasi kinerja dan untuk mengarahkan perilaku manajer dan karyawan. Dalam perencanaan, perusahaan menyusun anggaran induk (master budget) berdasar prediksi masa mendatang yang terbaik mengenai tingkat aktivitas. Pada umumnya tingkat aktivitas yang dianggarkan tidak sama dengan tingkat aktivitas yang sesungguhnya, maka timbul penyimpangan-penyimpangan. Untuk memahami penyimpangan-penyimpangan harus disusun anggaran fleksibel.

2.2.5 Hubungan Anggaran Dengan Manajemen

Salah satu tugas manajer adalah membuat anggaran bagian yang dipimpinnya. Dengan membuat anggaran, seorang manajer dapat membuat perencanaan. Dapat melakukan koordinasi dengan bagian lainnya, dan dapat melakukan pengendalian kegiatan. Dengan demikian anggaran berhubungan erat dengan proses manajemen.

Proses manajemen merupakan saling hubungan unsur-unsur. (1) perencanaan (*planning*), yaitu menyusun rencana sebagai dasar pedoman kerja, (2) pengorganisasian (*organizing*), menyusun struktur organisasi yang merupakan pemberian wewenang dan permintaan tanggungjawab, (3) penataan (*staffing*), yaitu membina, membimbing, dan mengarahkan sumber daya manusia, (4) mencipta kerjasama dan koordinasi antar bagian (*leading*), dan (5) pengendalian (*controlling*), yaitu pengawasan atas pelaksanaan kerja berdasar rencana yang telah ditetapkan.

2.2.6 Pengelolaan Penganggaran

Proses penyusunan anggaran membutuhkan koordinasi semua level manajer yang diorganisir dalam Komite Anggaran yang memiliki tugas antara lain; (1) menyusun pedoman penyusunan anggaran, (2) menerima dan menganalisis setiap anggaran yang diajukan oleh seksi, bagian, atau divisi, (3) memberi rekomendasi penyempurnaan, (4) menyetujui anggaran.

Di samping komite anggaran, suatu perusahaan pada umumnya memiliki Departemen Anggaran yang mempunyai fungsi antara lain; (1) menyusun sistem dan prosedur penganggaran (*budget manual*), (2) memberi pendidikan dan pelatihan kepada tenaga pembuat anggaran, (3) mengumpulkan dan menganalisis data, (4) mengevaluasi kinerja berdasarkan anggaran. Hakikatnya *budget manual* memuat system *operating procedure* (SOP) yang memuat intruksi, informasi, referensi, untuk penyusunan anggaran; SOP menjelaskan tentang anggaran apa yang harus dibuat, bagaimana membuatnya, kapan pembuatan anggaran itu dibuat, dan siapa yang melakukannya.

2.2.7 Jenis-Jenis Anggaran

Dalam menyusun anggaran suatu perusahaan dapat berbasis waktu, ruang lingkup, dan fleksibilitas. Berdasarkan waktu anggaran dapat dibedakan menjadi dua, yaitu; (1) anggaran jangka pendek (waktunya paling lama satu tahun) dan (2) anggaran jangka panjang (waktunya lebih dari satu tahun, umumnya lima sampai sepuluh tahun).

Anggaran berdasarkan ruang lingkup, (1) anggaran parsial, yaitu anggaran yang ruang lingkungnya terbatas, (2) anggaran komprehensif atau lazim disebut anggaran induk (master budget) yaitu anggaran menyeluruh, dalam perusahaan manufaktur meliputi:

- a. Anggaran penjualan
- b. Anggaran pemakaian bahan baku
- c. Anggaran pembelian bahan baku

- d. Anggaran biaya tenaga kerja langsung
- e. Anggaran BOP
- f. Anggaran harga pokok produksi
- g. Anggaran biaya pemasaran
- h. Anggaran biaya administrasi
- i. Anggaran laba-rugi
- j. Anggaran kas
- k. Anggaran neraca

Anggaran berdasarkan fleksibilitas, dapat dibedakan menjadi; (1) anggaran statis (static budget) atau anggaran tetap (fixed budget), yaitu anggaran untuk satu titik kegiatan saja, misalnya pada satu titik kegiatan volume penjualan 1.000 unit, kemudian disusun anggaran pendapatan, biaya, dan anggaran laba operasi, (2) anggaran yang luwes (flexible budget), yaitu anggaran pada beberapa titik kegiatan, misalnya anggaran pada volume penjualan, 1.000 unit, 1.100 unit, 1.200 unit, dan seterusnya. Kemudian disusun anggaran pendapatan, biaya, dan laba operasi pada setiap volume penjualan.

2.2.8 Keunggulan dan Kelemahan Anggaran

Keunggulan anggaran diantara lain:

- a. Hasil analisis lingkungan internal perusahaan yaitu analisis data historis perusahaan yang menjelaskan kekuatan dan kelemahannya kemudian dijadikan bahan baku untuk membuat program kerja dimasa mendatang.
- b. Hasil analisis lingkungan eksternal yang menjelaskan peluang bisnis dan kendala yang dihadapinya, kemudian dijadikan bahan baku untuk membuat program kerja dimasa mendatang.
- c. Sebagai alat pedoman kerja dan pengendalian kegiatan operasional dan keuangan.
- d. Sebagai sarana koordinasi antar seksi, bagian, divisi, dalam suatu perusahaan.

- e. Sebagai sumber rasa tanggungjawab dan partisipasi aktif semua kepala seksi, bagian, divisi dalam suatu perusahaan.
- f. Sebagai dasar untuk mengetahui wewenang dan tanggungjawab semua level manajer.

Kelemahan anggaran yaitu:

- a. Prediksi kegiatan bisnis dimasa mendatang belum tentu tepat atau belum tentu mendekati kenyataan.
- b. Perubahan kondisi politik, sosial, ekonomi, bisnis di masa mendatang sulit diprediksi sehingga sering tidak terjangkau dalam pemikiran pembuat anggaran.
- c. Sering terjadi konflik kepentingan dalam penyusunan anggaran maupun dalam pelaksanaannya.
- d. Pembuat anggaran (kepala seksi, bagian, divisi) sering berpikir subyektif, mementingkan seksinya, bagiannya, atau divisinya saja.
- e. Anggaran pada umumnya sangat idelistik sehingga sulit dicapai dan dapat mengakibatkan para pelaksana frustrasi.

2.2.9 Fungsi Anggaran

Berkaitan dengan fungsi utama manajemen, anggaran memiliki dua fungsi utama yaitu (*Rudianto, 2009, 6*) :

- a. Alat Perencanaan

Sebagai bagian dari fungsi perencanaan, anggaran merupakan rencana kerja yang menjadi pedoman bagi anggota organisasi dalam bertindak. Anggaran merupakan rencana yang dipayakan untuk direalisasikan. Anggaran memberikan sasaran, dan arah yang harus dicapai oleh setiap bagian organisasi didalam suatu periode waktu tertentu. Tanpa memiliki anggaran, perusahaan tidak memiliki arah dan sasaran yang harus dicapai dalam suatu kurun waktu tertentu.

Karena itu dalam fungsi perencanaan, anggaran memiliki beberapa manfaat yang saling terkait satu sama lainnya, yaitu:

1. Memberikan pendekatan yang terarah dan terintegrasi kepada seluruh anggota organisasi.
2. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah kepada tujuan umum, yaitu pencapaian laba usaha.
3. Mendorong seluruh anggota organisasi untuk memiliki komitmen untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.
4. Mengarahkan penggunaan seluruh sumber daya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
5. Mendorong pencapaian standar prestasi yang tinggi bagi seluruh anggota organisasi.

b. Alat Pengendalian

Sebagai bagian dari fungsi pengendalian, anggaran berguna sebagai alat penilai apakah aktivitas setiap bagian organisasi telah sesuai dengan rencana atau tidak. Dalam hal ini anggaran berfungsi sebagai suatu standar/tolak ukur manajemen. Sebagai suatu standar, anggaran digunakan untuk menilai suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh setiap bagian manajemen apakah telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan atau tidak.

Karena itu dalam fungsi pengendalian, anggaran memiliki beberapa manfaat yang saling terkait satu dengan lainnya, yaitu:

1. Berperan sebagai tolak ukur atau standar bagi kegiatan organisasi.
2. Memberikan kesempatan untuk menilai dan mengevaluasi secara sistematis setiap segi atau setiap aspek organisasi.
3. Mendorong setiap pihak manajemen secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi.

Karena itu, sebagai alat perencanaan dan pengendalian, anggaran memiliki fungsi dan manfaat yang saling terkait dan terintegrasi satu dengan lainnya. Satu manfaat dengan manfaat lainnya saling melengkapi.

Anggaran sebagai alat manajemen untuk keperluan perencanaan dan pengendalian mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perkembangan ini diukur dari segi manfaat yang ingin diperoleh dari penggunaan sistem itu di dalam pelaksanaannya. Semakin banyak dan rumit manfaat yang dituju, semakin banyak persyaratan yang dituntut di dalam persiapan dan penyusunannya. Demikian pula sebaliknya. Persyaratan yang dimaksud meliputi (*Gunawan, 1998, 19*) :

- a. Jenis dan mutu data yang disediakan.
- b. Sistem akuntansi keuangan dan akuntansi biaya yang digunakan.
- c. Sikap manajemen di dalam menanggapi adanya perubahan biaya dan harga-harga.
- d. Tingkat kewenangan yang diberikan pimpinan pada bawahannya (sentralisasi atau desentralisasi) untuk mengubah anggaran.

Oleh karena itu, manajemen perlu menentukan terlebih dahulu pilihan sasaran dan manfaat apa yang ingin diperoleh dari penggunaan anggaran.

2.3 Peramalan Penjualan

Menurut (*Darsono, 2010, 18*) ramalan penjualan ialah proyeksi jumlah komoditi yang diminta oleh konsumen dan proyeksi harga yang mampu dijangkau oleh konsumen. Dengan demikian ramalan penjualan terdiri dari ramalan jumlah komoditi dan ramalan harga komoditi yang akan dijual.

