

Pelatihan penyusunan anggaran komprehensif pada pemilik usaha gerabah di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar

Anwar¹, Zainal Ruma², Hety Budiyan³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Abstract. The Community Partnership Program (PKM) is a Pottery micro-small business. Business partners are still traditionally managed without good calculations or estimates in the budgeting. Equipping business owners with this knowledge will greatly assist the development of their professionalism in business management. The purpose of this activity is to motivate pottery business owners to have the knowledge and skills to be able to make a comprehensive budget preparation as a prerequisite in developing their business. This activity used a combination of lecture and practice methods. Participants consisted of pottery business owners in Pattallassang District, Takalar Regency. The results achieved from this activity are (1) Pottery business owners are familiar with the elements in the preparation of the budget, (2) able to record sales as a basis for future sales projections, (3) already know the systematic comprehensive budget preparation. The limitation in this training is that the implementation method has not used the technical assistance, so that knowledge about comprehensive budget preparation can be implemented in business activities.

Keywords: comprehensive budget

I. PENDAHULUAN

Permasalahan yang masih dihadapi UMKM salah satunya adalah memanfaatkan informasi akuntansi dalam berbagai pengambilan keputusan usaha khususnya penyusunan anggaran. Di banyak penelitian, permasalahan ini diduga kuat bersumber dari kurangnya persepsi dan pemahaman pengelola dalam bidang akuntansi. Dalam penelitiannya, Sari & Setyawan (2012) menjelaskan bahwa pengetahuan manajer (pemilik) perusahaan kecil tentang informasi akuntansi keuangan khususnya dan akuntansi umumnya belum diimplementasikan. UMKM menghadapi berbagai kendala atau masalah antara lain disebabkan rendahnya tingkat pendidikan, pelatihan usaha, pengalaman manajerial, kurangnya pemahaman teknologi informasi dan kurangnya keandalan karakteristik laporan keuangan (Tambunan, 2012).

Terkait pengembangan usaha gerabah di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar masih sering terkendala oleh rendahnya pengetahuan penyusunan anggaran komprehensif, sehingga usaha masih dikelola secara tradisional tanpa perhitungan atau perkiraan yang baik. Persepsi pengelola diduga kuat menjadi salah satu kunci permasalahan ini. Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan penyusunan anggaran komprehensif bagi pemilik usaha gerabah untuk mendukung pengelolaan usaha yang profesional.

Berdasarkan analisis situasi ini, maka pelatihan penyusunan anggaran komprehensif bagi pemilik usaha gerabah sangat perlu dilakukan dalam mengembangkan daya saing usaha. Pelatihan ini dilaksanakan di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan sentra usaha gerabah.



II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan metode ceramah, tanya jawab, latihan, dan diskusi. Kegiatan pelatihan ini difokuskan terhadap penyusunan anggaran komprehensif pada pemilik usaha gerabah di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Takalar.



III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Penyusunan anggaran komprehensif pada usaha gerabah merencanakan tentang kegiatan-kegiatan usaha gerabah selama jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang. Pada dasarnya kegiatan-kegiatan usaha selama jangka waktu tertentu diperinci ke dalam budget-budget yang berhubungan dengan penghasilan dan budget-budget yang berhubungan dengan biaya. Budget yang berhubungan dengan penghasilan, terutama adalah budget penjualan. Sedangkan budget-budget yang berhubungan dengan biaya, adalah budget unit yang akan diproduksi beserta budget tentang biaya-biaya produksi (bahan mentah, upah tenaga kerja langsung dan biaya pabrik tidak langsung), serta budget biaya administrasi dan budget biaya pemasaran.

Antara budget tentang penghasilan dengan budget-budget tentang biaya tersebut mempunyai hubungan timbal balik yang sangat erat. Di satu sisi besar-kecilnya penjualan (penghasilan) ditentukan (dipengaruhi) oleh besar-kecilnya produksi (biaya). Tetapi di sisi lain, besar-kecilnya produksi (biaya) mungkin justru ditentukan (dipengaruhi) oleh besar-kecilnya penjualan (penghasilan). Dengan lain perkataan, ada dua alternatif kemungkinan tentang hubungan timbal-balik antara produksi dengan penjualan tersebut, yaitu:

1. Alternatif pertama, besarnya penjualan ditentukan oleh besarnya produksi. Ini berarti bahwa berapa jumlah penjualan gerabah selama periode yang akan datang ditentukan oleh berapa jumlah gerabah yang mampu diproduksi oleh usaha selama periode tersebut. Dengan demikian, jika selama periode yang akan datang usaha mampu memproduksi gerabah dalam jumlah yang besar, maka sebesar itu pulalah jumlah penjualan yang akan dilakukan oleh usaha dalam periode tersebut. Sebaliknya, jika selama periode yang akan datang usaha hanya mampu memproduksi gerabah dalam jumlah sedikit, maka sejumlah sedikit itu pulalah penjualan yang akan dilakukan oleh usaha dalam periode tersebut.

Alternatif pertama ini, anggaran unit yang akan diproduksi harus