Peramalan penjualan adalah proyek teknis dari permintaan pelanggan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi (*Gunawan Adisaputro, 1983, 147*). Pemilihan cara yang dipakai untuk pembuatan peramalan penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti :

- a. Sifat produk yang dijual
- b. Metode distribusi yang dipakai
- c. Besarnya perusahaan dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya

- d. Tingkat persaingan yang dihadapi
- e. Data historis yang tersedia

Peramalan penjualan mempengaruhi, bahkan menentukan keputusan dan kebijaksanaan yang diambil seperti :

- a. Kebijaksanaan dalam perencanaan produksi
- b. Kebijaksanaan persediaan barang jadi
- c. Kebijaksanaan penggunaan mesin-mesin
- d. Kebijaksanaan tentang investasi dalam aktiva tetap
- e. Rencana pembelian bahan mentah dan bahan penolong
- f. Rencana aliran kas

Sehingga dapat dikatakan bahwa peramalan penjualan merupakan pusat dari seluruh perencanaan perusahaan dan peramalan penjualan ini akan menentukan potensi penjualan dan luas pasar yang dikuasai mendatang.

Peramalan penjualan adalah perkiraan/proyeksi secara teknis permintaan konsumen potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi (*Ellen Christina, M.Fuad, Sugiarto, 2002, 23*). Dalam hal ini hasil dari suatu peramalan lebih merupakan pernyataan atau penilaian yang dikuantifisir terhadap kondisi masa depan mengenai penjualan sebagai proyeksi teknis dari permintaan konsumen potensial untuk jangka waktu tertentu. Meskipun demikian hasil perkiraan yang diperoleh mungkin saja tidak sama dengan rencana. Hal ini disebabkan karena:

- a. Peramalan lebih merupakan pernyataan atau penilaian yang dikuantifisir terhadap kondisi masa depan mengenai subyek tertentu, misalnya penjualan.
- b. Peramalan penjualan merupakan proyeksi teknis dari permintaan konsumen potensial untuk jangka waktu tertentu, dengan menyebutkan asumsi yang mendasarinya.

- c. Peramalan selayaknya hanya dipandang sebagai bahan masukan untuk mengembangkan suatu rencana penjualan.
- d. Manajemen dapat menerima, memodifikasi atau menolak hasil dari suatu peramalan.

Pada umumnya hasil dari suatu peramalan penjualan akan dikonversikan menjadi rencana penjualan dengan memperhitungkan berbagai hal berikut:

- a. Pendapat manajemen.
- b. Strategi-strategi yang direncanakan.
- c. Keterikatan/komitmen dengan sumber daya.
- d. Ketetapan manajemen dalam usaha mencapai sasaran penjualan.

Secara umum teknik peramalan yang umum diterapkan untuk memperoleh suatu peramalan penjualan dapat dikelompokkan menjadi:

1. Peramalan berdasarkan *Judgement*.
2. Peramalan berdasarkan analisis statistika.
3. Peramalan berdasarkan metode khusus.

Peramalan Berdasarkan Judgement

Peramalan berdasarkan *judgement* dapat dilakukan melalui pendapat pimpinan bagian pemasaran, pendapat para petugas penjualan, pendapat para penyalur, pendapat konsumen, maupun pendapat para ahli.

Peramalan Berdasarkan Analisa Statistika

- a. Apabila perhitungan berdasarkan data historis dari suatu variabel saja, maka digunakan cara:
 1. Metode Tren Bebas
 2. Metode Tren Semi Average
 3. Metode Tren Moment
 4. Metode Tren Least Square

- b. Apabila perhitungan berdasarkan data historis dari suatu variabel yang akan ditaksir dihubungkan dengan data historis lain yang mempunyai hubungan kuat terhadap perkembangan variabel yang akan ditaksir, maka digunakan cara:
1. Metode Korelasi
 2. Metode Regresi.

Metode Tren Bebas

Pada umumnya metode tren bebas cenderung digunakan sebagai analisis pendahuluan yang akan memberikan gambaran awal dari suatu permasalahan yang dihadapi. Metode tren bebas mencoba melihat pola data amatan melalui tebaran titik dari pasangan data penjualan pada setiap waktunya.

Metode Tren Semi Average

Metode tren semi average dapat digunakan untuk keperluan peramalan dengan membentuk suatu persamaan seperti analisis regresi. Metode ini dapat digunakan apabila data yang ada jumlahnya genap, sehingga dapat dibagi menjadi dua kelompok sama besar.

Metode Tren Moment

Metode tren moment merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk keperluan peramalan dengan membentuk persamaan $Y=a+bX$. Dalam penerapannya, metode ini tidak mensyaratkan jumlah data harus genap.

Metode Least Square (Metode Jumlah Kuadrat Terkecil)

Dalam hal ini, terhadap data dilakukan pembagian dua kelompok. Untuk data yang jumlahnya:

- a. Genap, maka score nilai X-nya adalah ..., -5, -3, -1, 1, 3, 5, ...
- b. Ganjil, maka score nilai X-nya adalah ..., -2, -1, 0, 1, 2, ...

Selanjutnya koefisien a dan b dicari dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Peramalan Berdasarkan Metode Khusus

a. Analisis Industri

Dalam analisis ini lebih ditekankan pada “*market share*” yang dimiliki perusahaan. Analisis ini menghubungkan potensi penjualan perusahaan dengan industri pada umumnya (volume, posisi dalam persaingan).

Tahapan dalam pemakaian analisis industri:

1. Membuat proyeksi permintaan industri.
2. Menilai posisi perusahaan dalam persaingan.

b. Analisis *Product Line*

Umumnya analisis *product line* digunakan pada perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk dan tidak mempunyai kesamaan, sehingga dalam membuat peramalannya harus terpisah.

c. Analisis Penggunaan Akhir

Bagi perusahaan yang menghasilkan produk setengah jadi, masih memerlukan proses lebih lanjut menjadi produk jadi dan siap untuk dikonsumsi, maka dalam pembuatan peramalannya ditentukan oleh penggunaan akhir yang ada kaitannya dengan produk yang dihasilkan.

2.4 Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan ialah rencana pendapatan (*revenue*) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih (*Darsono, 2008, 15*). Pada umumnya anggaran penjualan disajikan dalam kurun waktu satu tahun, kemudian dirinci dalam bulanan. Jika manajemen salah dalam membuat anggaran penjualan, maka anggaran biaya dan investasi yang mengacu anggaran tersebut akan menjadi salah.

2.4.1 Kegunaan Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan sangat penting bagi manajemen untuk membuat anggaran biaya, anggaran laba, dan anggaran investasi. Anggaran penjualan juga berguna bagi pedoman kerja, koordinasi kerja, evaluasi kerja bagi divisi pemasaran, dan sebagai pedoman untuk membuat anggaran biaya pemasaran.

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi anggaran penjualan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dan eksternal menurut (*Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto, 2001, 34*) yaitu:

Faktor Internal

- a. Penjualan tahun-tahun lalu
- b. Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan
- c. Kapasitas produksi dan kemungkinan perluasannya
- d. Tenaga kerja yang dimiliki
- e. Modal yang tersedia
- f. Fasilitas-fasilitas lain.

Faktor Eksternal

- a. Keadaan persaingan dipasar
- b. Posisi perusahaan dalam persaingan
- c. Tingkat pertumbuhan penduduk
- d. Tingkat penghasilan masyarakat
- e. Kebijakan pemerintah
- f. Keadaan perekonomian nasional/internasional

2.5 Anggaran Bahan Baku

Anggaran bahan baku adalah rencana besarnya biaya bahan baku yang akan dikeluarkan perusahaan di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang (*Rudianto, 2009, 8*). Penetapan anggaran biaya bahan baku, ditentukan oleh kebutuhan bahan baku dari setiap unit produk yang dihasilkan perusahaan, *dikalikan* dengan volume produksi, sehingga ditemukan volume total bahan baku untuk periode tersebut.

Sedangkan menurut (*Darsono, 2008, 74*) anggaran bahan baku adalah semua anggaran yang berhubungan dengan perencanaan secara lebih terperinci mengenai penggunaan bahan baku untuk proses produksi selama periode yang akan datang.

2.5.1 Tujuan Penyusunan Anggaran Bahan Baku

Penyusunan anggaran bahan baku sangat membantu manajemen dalam mengambil langkah kebijakan yang berkaitan dengan:

- a. Perkiraan jumlah kebutuhan bahan baku.
- b. Perkiraan jumlah pembelian bahan baku yang diperlukan.
- c. Dasar perkiraan kebutuhan dana dalam pembelian bahan baku.
- d. Dasar penentuan komponen harga pokok produksi karena pemakaian bahan baku untuk proses produksi.
- e. Dasar pengawasan penggunaan bahan baku.

2.5.2 Elemen-Elemen Anggaran Bahan Baku

Anggaran bahan baku meliputi empat sub-anggaran, yaitu anggaran kebutuhan bahan baku, anggaran pembelian bahan baku, anggaran persediaan bahan baku, dan anggaran biaya pemakaian bahan baku.

1. Anggaran Kebutuhan Bahan Baku

Anggaran ini disusun sebagai perencanaan jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk keperluan produksi pada periode mendatang. Anggaran ini harus merinci:

- a. Jenis barang jadi yang dihasilkan.
- b. Jenis bahan baku yang digunakan.
- c. Bagian-bagian yang dilalui dalam proses produksi.
- d. Standar penggunaan bahan baku (*standard usage rate*/SUR).
- e. Waktu penggunaan bahan baku.
- f. Jumlah masing-masing jenis barang jadi.

2. Anggaran Pembelian Bahan Baku

Anggaran ini disusun sebagai perencanaan jumlah bahan baku yang harus dibeli pada periode mendatang. Bahan baku yang harus dibeli diperhitungkan dengan mempertimbangkan faktor-faktor persediaan dan kebutuhan bahan baku. Anggaran ini harus merinci:

- a. Jenis bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.
- b. Jumlah yang harus dibeli.
- c. Harga persatuan (unit) bahan baku.

Anggaran pembelian bahan baku dapat diformulasikan sebagai berikut:

Kebutuhan bahan baku.....	XX
Persediaan akhir bahan baku.....	<u>XX+</u>
Jumlah kebutuhan bahan baku.....	XX
Persediaan awal bahan baku.....	<u>XX-</u>
Pembelian bahan baku.....	XX

Adapun faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penyusunan anggaran pembelian bahan baku, adalah:

- a. Anggaran unit kebutuhan bahan baku.
- b. Biaya pengadaan (*set-up cost*)
- c. Biaya-biaya penyimpanan dan risiko penyimpanan (*carrying cost*)
- d. Fluktuasi harga bahan baku.
- e. Tersedianya bahan baku dipasar.
- f. Modal kerja yang tersedia.

g. Kebijakan perusahaan terhadap persediaan bahan baku.

3. Anggaran Persediaan Bahan Baku

Jumlah bahan baku yang dibeli tidak harus sama dengan jumlah bahan baku yang dibutuhkan, karena adanya faktor persediaan. Anggaran ini merupakan suatu perencanaan yang terperinci atas kuantitas bahan baku yang disimpan sebagai persediaan, yang meliputi:

- a. Jenis bahan baku yang digunakan.
- b. Jumlah masing-masing bahan baku yang tersisa sebagai persediaan.
- c. Harga per-unit masing-masing jenis bahan baku.
- d. Nilai bahan baku yang disimpan sebagai persediaan.

Adapun besarnya bahan baku yang harus tersedia untuk kelancaran proses produksi tergantung pada beberapa faktor, seperti:

- a. Volume produksi selama satu periode waktu tertentu.
- b. Volume bahan baku minimal (*safety stock*)
- c. Besarnya pembelian yang ekonomis.
- d. Estimasi tentang naik dan turunnya harga bahan baku pada waktu-waktu mendatang.
- e. Biaya-biaya penyimpanan dan pemeliharaan bahan baku.
- f. Tingkat kecepatan bahan baku menjadi rusak.

Persediaan Besi

Persediaan besi adalah persediaan minimal bahan baku yang harus dipertahankan untuk menjamin kelangsungan proses produksi.

Besarnya persediaan besi ditentukan oleh berbagai faktor yakni:

- a. Kebiasaan leveransir menyerahkan bahan baku yang dipesan, apakah selalu tepat pada waktunya atau tidak. Apabila leveransir selalu tepat waktunya menyerahkan pesanan kita maka risiko kehabisan bahan baku relatif kecil, sehingga persediaan besi tidak perlu terlalu besar, dan begitu juga sebaliknya.

- b. Jumlah bahan baku yang dibeli setiap kali pemesanan. Apabila jumlah bahan baku yang dibeli besar berarti persediaan rata-rata diatas persediaan besi besar pula, sehingga risiko kehabisan bahan baku relatif kecil. Dalam hal ini tidak perlu persediaan besi yang besar.
- c. Dapat diperkirakan atau tidaknya kebutuhan bahan baku secara tepat. Bagi perusahaan yang dapat memperkirakan jumlah kebutuhan bahan baku secara tepat, maka risiko kehabisan bahan baku kecil (karena bahan baku yang dibutuhkan sudah disediakan sepenuhnya).
- d. Perbandingan antara biaya penyimpanan bahan baku dan biaya ekstra karena kehabisan bahan baku. Apabila biaya penyimpanan tampak lebih besar daripada biaya ekstra akibat kehabisan bahan baku maka tidak perlu adanya persediaan besi yang terlalu besar.

4. Anggaran Biaya Bahan Baku Yang Habis Digunakan dalam Produksi

Sebagian bahan baku disimpan sebagai persediaan, dan sebagian dipergunakan dalam proses produksi, anggaran ini merencanakan nilai bahan baku yang digunakan dalam satuan uang. Tentu saja tidak semua bahan baku yang tersedia akan habis digunakan untuk produksi. Hal ini disebabkan karena 2 hal, yakni:

- a. Perlu adanya persediaan akhir, yang akan menjadi persediaan awal periode berikutnya.
- b. Perlu adanya persediaan besi agar kelangsungan produksi tidak terganggu akibat kehabisan bahan baku.

Bahan baku yang telah habis digunakan dalam proses produksi harus dihitung nilainya. Rencana besarnya nilai bahan baku yang habis digunakan dalam proses produksi dituangkan dalam suatu anggaran tersendiri disebut *Anggaran Biaya Bahan Baku yang Habis Digunakan*.

Manfaat disusunnya Anggaran Biaya Bahan Baku yang Habis Digunakan antara lain adalah:

- a. Untuk keperluan Product Costing, yakni penghitungan harga pokok barang yang dihasilkan perusahaan.
- b. Untuk keperluan pengawasan penggunaan bahan baku.

Dalam anggaran ini standar penggunaan bahan baku masih diperhatikan, tetapi tidak dicantumkan lagi karena sudah dicantumkan pada Anggaran Kebutuhan Bahan Baku. Anggaran Biaya Bahan Baku yang habis digunakan perlu memperinci hal-hal berikut:

- a. Jenis bahan baku yang digunakan.
- b. Jumlah masing-masing jenis bahan baku yang habis digunakan untuk produksi.
- c. Harga per-unit masing-masing jenis bahan baku.
- d. Nilai masing-masing bahan baku yang habis digunakan untuk produksi.
- e. Jenis barang yang (dihasilkan dan) menggunakan bahan baku.
- f. Waktu penggunaan bahan baku.

2.6 Rencana Produksi

Kelancaran perusahaan dalam penjual produknya, sangat dipengaruhi oleh ketersediaan produknya pada saat dan jumlah yang dibutuhkan perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk memproduksi produk perusahaan dalam jumlah dan waktu yang sesuai kebutuhan akan mendorong efisiensi dan efektivitas manajemen perusahaan. Jadi, rencana produksi adalah rencana perusahaan untuk menghasilkan produk perusahaan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan penjualan dan mempertimbangkan jumlah persediaan awal dan akhir periode tertentu (*Rudianto, 2009, 80*).

2.7 Anggaran Produksi

Kelancaran perusahaan dalam menjual produknya, sangat dipengaruhi oleh ketersediaan produknya pada saat dan jumlah yang dibutuhkan perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk memproduksi produk perusahaan dalam jumlah dan waktu yang sesuai kebutuhan akan mendorong efisiensi dan efektivitas manajemen perusahaan. Jadi **Anggaran Produksi** adalah rencana perusahaan untuk menghasilkan produk perusahaan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan penjualan dengan mempertimbangkan jumlah persediaan pada awal dan akhir periode tertentu (*Rudianto, 2009, 80*).

2.7.1 Tujuan Penyusunan Anggaran

Anggaran produksi merupakan alat untuk merencanakan, mengkoordinir kegiatan-kegiatan produksi dan mengontrol kegiatan-kegiatan tersebut. Tujuan disusunnya anggaran ini antara lain:

- a. Menunjang kegiatan penjualan, sehingga barang dapat disediakan sesuai dengan yang telah direncanakan.
- b. Menjaga tingkat persediaan yang memadai. Artinya tingkat persediaan yang tidak terlalu besar, tidak pula terlalu kecil. Dalam prinsip manajemen, jika terlalu besar tingkat persediaan akan mengakibatkan meningkatnya biaya-biaya dan risiko-risiko yang menjadi beban perusahaan. Sebaliknya tingkat persediaan terlalu kecil mengakibatkan banyaknya gangguan, kekurangan persediaan bahan baku mendatangkan gangguan pada proses produksi.
- c. Mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya-biaya produksi barang yang dihasilkan akan seminimal mungkin.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Menurut cara memperolehnya, data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau obyek yang akan diteliti. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan dan karyawan-karyawan pada PO Batik Bogor Tradisiku. Adapun data primer yang digunakan yaitu kegiatan produksi dan keuangan serta data yang berhubungan dengan pemakaian bahan baku.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Dalam hal ini data diperoleh dari referensi berupa buku, jurnal, makalah serta data lain yang mendukung dalam penelitian.

Menurut waktu pengumpulannya, antara lain:

- a. Data Cross Section, yaitu data yang dikumpulkan pada suatu waktu tertentu (at a point of time) untuk menggambarkan keadaan dan kegiatan pada waktu tersebut. Misalnya data penelitian yang menggunakan kuesioner.
- b. Data Berkala (time series data), yaitu data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu untuk melihat perkembangan suatu kejadian/kegiatan selama periode tersebut.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan.

Adapun teknik pengumpulan data yang bisa digunakan untuk membahas masalah pada perusahaan PO Batik Bogor Tradisiku antara lain:

1. Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam melengkapi data untuk tugas akhir. Wawancara dilakukan dengan pimpinan perusahaan serta para karyawan PO Batik Bogor Tradisiku.
2. Pencatatan, dilakukan dengan mencatat data yang diperoleh dari sumber yang bersangkutan. Pencatatan meliputi pencatatan data primer dan hasil observasi.
3. Observasi yaitu mengadakan penelitian langsung pada tempat kejadian yaitu PO Batik Bogor Tradisiku.

3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data

3.3.1 Analisis Tren

Jika lihat pada rumus statistik analisis tren termasuk salah satu ukuran dari data berkala atau *time series* data adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu untuk menggambarkan perkembangan suatu kegiatan (perkembangan produk, harga, penjualan, jumlah karyawan, jumlah penduduk, jumlah kecelakaan, jumlah kejahatan, dan sebagainya). Analisis data berkala memungkinkan kita untuk mengetahui perkembangan suatu atau beberapa kejadian serta hubungan dan pengaruhnya terhadap kejadian lainnya.

Jadi analisis tren adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar perkembangan yang terjadi pada suatu peristiwa dimana perkembangan tersebut mengikuti garis lurus (linear) maupun garis lengkung (non-linear) untuk jangka waktu pendek dan atau jangka waktu panjang (Danang Sunyoto, 2016,155). Karena jangka waktunya tersebut analisis tren dapat digunakan untuk memproyeksikan perkembangan dari suatu data.

Secara lengkap data berkala atau time series dirumuskan sebagai berikut:

$$Time\ Series = T \times S \times C \times I$$

Keterangan:

T= tren sekuler

S= *seasonal variation* (variasi musim)

C= *cyclical variation* (variasi konjungtur)

I= *irregular variation* (variasi residu)

3.3.2 Tren Linear

Untuk pengukuran proyeksi suatu nilai variabel dengan menggunakan analisis tren linear ada tiga metode, yaitu:

1. Metode Tangan Bebas

Metode ini tidak menggunakan formulasi dalam perhitungan nilai proyeksi suatu variabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa metode tangan bebas dominan bersifat subjektif. Artinya nilai proyeksi tersebut dapat diatur sedemikian rupa sesuai si pengambil keputusan.

2. Metode Setengah Rata-Rata

Metode ini dalam menentukan nilai proyeksi (*Value of Expected*) mempergunakan sebuah rumus statistik. Sehingga berkaitan dengan rumus tersebut diperlukan data yang digunakan untuk membentuk persamaan tren. Tanpa data dimasa lampau pembentukan persamaan tren tidak akan terjadi. Pertimbangan nilai proyeksi secara teoritis adalah rasional. Rumus statistik metode setengah rata-rata sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y= Variabel terikat atau nilai proyeksi (*dependent variable*)

X= Variabel bebas atau periode waktu (*independent variable*)

a = konstanta

b = koefisien arah garis

kemudian metode tren linier yang terakhir yaitu metode kuadrat terkecil (*least square*). Dimana penulis menggunakan metode ini dalam menentukan peramalan penjualan pada PO Batik Bogor Tradisiku

3. Metode Kuadrat Terkecil

Metode kuadrat terkecil sederhana (*ordinary least square*= OLS) rumus statistiknya sama dengan metode setengah rata-rata, yakni: $Y=a+bX$. Namun untuk menghitung nilai (a) dan (b) disyaratkan jumlah nilai X harus nol ($\sum X_i = 0$). Berikut ini proses rumus statistik tren linier metode kuadrat terkecil:

$$\sum Y = an + b \sum X \quad \text{dimana } \sum X = 0$$

$$\sum Y = an + b(0)$$

$$\sum Y = an \quad \longrightarrow \quad a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2 \quad \text{dimana } \sum X = 0$$

$$\sum XY = a(0) + b \sum X^2$$

$$\sum XY = b \sum X^2 \quad \longrightarrow \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Selain syarat $\sum X$, perbedaan lain dengan metode setengah rata-rata, pada metode kuadrat terkecil tidak dilakukan pengelompokkan data menjadi dua bagian, tetapi perhitungannya melibatkan seluruh data yang ada.

Sedangkan definisi metode kuadrat terkecil menurut *Suharyadi Purwanto, 2015* adalah “suatu metode untuk menentukan persamaan regresi dengan meminimumkan jumlah kuadrat jarak vertikal antara nilai aktual Y dan nilai dugaan atau ramalan Y, atau dilambangkan $\sum e_i^2 = \sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = \text{minimum}$ ”

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, bentuk umum persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} = nilai dugaan atau ramalan dari variabel Y berdasarkan nilai variabel X yang diketahui, biasa disebut dengan Y “cap” atau Y topi.

a = intersep, yaitu titik potong garis dengan sumbu Y atau nilai perkiraan bagi Y pada saat nilai X sama dengan nol

b = slope atau kemiringan garis, yaitu perubahan rata-rata pada \hat{Y} untuk setiap unit perubahan pada variabel X

X = sembarang nilai bebas yang dipilih dari variabel bebas X

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 ASPEK PEMASARAN

4.1.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

4.1.2 Strategi Pemasaran

Dalam pemasaran terdapat beberapa strategi pemasaran, salah satunya adalah 4P. *Produk, Price, Placement, dan Promotion*. Batik Bogor Tradisiku juga menerapkan strategi seperti ini.

a. Produk

Batik Bogor Tradisiku mempunyai pilihan berbagai produk bati seperti batik Tulis, batik Cap, dan batik Printing

Batik Tulis



Gambar 4.1 (kiri-kanan) Hujan Gerimis, Kijang Loncat Pakujajar, Bunga Bangkai

Batik Cap



Gambar 4.2 (kiri-kanan) Kujang Kijang, Kujang Kijang Hujan, Pagi Sore di Bogor

b. Harga (*Price*)

Penentuan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi dari keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang akan didapatkannya oleh suatu perusahaan. Penetapan harga dengan cerdas akan sangat membantu untuk mendobrak penjualan. Strategi dalam menetapkan harga produk dapat dilakukan dengan menganalisis kelebihan, keunggulan, dan kekurangan dari produk yang dimiliki. Untuk dapat menjangkau pasar dari berbagai kalangan maka PO Batik Bogor Tradisiku memberikan daftar harga sebagai berikut:

Tabel 4.1 Daftar Harga 2015

No	Produk	Harga
1	Batik Tulis	Rp 975.000
2	Batik Cap	Rp 350.000

Sumber : wawancara

C. Tempat (*Placement*)

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama didalam mendirikan sebuah perusahaan adalah penentuan lokasi atau letak

perusahaan. PO Batik Bogor Tradisiku sendiri mempunyai letak perusahaan di alamat jl. Jalak 2, Tanah sereah Bogor yang cukup strategis dengan kota Bogor dan Pusat pemerintahan seperti istana bogor dan kantor walikota.

D. Promosi (*promotion*)

Promosi berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk ataupun jasa yang dijual kepada konsumen. Cara yang dilakukan oleh PO Batik Bogor Tradisiku untuk promosi anatar lain:

1. Periklanan (*advertising*)

Merupakan alat utama bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumennya. Untuk periklanan PO Batik Bogor Tradisiku melalui media elektronik dan media cetak, dimana seringkali didatangi oleh para reporter atau wartawan yang ingin mewawancarai dan meliput tentang produk batik dari kota Bogor ini.

2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumen itu sendiri. Yang termasuk dalam personal selling itu terdiri dari, *door to door*, *mail order*, *telephone selling*, dan *direct selling*. Dalam kegiatan personal selling yang telah dilakukan selama ini oleh PO Batik Bogor Tradisiku melalui mail order, telephone selling, dan direct selling.

3. *Direct selling*

Kegiatan direct selling ini dilakukan perusahaan pada gallery nya yang bertempat pada jl. Jalak 2, Tanah Sereal kota Bogor, Jawa Barat.

4. Melalui internet

Salah satu cara media promosi yang paling mudah dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan

kapan saja semua orang dapat mengakses internet, selain itu juga konsumen saat ini lebih menyukai sistem belanja online dimana mereka tidak harus mengeluarkan biaya lagi untuk ongkos dan waktu untuk datang langsung ke toko. PO Batik Bogor Tradisiku sendiri sudah memiliki beberapa situs yang bisa diakses dengan internet, diantaranya:

Email : batik.tradisiku@yahoo.com

Website : www.batikbogortradisiku.com

Blog : www.batikbogortradisiku.blogspot.com

Facebook : <http://www.facebook.com/batiktradisiku>

Sosial Media : @batiktradisiku

5. Mengikuti Pameran UKM

PO Batik Bogor Tradisku seringkali mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh berbagai instansi baik dari pemerintahan ataupun swasta. Dengan mengikuti pameran PO Batik Bogor Tradisiku dapat mendapatkan konsumen lebih banyak dan dikenal oleh masyarakat

6. Brosur dan kartu nama

Brosur dan kartu nama sangat diperlukan apalagi pada saat pameran. Dengan adanya brosur dan kartu nama konsumen akan dapat mengetahui tentang produk kita. Karena didalam brosur tersebut menjelaskan tentang perusahaan secara singkat terutama produk.

Tabel 4.2 Biaya Promosi

Kegiatan Promosi	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pulsa Modem	Rp 1.200.000	Rp 1.440.000	Rp 1.800.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
Brosur	Rp 750.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
Pameran	Rp 8.000.000	Rp 7.500.000	Rp 9.000.000	Rp11.500.000	Rp12.750.000
Kartu Nama	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 350.000	Rp 400.000	Rp 400.000
Total Biaya	Rp10.250.000	Rp10.240.000	Rp12.150.000	Rp15.800.000	Rp17.050.000

Sumber : Data Diolah

4.1.3 Produk Yang Akan Dipasarkan

Produk yang dihasilkan dari perusahaan ini adalah kain dan baju batik untuk pria, wanita, serta anak-anak. Untuk kain batik, PO Batik Bogor Tradisiku membuat berbagai jenis, mulai dari batik tulis, batik cap, batik kombinasi tulis dan cap, serta batik printing (kain bermodel batik). Untuk baju pria yang dihasilkan berupa kemeja. Sedangkan wanita ada blouse, daster, blazer, dll. Pakaian anak laki-laki berupa kemeja dengan ukuran kecil. Dan untuk anak perempuan ada mini blouse, mini blazer, serta jaket untuk keduanya.

4.1.4 Wilayah Pemasaran

Wilayah Pemasaran pada PO Batik Bogor Tradisiku, awalnya hanya lingkup dikota bogor dengan membuka gallery yang berada di jl. Jalak 2 tanah sereal kota bogor. Namun sekarang ini wilayah pemasarannya sudah luas cakupannya baik secara lingkup Domestik maupun Internasional.

4.1.5 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah pengelompokkan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen. Dimana tiap kelompok (bagian) dapat dipilih sebagai pasar yang dituju (ditargetkan) untuk pemasaran suatu produk. Variabel segmentasi utama segmentasi demografis, psikografis.

1. Segmentasi demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti: umur, jenis kelamin, agama, pendidikan, pekerjaan.

Tabel 4.3 Segmentasi Demografis

Variabel	Keterangan
Umur	Semua umur
Jenis Kelamin	Laki-laki dan Perempuan
Agama	Semua Agama
Pendidikan	Tidak mengenal batas pendidikan
Pekerjaan	Mencakup semua jenis pekerjaan

Sumber : wawancara

2. Segmentasi psikografis

Dalam segmentasi psikografis, para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup, kelas sosial, kepribadian atau nilai. Berikut adalah tabel keterangan variabel psikografis pada segmen pasar PO Batik Bogor Tradisiku:

Tabel 4.4 Segmentasi Psikografis

Variabel	Keterangan
Kelas Sosial	Semua kalangan
Gaya Hidup	Segmentasi pasar yang Modern
Kepribadian	Casual, dan Modis

Sumber : wawancara

4.1.6 Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik. Menurut Suhardi sigit saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen sehingga ke tangan konsumen.

PO Batik Bogor Tradisiku melakukan saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung, yakni

Produsen —————> Konsumen

Bentuk saluran ini paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung kepada konsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

Produsen —————> Pedagang Besar (*wholeseller*) —————> Konsumen

Saluran distribusi tidak langsung adalah suatu alternatif keputusan saluran distribusi/pemasaran dalam penjualan produk kepada pelanggan dengan menggunakan satu atau lebih jenis perantara. *Wholeseller* dalam jasa perantara antara PO Batik Bogor Tradisiku dengan konsumen ini adalah SMESCO.

4.1.7 Penentuan Harga Jual Produk PO Batik Bogor Tradisiku

Penentuan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi dari keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan. Penetapan harga dengan cerdas akan sangat membantu untuk mengangkat penjualan. Strategi dalam menetapkan harga produk dapat dilakukan dengan menganalisis kelebihan, keunggulan, dan kekurangan dari produk yang dimiliki.

Tabel 4.5 Harga Produk

No	Produk	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Kain Batik Tulis	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 975.000	Rp 975.000	Rp 975.000
2	Kain Batik Cap	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 350.000

Sumber : wawancara

4.1.8 Fungsi Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa ke tangan konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Pembelian Bahan Baku

Untuk menjalankan fungsi pembelian dalam hal pembelian bahan baku, PO Batik Bogor Tradisiku melakukan pembelian dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai standar perusahaan agar setiap produk yang dihasilkan dapat diterima baik oleh masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pembelian dari konsumen ke produsen (PO Batik Bogor Tradisiku) yaitu dengan melakukan dua jenis saluran distribusi langsung yang disalurkan langsung ke konsumen dan distribusi tidak langsung yang disalurkan ke pedagang besar (SMESCO) kemudian menyalurkan ke konsumen akhir.

2. Penjualan Produk

PO Batik Bogor Tradisiku dalam melakukan penjualannya yaitu dengan menjual produk tersebut langsung ke konsumen dan ke pedagang besar

(SMESCO) yang mempunyai jaringan wirausaha se- Jabodetabek, Jawa dan luar Jawa. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk dari PO Batik Bogor Tradisiku.

3. Pengiriman Produk

PO Batik Bogor Tradisiku memberi pelayanan kepada konsumen dengan pengiriman produk apabila konsumen tidak mempunyai waktu untuk datang dan mengambil produknya ke gallery. Umumnya jasa pengiriman ini dilakukan pada produk yg dipesan langsung oleh konsumen dan tidak ready stock. Tujuan ini untuk memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap PO Batik Bogor Tradisiku.

4. Penyimpanan Produk

Produk PO Batik Bogor Tradisiku yang sudah jadi dalam bentuk kain ataupun baju, tidak langsung dipamerkan atau diperkenalkan kepada konsumen. Tujuan ini untuk menjaga kestabilan produk lama yang belum terjual, oleh karena itu perusahaan telah menyiapkan ruang penyimpanan untuk produk baru jadi. Dan selalu dicek oleh owner bapak siswaya.

5. Standarisasi

Standarisasi pemasaran produk yang dilakukan oleh PO Batik Bogor Tradisiku yaitu dengan mengacu kepada standarisasi perusahaan yang berlaku di usaha tersebut. Secara rutin perusahaan rajin mengikuti pameran-pameran serta pelatihan umkm guna mempromosikan produknya sehingga penjualan meningkat. Untuk mendukung kegiatan yang diikutinya tersebut, PO Batik Bogor Tradisiku juga mencetak kartu nama dan brosur yang dapat dibagikan saat pameran.

6. Periklanan produk

PO Batik Bogor Tradisiku dalam melakukan periklanan menggunakan kartu nama pemilik dan brosur yang dibagikan saat mengikuti pameran, membuat website khusus yang berisi company profile, informasi produk, sejarah perusahaan dan membuat sosial media seperti twitter, facebook, email, dsb.

PO Batik Bogor Tradisiku juga sudah seringkali diliput oleh berbagai macam media, baik cetak maupun elektronik.

7. Pendanaan

Dalam hal pendanaan, PO Batik Bogor Tradisiku melakukan pendanaan menggunakan kas (uang hasil pendapatan) dengan kata lain perusahaan ini memiliki alokasi untuk pos pendanaan pemasaran yang besarnya disesuaikan. Selain itu perusahaan juga melakukan pinjaman terhadap bank dalam mengembangkan usahanya.

4.2 ASPEK PRODUKSI

4.2.1 Klasifikasi produk

a. Batik Tulis

Batik tulis adalah sebuah kerajinan tangan yang mempunyai nilai seni yang sangat tinggi dan merupakan sebuah bagian dari budaya Indonesia sejak dahulu kala. Dengan nilai seni yang sangat tinggi ini wajar saja jika harga batik tulis dipatok dengan harga yang sangat mahal, karena tingkat kesulitannya yang tinggi dan butuh ekstra hati-hati dalam proses pembuatannya. PO Batik Bogor Tradisiku juga memproduksi batik tulis ini dengan beraneka ragam motif yang khas dari kota bogor. Biasanya perusahaan hanya memproduksi satu jenis batik tulis saja dan tidak diperbanyak karena sifatnya yang sangat eksklusif

b. Batik Cap

Batik cap adalah batik yang cara pembuatannya seperti menggunakan cap atau stempel. Stempel batik cap sendiri biasanya terbuat dari tembaga. Berbeda dengan batik tulis yang pembuatannya dengan ditulis langsung. Batik cap ini diperkenalkan pada abad 19 seiring dibuatnya alat dari tembaga tersebut untuk mengecap batik. PO Batik Bogor Tradisiku juga menggunakan teknik batik cap ini untuk membuat produk batiknya. Alat cap nya dipesan langsung di kota yogyakarta sesuai motif yang diinginkan oleh perusahaan. Seperti motif hujan gerimis, kujang kijang, dan rereng kujang.

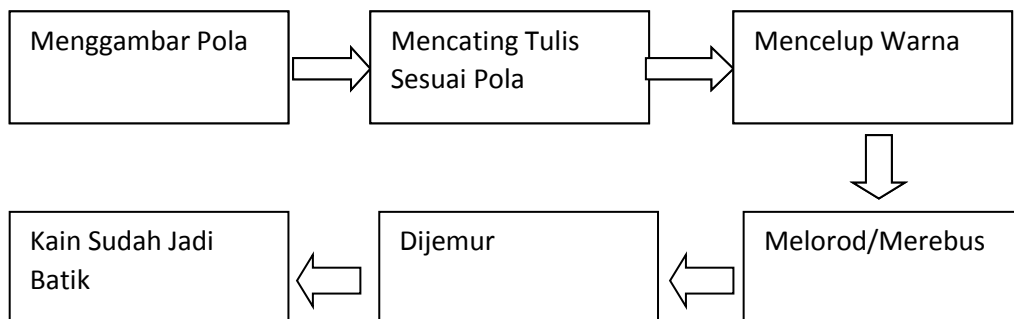
4.2.2 Jenis Proses Produksi ditinjau dari Segi Proses Menghasilkan Output

Proses produksi menurut segi proses outputnya dibagi menjadi 3 jenis, yaitu produksi terus menerus/garis, terputus-putus/intermitten, dan proses produksi aliran proyek. PO Batik Bogor Tradisiku menggunakan proses produksi terputus-terputus/intermitten, karena dalam proses pembuatan batik melalui proses yang panjang, bisa 2-3 hari bahkan memakan waktu bulanan untuk membuat batik tulis. dan tidak bisa sehari selesai. Oleh karena itu proses produksi terputus-putus baik untuk produksi batik.

4.2.3 Alur Proses Produksi

Proses produksi pada PO Batik Bogor Tradisiku dilakuka setiap senin-minggu dengan waktu operasi dimulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB dan jam istirahat pukul 12.00 s.d 13.00 WIB

Alur Proses Produksi Batik Tulis



Alur Proses Produksi Batik Cap



Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

Pada Batik Tulis

1. Sebelum membuat batik tulis terlebih dahulu menyiapkan gambar/pola yang akan dibuat pada kain



Gambar 4.3 Membuat Design Batik

2. Kemudian mulai menulis dengan menggunakan canting sesuai dengan pola yang ada dikain



Gambar 4.4 Proses Mencanting

3. Setelah menulis dengan canting selesai, lalu celupkan dengan warna yang diinginkan, jika,
 - a. Hanya menggunakan 1 warna saja lanjut ketahap berikutnya (nomer 4)
 - b. Menggunakan warna lebih dari 1, kembali ke proses nomer 2, setelah itu langsung ke proses nomer 4



Gambar 4.5 Pencelupan Warna

4. Kemudian tahap ke 4 yaitu melorod atau merebus untuk melunturkan malam yang masih menempel pada kain



Gambar 4.6 Melorod

5. Setelah selesai dalam proses melorodan, dibilias terlebih dahulu dengan air bersih, lalu dijemur



Gambar 4.7 Penjemuran

6. SELESAI! Kain sudah menjadi Batik



Gambar 4.8 Selesai Menjadi Batik Tulis

Pada batik Cap

1. Memilih alat cap yang diinginkan sesuai bentuk, kemudian canting pada media kain yang telah disiapkan



Gambar 4.9 Mencap Motif Batik

2. Setelah mencap dengan canting selesai, lalu celupkan dengan warna yang diinginkan, jika,
 - a. Hanya menggunakan 1 warna saja lanjut ketahap berikutnya (nomer 3)
 - b. Menggunakan warna lebih dari 1, kembali ke proses nomer 2, setelah itu langsung ke proses nomer 3



Gambar 4.10 Pencelupan Warna

3. Kemudian tahap ke 3 yaitu melorod atau merebus untuk melunturkan malam yang masih menempel pada kain



Gambar 4.11 Melorod

4. Setelah selesai dalam proses melorodan, dibilias terlebih dahulu dengan air bersih, lalu dijemur.



Gambar 4.12 Penjemuran

5. SELESAI! Kain sudah menjadi Batik



Gambar 4.13 Selesai Menjadi Batik Cap

4.2.4 Bahan baku dan Bahan Penolong

Bahan baku sangatlah penting menunjang keberhasilan kegiatan proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku yang sangat mempengaruhi bentuk atau komposisi produk jadi, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga jual produk. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan pada PO Batik Bogor Tradisiku

Bahan baku

1. Malam
2. Kain

Bahan penolong

1. Softener
2. Lerak
3. Obat warna
 - Naptol
 - Indigosol
4. Soda ash
5. HCL

4.2.5 Mesin dan Peralatan

Berikut ini adalah mesin dan peralatan yang digunakan oleh PO Batik Bogor Tradisiku dalam memproduksi batik:

Tabel 4.6 Mesin dan Peralatan

No.	Nama Barang	Type	Merk	Jumlah
1	Mesin Jarum 1	-	Singer	1 buah
		-	Butterfly	1 buah
		-	Sun Star	1 buah
		-	Juki	1 buah
		-	Jack	1 buah
		-	Brother	1 buah
2	Mesin Obras 2	-	Brother	1 buah
		-	Butterfly	1 buah
3	Mesin Over Deck	-	Pegassus	1 buah
4	Mesin Lubang Kancing	-	Butterfly	1 buah
5	Plangkan Printing	-	-	22 Plangkan
6	Canting Cap	-	-	87 jenis motif
7	Canting Tulis	-	-	300 buah
8	Kompor Listrik	-	KomBatT	8 buah
9	Gawangan	-	-	10 buah
10	Dingklik Kayu	-	-	10 buah
11	Dingklik Plastik	-	-	50 buah
12	Meja Cap	-	-	2 buah

Sumber : wawancara

4.3 ASPEK KEUANGAN

Aspek keuangan ini meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuangan oleh perusahaan. Pada dasarnya ,perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan.Namun, dari hasil wawancara penulis mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut ini:

4.3.1 BIAYA INVESTASI

Pada saat mendirikan PO Batik Bogor Tradisiku, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (sendiri) dan modal dari bank yang besarnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Biaya Investasi

Jenis Investasi	Jumlah	Harga Satuan	Total
Aktiva Berwujud			
1. Tanah	500m	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000.000
2. Bangunan	300m		Rp 2.000.000.000
3. Mobil	1	Rp 185.000.000	Rp 185.000.000
4. Sepeda Motor	1	Rp 13.000.000	Rp 13.000.000
5. Mesin			
a. Mesin Jarum	6	Rp 4.350.000	Rp 26.100.000
b. Mesin Obras	2	Rp 900.000	Rp 1.800.000
c. Mesin Over Deck	1	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000
d. Mesin Lubang Kancing	1	Rp 1.425.000	Rp 1.425.000
e. Plangkan Printing	22	Rp 800.000	Rp 17.600.000
Subtotal Aktiva Berwujud			Rp 3.249.425.000
6. Peralatan			
a. Canting Cap	87	Rp 300.000	Rp 26.100.000
b. Canting Tulis	300	Rp 4.000	Rp 1.200.000
c. Kompor Listrik	8	Rp 150.000	Rp 1.200.000
d. Gawangan	10	Rp 500.000	Rp 5.000.000
e. Dingklik Kayu	10	Rp 50.000	Rp 500.000
f. Dingklik Plastik	50	Rp 25.000	Rp 1.250.000
g. Meja Cap	2	Rp 250.000	Rp 500.000
h. Timbangan	1	Rp 50.000	Rp 50.000
i. Gunting	10	Rp 15.000	Rp 150.000
Subtotal Peralatan			Rp 35.950.000
7. Inventaris Kantor			

a. Lemari	3	Rp 2.500.000	Rp 7.500.000
b. Laptop	1	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
c. Printer	1	Rp 5.500.000	Rp 5.500.000
d. AC	2	Rp 3.400.000	Rp 6.800.000
e. Papan Tulis	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
f. Meja	4	Rp 400.000	Rp 1.600.000
g. Kursi	25	Rp. 372.000	Rp 9.300.000
h. Rak Pakaian	5	Rp 800.000	Rp 4.000.000
i. Dispenser	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
j. Telfon	1	Rp 250.000	Rp 250.000
k. Kulkas	1	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
l. Stempel	1	Rp 20.000	Rp 20.000
Subtotal Inventaris Kantor			Rp 43.970.000
Aktiva Tidak Berwujud			
1. Surat Berharga			Rp 6.000.000
Jumlah Modal Awal			Rp 3.335.345.000

Sumber : Data Diolah

Setiap aktiva baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang digunakan dalam proses produksi ini mengalami penyusutan. Berikut adalah perhitungan penyusutannya:

Rumus Penyusutan sebagai Berikut

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Beli} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Tabel 4.8 Penyusutan 2011-2015

No	Aktiva	Harga Perolehan	Nilai Sisa	Tahun Pembelian	Umur Ekonomis	Penyusutan
1.	Bangunan	Rp 2.000.000.000	Rp 1.500.000.000	2008	15 Tahun	Rp 33.000.000
2.	Mesin&Peralatan	Rp 87.375.000	Rp 50.375.000	2009	10 Tahun	Rp 3.700.000
3.	Inventaris	Rp 43.970.000	Rp 35.970.000	2008	5 Tahun	Rp 1.600.000
4.	Kendaraan	Rp 198.000.000	Rp 157.000.000	2012	5 Tahun	Rp 8.200.000
5.	Perizinan	Rp 6.000.000		2008	5 Tahun	Rp 1.200.000
Total Penyusutan						Rp 47.700.000

Sumber : Data Diolah

4.3.2 Data Penjualan

Pada perusahaan dagang, penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan. Besarnya pendapatan perusahaan sangat ditentukan oleh besar atau kecilnya penjualan. Berikut ini adalah data penjualan PO Batik Bogor Tradisku:

Tabel 4.9 Data Penjualan Tahun 2011

Penjualan Tahun 2011				
NO	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1.	Batik Tulis	Rp 800.000	460 pcs	Rp 368.000.000
2.	Batik Cap	Rp 300.000	1100 pcs	Rp 330.000.000
Total Pendapatan				Rp 698.000.000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.10 Data Penjualan Tahun 2012

Penjualan Tahun 2012				
NO	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1.	Batik Tulis	Rp 800.000	485 pcs	Rp 388.000.000
2.	Batik Cap	Rp 300.000	1180 pcs	Rp 354.000.000
Total Pendapatan				Rp 742.000.000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.11 Data Penjualan Tahun 2013

Penjualan Tahun 2013				
NO	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1.	Batik Tulis	Rp 975.000	500 pcs	Rp 487.500.000
2.	Batik Cap	Rp 350.000	1225 pcs	Rp 428.750.000
Total Pendapatan				Rp 916.250.000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.12 Data Penjualan Tahun 2014

Penjualan Tahun 2014				
NO	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1.	Batik Tulis	Rp 975.000	525 pcs	Rp 511.875.000
2.	Batik Cap	Rp 350.000	1.210 pcs	Rp 423.500.000
Total Pendapatan				Rp 935.375.000

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.13 Data Penjualan Tahun 2015

Penjualan Tahun 2015				
NO	Nama Barang	Harga	Jumlah	Total
1.	Batik Tulis	Rp 975.000	550 pcs	Rp 536.250.000
2.	Batik Cap	Rp 350.000	1.250 pcs	Rp 437.500.000
Total Pendapatan				Rp 973.750.000

Sumber : Data Diolah

Dalam bagian ini juga terdapat pengolahan data terhadap aspek-aspek yang ada dibagian keuangan, diantaranya:

1. Harga pokok penjualan
2. Laporan keuangan (Lap laba/rugi, Arus kas, Perubahan Modal, dan Neraca).

4.3.3 Harga Pokok Penjualan

Berikut merupakan Harga Pokok Penjualan PO Batik Bogor Tradisiku pada lima tahun terakhir dari tahun 2011-2015

Tabel 4.14 Harga Pokok Produksi

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pemakaian Bahan Baku					
a. Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	Rp 4.500.000	Rp 2.338.950	Rp 1.316.325	Rp 1.694.125	Rp 2.016.000
b. Pembelian Bahan Baku	Rp 66.274.350	Rp 70.724.205	Rp 76.763.830	Rp 82.548.970	Rp 92.925.000
c. Persediaan Bahan Baku Siap Produksi	Rp 70.774.350	Rp 73.063.155	Rp 78.080.155	Rp 84.243.095	Rp 94.941.000
d. Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun	Rp 2.338.950	Rp 1.316.325	Rp 1.694.125	Rp 2.016.000	Rp 2.235.000
Total Pemakaian Bahan Baku (1)	Rp 68.435.400	Rp 71.746.830	Rp 76.386.030	Rp 82.227.095	Rp 92.706.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung (2)	Rp 76.800.000	Rp 76.800.000	Rp 76.800.000	Rp 96.000.000	Rp 96.000.000
Biaya Over Head Pabrik					
a. Biaya Listrik	Rp 7.850.000	Rp 7.750.000	Rp 8.500.000	Rp 9.850.000	Rp 11.650.000
b. Biaya Air	Rp 2.500.000	Rp 2.850.000	Rp 3.000.000	Rp 3.500.000	Rp 3.550.000
c. Biaya Telfon	Rp 6.000.000	Rp 6.500.000	Rp 7.950.000	Rp 9.250.000	Rp 10.750.000
d. Biaya Pemeliharaan	Rp 15.000.000	Rp 15.500.000	Rp 18.000.000	Rp 20.550.000	Rp 24.850.000
e. Biaya bahan Penolong	Rp 10.300.000	Rp 11.500.000	Rp 12.750.000	Rp 14.250.000	Rp 15.450.000
f. Biaya Penyusutan (Mesin dan Peralatan)	Rp 3.700.000	Rp 3.700.000	Rp 3.700.000	Rp 3.700.000	Rp 3.700.000
g. Biaya Penyusutan Bangunan	Rp 33.000.000	Rp 33.000.000	Rp 33.000.000	Rp 33.000.000	Rp 33.000.000
Total BOP (3)	Rp 78.350.000	Rp 80.800.000	Rp 86.900.000	Rp 94.100.000	Rp 102.950.000
Harga Pokok Produksi (1+2+3)	Rp 223.585.400	Rp 229.346.830	Rp 240.086.030	Rp 272.327.095	Rp 291.656.000
Persd. Barang					
a. Persd. Barang Jadi&Setengah Jadi Awal Tahun	Rp 4.500.000	Rp 3.000.000	Rp 1.750.000	Rp 2.500.000	Rp 3.850.000

b. Harga Pokok Barang Tersedia Untuk Dijual	Rp 228.085.400	Rp 232.346.830	Rp 241.836.030	Rp 274.827.095	Rp 295.506.000
c. Persd. Barang Jadi&Setengah Jadi Akhir Tahun	Rp 3.000.000	Rp 1.750.000	Rp 2.500.000	Rp 3.850.000	Rp 4.250.000
Total Harga Pokok Penjualan	Rp 225.085.400	Rp 230.596.830	Rp 239.336.030	Rp 270.977.095	Rp 291.256.000

Sumber : Data Diolah

4.3.4 Laporan Keuangan PO Batik Bogor Tradisiku

Laporan Keuangan adalah sekumpulan informasi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu yang disajikan dalam bentuk laporan sistematis yang mudah dibaca dan dipahami oleh semua pihak yang membutuhkan. Unsur utama laporan keuangan terdiri dari

- a. Laporan Laba Rugi
- b. Laporan Arus Kas
- c. Laporan Perubahan Modal
- d. Neraca

Berikut adalah laporan keuangan PO Batik Bogor Tradisiku Selama 5 tahun terakhir dari tahun 2011-2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Laporan Laba Rugi

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penjualan					
	a. Batik Tulis	Rp 368.000.000	Rp 388.000.000	Rp 487.500.000	Rp 511.875.000	Rp 536.250.000
	b. Batik Cap	Rp 330.000.000	Rp 354.000.000	Rp 428.750.000	Rp 423.500.000	Rp 437.500.000
2	Total Penjualan	Rp 698.000.000	Rp 742.000.000	Rp 916.250.000	Rp 935.375.000	Rp 973.750.000
3	Harga Pokok Penjualan	Rp 225.085.400	Rp 230.596.830	Rp 239.336.030	Rp 270.977.095	Rp 291.256.000
4	Laba Kotor	Rp 472.914.600	Rp 511.403.170	Rp 676.913.970	Rp 664.397.905	Rp 682.494.000
5	Biaya Usaha					
	a. Biaya Pemasaran	Rp 30.550.000	Rp 31.965.000	Rp 38.400.000	Rp 48.600.000	Rp 49.900.000
	b. Biaya Pemeliharaan	Rp 15.000.000	Rp 15.500.000	Rp 18.000.000	Rp 20.550.000	Rp 24.850.000
	c. Biaya Listrik	Rp 7.850.000	Rp 7.750.000	Rp 8.500.000	Rp 9.850.000	Rp 11.650.000
	d. Biaya Air	Rp 6.000.000	Rp 6.500.000	Rp 7.950.000	Rp 9.250.000	Rp 10.750.000
	e. Biaya Telfon	Rp 2.500.000	Rp 2.850.000	Rp 3.000.000	Rp 3.500.000	Rp 3.550.000
	f. Biaya Penyusutan (Inventaris, Kendaraan, dan Perizinan)	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000
6	Total Biaya Usaha	Rp 72.900.000	Rp 75.565.000	Rp 86.850.000	Rp 102.750.000	Rp 111.700.000
7	Laba Usaha	Rp 400.014.600	Rp 435.838.170	Rp 590.063.970	Rp 561.647.905	Rp 570.794.000
8	Pajak 10%	Rp 40.001.460	Rp 43.583.817	Rp 59.006.397	Rp 56.164.790	Rp 57.079.400
9	Laba Setelah Pajak	Rp 360.013.140	Rp 392.254.353	Rp 531.057.573	Rp 505.483.115	Rp 513.714.600

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.16 Arus Kas

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arus Kas Masuk					
a. Batik Tulis	Rp 368.000.000	Rp 388.000.000	Rp 487.500.000	Rp 511.875.000	Rp 536.250.000
b. Batik Cap	Rp 330.000.000	Rp 354.000.000	Rp 428.750.000	Rp 423.500.000	Rp 437.500.000
Total Arus Kas Masuk	Rp 698.000.000	Rp 742.000.000	Rp 916.250.000	Rp 935.375.000	Rp 973.750.000
Arus Kas Keluar					
a. Harga Pokok Penjualan	Rp 225.085.400	Rp 230.596.830	Rp 239.336.030	Rp 270.977.095	Rp 291.256.000
b. Biaya Usaha	Rp 72.900.000	Rp 75.565.000	Rp 86.850.000	Rp 102.750.000	Rp 111.700.000
c. Pajak	Rp 44.094.475	Rp 43.583.784	Rp 59.006.429	Rp 56.164.790	Rp 57.079.400
Total Arus Kas Keluar	Rp 342.079.875	Rp 349.745.614	Rp 385.192.459	Rp 429.891.885	Rp 460.035.400
Selisih Kas					
Surplus (Defisit)	Rp 355.920.125	Rp 392.254.386	Rp 531.057.541	Rp 505.483.115	Rp 513.714.600
Saldo Kas Awal	Rp 120.000.000	Rp 475.920.125	Rp 868.174.511	Rp 1.399.232.052	Rp 1.904.715.167
Saldo Kas Akhir	Rp 475.920.125	Rp 868.174.511	Rp1.399.232.052	Rp1.904.715.167	Rp2.418.429.767

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.17 Perubahan Modal

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Modal Awal	Rp 3.335.345.000	Rp 3.695.358.140	Rp 4.087.612.493	Rp 4.618.670.066	Rp 5.124.153.181
Laba Setelah Pajak	Rp 360.013.140	Rp 392.254.353	Rp 531.057.573	Rp 505.483.115	Rp 513.714.600
Penambahan	Rp 3.695.358.140	Rp 4.087.612.493	Rp 4.618.670.066	Rp 5.124.153.181	Rp 5.637.867.781
Prive	Rp 10.500.000	Rp 11.000.000	Rp 11.750.000	Rp 12.000.000	Rp 11.500.000
Modal Akhir	Rp 3.684.858.140	Rp 4.076.612.493	Rp 4.606.920.066	Rp 5.112.153.181	Rp 5.626.367.781

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.18 Neraca

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Aktiva					
	Aktiva Lancar					
	a. Kas	Rp 475.920.125	Rp 868.174.511	Rp 1.399.232.052	Rp 1.904.715.167	Rp 2.418.429.767
	b. Piutang	Rp 415.954.065	Rp 365.426.657	Rp 311.248.889	Rp 257.027.014	Rp 204.608.014
	c. Persediaan Bahan Baku	Rp 2.338.950	Rp 1.316.325	Rp 1.694.125	Rp 2.016.000	Rp 2.235.000
	d. Persediaan Bahan Jadi&Setengah Jadi	Rp 3.000.000	Rp 1.750.000	Rp 2.500.000	Rp 3.850.000	Rp 4.250.000
	Jumlah Aktiva Lancar	Rp 897.213.140	Rp 1.236.667.493	Rp 1.714.675.066	Rp 2.167.608.181	Rp 2.629.522.781
	Aktiva Tetap					
	a. Tanah	Rp 1.000.000.000	Rp 1.000.000.000	Rp 1.000.000.000	Rp 1.000.000.000	Rp 1.000.000.000

	b. Bangunan	Rp 2.000.000.000	Rp 2.000.000.000	Rp 2.000.000.000	Rp 2.000.000.000	Rp 2.000.000.000
	akm. Peny. Bangunan	Rp (33.000.000)	Rp (66.000.000)	Rp (99.000.000)	Rp (132.000.000)	Rp (165.000.000)
	c. Mesin dan Peralatan	Rp 87.375.000	Rp 87.375.000	Rp 87.375.000	Rp 87.375.000	Rp 87.375.000
	akm. Peny. Mesin&Peralatan	Rp (3.700.000)	Rp (7.400.000)	Rp (11.100.000)	Rp (14.800.000)	Rp (18.500.000)
	d. Inventaris	Rp 43.970.000	Rp 43.970.000	Rp 43.970.000	Rp 43.970.000	Rp 43.970.000
	akm. Peny. Inventaris	Rp (1.600.000)	Rp (3.200.000)	Rp (4.800.000)	Rp (6.400.000)	Rp (8.000.000)
	e. Kendaraan	Rp 198.000.000	Rp 198.000.000	Rp 198.000.000	Rp 198.000.000	Rp 198.000.000
	akm. Peny. Kendaraan	Rp (8.200.000)	Rp (16.400.000)	Rp (24.600.000)	Rp (32.800.000)	Rp (41.000.000)
	Jumlah Aktiva Tetap	Rp 3.282.845.000	Rp 3.236.345.000	Rp 3.189.845.000	Rp 3.143.345.000	Rp 3.096.845.000
	Aktiva Tidak Berwujud					
	a. Perizinan	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
	Amortisasi (Peny. Perizinan)	Rp (1.200.000)	Rp (2.400.000)	Rp (3.600.000)	Rp (4.800.000)	Rp (6.000.000)
	Jumlah Aktiva Tidak Berwujud	Rp 4.800.000	Rp 3.600.000	Rp 2.400.000	Rp 1.200.000	
	Jumlah Aktiva	Rp 4.184.858.140	Rp 4.476.612.493	Rp 4.906.920.066	Rp 5.312.153.181	Rp 5.726.367.781
2	Passiva					
	Hutang Bank	Rp 500.000.000	Rp 400.000.000	Rp 300.000.000	Rp 200.000.000	Rp 100.000.000
	Modal	Rp 3.684.858.140	Rp 4.076.612.493	Rp 4.606.920.066	Rp 5.112.153.181	Rp 5.626.367.781
	Jumlah Passiva	Rp 4.184.858.140	Rp 4.476.612.493	Rp 4.906.920.066	Rp 5.312.153.181	Rp 5.726.367.781

Sumber : Data Diolah

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai inti dari tujuan penelitian yaitu meramalkan kebutuhan bahan baku pada PO Batik Bogor Tradisiku untuk tahun 2016. Untuk meramalkan kebutuhan bahan baku PO Batik Bogor Tradisiku itu sendiri data yang digunakan yaitu data penjualan dan kebutuhan bahan baku perusahaan selama tahun 2011-2015. Langkah dalam meramalkan kebutuhan bahan baku itu sendiri ada 3 cara, yaitu:

1. Forecast penjualan
2. Membuat anggaran produksi
3. Membuat anggaran bahan baku

5.1 Peramalan Penjualan

Untuk menentukan peramalan penjualan tahun 2016 pada PO Batik Bogor Tradisiku, penulis menggunakan metode least square dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b X}$$

Dimana

Y = variabel yang dicari trendnya

X = variabel waktu (tahun)

a = nilai konstanta

b = parameter

dari keterangan tersebut “a” juga mempunyai rumus :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

dan rumus untuk mencari “b” yaitu :

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

A. Batik Tulis

Berdasarkan rumus tersebut maka perhitungan peramalan penjualan tahun 2016 pada PO Batik Bogor Tradisiku adalah sebagai berikut

Tabel 5.1 Peramalan Penjualan Batik Tulis

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
2011 (1)	460	-2	-920	4
2012 (2)	485	-1	-485	1
2013 (3)	500	0	0	0
2014 (4)	525	+1	525	1
2015 (5)	550	+2	1100	4
Jumlah	2520		220	10
2016 (6)	?	+3		

Sumber : Data Diolah

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{2520}{5}$$

$$= 504$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{220}{10}$$

$$= 22$$

$$Y = a + bX$$

$$2016 = 504 + 22 \text{ (3)}$$

$$2016 = 504 + 66$$

$$2016 = 570 \text{ unit}$$

Jadi ramalan penjualan batik tulis tahun 2016 adalah 570 unit, naik 20 unit dari tahun sebelumnya yakni 550 unit.

B. Batik cap

Selanjutnya berikut peramalan penjualan untuk Batik Cap

Tabel 5.2 Peramalan Penjualan Batik Cap

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
2011 (1)	1100	-2	-2200	4
2012 (2)	1180	-1	-1180	1
2013 (3)	1225	0	0	0
2014 (4)	1210	+1	1210	1
2015 (5)	1250	+2	2500	4
Jumlah	5965		330	10
2016 (6)	?	+3		

Sumber : Data Diolah

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{5965}{5}$$

$$= 1193$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{330}{10}$$

$$= 33$$

$$Y = a + bX$$

$$2016 = 1193 + 33 (3)$$

$$2016 = 1193 + 99$$

$$2016 = 1292 \text{ Unit}$$

Jadi hasil ramalan penjualan untuk batik cap tahun 2016 adalah 1292 unit, naik 42 unit dari tahun sebelumnya yakni 1250 unit.

5.2 Anggaran Produksi

Setelah forecast penjualan selesai dihitung, tahap selanjutnya yaitu membuat anggaran produksi. Seperti yang sudah dijabarkan bahwa anggaran produksi ini dibuat untuk menunjang rencana penjualan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Berikut ini adalah data yang dipakai dalam meramalkan anggaran produksi tahun 2016 pada PO Batik Bogor Tradisiku

a. Batik Tulis

Persediaan akhir = 20 unit

Persediaan awal = 12 unit

b. Batik Cap

Persediaan Akhir = 28 unit

Persediaan awal = 15 unit

Rencana Produksi tahun 2016

	Batik Tulis	Batik Cap
• Rencana Penjualan	= 570 unit	1292 unit
• Persediaan Akhir	= <u>20 unit +</u>	<u>28 unit +</u>
• Barang siap dijual	= 590 unit	1320 unit
• Persediaan awal	= <u>12 unit -</u>	<u>15 unit -</u>
• Rencana Produksi	= 578 unit	1305 unit

A. Batik Tulis

Sebelum mendistribusikan tingkat produksi tersebut ke dalam rencana produksi bulanan maka terlebih dahulu di tentukan tingkat penjualan bulanan. Dengan anggapan bahwa tingkat penjualan per bulan adalah sama, maka penjualan per bulan, sebagai berikut

Jumlah penjualan batik tulis selama satu tahun yaitu 570 unit, untuk mengetahui penjualan perbulan:

$$\frac{570}{12} = 47,5 \text{ unit perbulan, dibulatkan jadi 47 unit.}$$

Apabila penjualan perbulannya sebanyak 47 unit, maka kekurangannya adalah

$570 - (47 \times 12) = 6$ unit. Kekurangan tersebut, akan dialokasikan masing-masing 1 unit untuk 6 bulan pertama. Jadi penjualan dari bulan januari-juni sebanyak 48 unit. Bulan juli hingga desember tetap 47 unit.

Selanjutnya, sesuai dengan pola penjualan tersebut maka rencana produksi pun dianggap sama untuk setiap bulan. Sehingga tingkat produksi per bulan untuk batik tulis, sebagai berikut:

$$\frac{578}{12} = 48,16 \text{ unit perbulan, dibulatkan jadi 48 unit}$$

Apabila produksi perbulannya sebanyak 48 unit, maka kekurangannya adalah

$578 - (48 \times 12) = 2$ unit. Kekurangan tersebut akan dialokasikan masing-masing 1 unit untuk 2 bulan pertama. Jadi produksi selama bulan januari dan februari sebesar 49 unit. Bulan maret hingga desember produksi tetap 48 unit.

Tabel 5.3 Anggaran Produksi Batik Tulis (unit)

Keterangan	Bulan												Jumlah satu tahun
	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
Renc. Penj	48	48	48	48	48	48	47	47	47	47	47	47	570
Persd.Akhir	13	14	14	14	14	14	15	16	17	18	19	20	20
Brg siap dijual	61	62	62	62	62	62	62	63	64	65	66	67	590
Persd. Awal	12	13	14	14	14	14	14	15	16	17	18	19	12
Tingkat Produksi	49	49	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	578

Sumber : Data Diolah

B. Batik Cap

Sebelum mendistribusikan tingkat produksi tersebut ke dalam rencana produksi bulanan maka terlebih dahulu di tentukan tingkat penjualan bulanan. Dengan anggapan bahwa tingkat penjualan per bulan adalah sama, maka penjualan per bulan, sebagai berikut

Jumlah penjualan batik cap selama satu tahun yaitu 1292 unit, untuk mengetahui penjualan perbulan:

$$\frac{1292}{12} = 107,6 \text{ unit perbulan, dibulatkan jadi 107 unit}$$

Apabila penjualan perbulannya sebanyak 107 unit, maka kekurangannya adalah $1292 - (107 \times 12) = 8$ unit. Kekurangannya tersebut, akan dialokasikan masing-masing 1 unit untuk 8 bulan pertama dari bulan januari-agustus sebesar 108 unit. Bulan september hingga desember penjualan tetap 107 unit.

Selanjutnya, sesuai dengan pola penjualan tersebut maka rencana produksi pun dianggap sama untuk setiap bulan. Sehingga tingkat produksi per bulan untuk batik tulis, sebagai berikut:

$$\frac{1305}{12} = 108,75 \text{ unit perbulan, dibulatkan jadi 108 unit.}$$

Apabila produksi perbulannya sebanyak 108 unit, maka kekurangannya adalah $1305 - (108 \times 12) = 9$ unit. Kekurangan tersebut akan dialokasikan pada 6 bulan pertama dengan masing-masing tambahan 1 unit. Jadi tingkat produksi pada bulan januari-juni sebesar 109 unit. Kemudian 3 unit sisanya di taro di bulan juli jadi 111 unit. Selanjutnya dari bulan agustus sampai desember produksi tetap 108 unit.

Tabel 5.4 Anggaran Produksi Batik Cap (unit)

Keterangan	Bulan												Jumlah satu tahun
	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
Renc. Penj	108	108	108	108	108	108	108	108	107	107	107	107	1292
Persd. Akhir	16	17	18	19	20	21	24	24	25	26	27	28	28
Brg siap dijual	124	125	126	127	128	129	132	132	132	133	134	135	1320
Persd. Awal	15	16	17	18	19	20	21	24	24	25	26	27	15
Tingkat Produksi	109	109	109	109	109	109	111	108	108	108	108	108	1305

Sumber : Data Diolah

5.3 Anggaran Kebutuhan Bahan Baku

Setelah peramalan penjualan dan anggaran produksi didapat, selanjutnya menentukan anggaran bahan baku yang diperlukan. Namun sebelumnya harus mengetahui rencana berapa jumlah pemakaian bahan baku. Anggaran ini disusun sebagai perencanaan jumlah bahan baku yang digunakan untuk keperluan produksi pada periode mendatang. Kebutuhan bahan baku diperinci menurut jenisnya.

Tabel 5.5 Anggaran Kebutuhan Bahan Baku Batik Tulis

Bulan	Produksi (unit)	Kain (M)	
		SP	Kebutuhan
Januari	49	2	98
Februari	49		98
Maret	48		96
April	48		96
Mei	48		96
Juni	48		96
Juli	48		96
Agustus	48		96
September	48		96
Oktober	48		96

November	48		96
Desember	48		96
Jumlah	578		1156

Sumber : Data Diolah

Tabel 5.6 Anggaran Kebutuhan Bahan Baku Batik Cap

Bulan	Produksi (unit)	Kain (M)	
		SP	Kebutuhan
Januari	109	2	218
Februari	109		218
Maret	109		218
April	109		218
Mei	109		218
Juni	109		218
Juli	111		222
Agustus	108		216
September	108		216
Oktober	108		216
November	108		216
Desember	108		216
Jumlah	1305		2610

Sumber : Data Diolah

5.4 Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Untuk Produksi

Setelah mengetahui kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk tahun 2016, selanjutnya menghitung anggaran biaya pemakaian bahan baku yang dibutuhkan saat proses produksi dengan berdasarkan harga yang berlaku.

Berikut hasil perhitungannya..

A. Pada Batik Tulis

Tabel 5.7 Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Batik Tulis

Bulan	Kain		
	Kebutuhan Bahan	Harga	Jumlah
Januari	98	Rp25.000/M	Rp 2.450.000
Februari	98		Rp 2.450.000
Maret	96		Rp 2.400.000
April	96		Rp 2.400.000
Mei	96		Rp 2.400.000
Juni	96		Rp 2.400.000
Juli	96		Rp 2.400.000
Agustus	96		Rp 2.400.000
September	96		Rp 2.400.000
Oktober	96		Rp 2.400.000
November	96		Rp 2.400.000
Desember	96		Rp 2.400.000
Jumlah	1156		Rp 28.900.000

Sumber : Data Diolah

Dari perhitungan diatas di dapat anggaran kebutuhan biaya pemakaian bahan baku yang diperlukan untuk produksi batik tulis sebesar **Rp 28.900.000**

B. Pada Batik Cap

Tabel 5.8 Anggaran Biaya Pemakaian Bahan Baku Batik Cap

Bulan	Kain		
	Kebutuhan bahan	Harga	Jumlah
Januari	218	Rp20.000/M	Rp 4.360.000
Februari	218		Rp 4.360.000
Maret	218		Rp 4.360.000
April	218		Rp 4.360.000
Mei	218		Rp 4.360.000
Juni	218		Rp 4.360.000
Juli	222		Rp 4.440.000
Agustus	216		Rp 4.320.000
September	216		Rp 4.320.000
Oktober	216		Rp 4.320.000
November	216		Rp 4.320.000
Desember	216		Rp 4.320.000
Jumlah	2610		Rp 52.200.000

Sumber : Data Diolah

Dari perhitungan diatas di dapat anggaran kebutuhan biaya pemakaian bahan baku yang diperlukan untuk produksi batik cap sebesar **Rp 52.200.000**

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data pada bab V, maka didapat kesimpulan dan saran untuk perusahaan PO Batik Bogor Tradisiku sebagai berikut:

6.1 Kesimpulan

1. Hasil peramalan penjualan yang didapat pada tahun 2016 untuk batik tulis 570 unit dan pada batik cap 1292 unit.
2. Anggaran biaya pemakaian bahan baku di tahun 2016 diperlukan untuk batik tulis yaitu sebesar Rp 28.900.000, dan untuk batik cap sebesar Rp 52.200.000.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan saran kepada perusahaan yang dapat digunakan sebagai pertimbangan.

1. Setelah dilakukan penelitian pada PO Batik Bogor Tradisiku, penulis menyarankan perusahaan harus melakukan penjualan pada tahun 2016 sebesar 570 unit batik tulis dan 1292 unit untuk batik cap agar menjaga tren penjualan perusahaan meningkat dari tahun ke tahun.
2. Penulis menyarankan berdasar hasil ramalan penjualan, perusahaan menganggarkan untuk pemakaian bahan baku pada batik tulis sebesar Rp 28.900.000 untuk 570 unit batik tulis. Begitu juga pada batik cap sebanyak 1292 unit yang memerlukan anggaran sebesar Rp 52.200.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. 1983. *Anggaran Perusahaan*. Edisi 2. BPFE Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Christina, Ellen. M. Fuad, Sugiarto, dan Edy Sukarno. 2001. *Anggaran Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Darsono dan Ari Purwanti. 2010. *Penganggaran Perusahaan*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Purwanto, Suharyadi. 2016. *Statistika*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Rudianto. 2009. *Penganggaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Statistika Deskriptif dan Probabilitas*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.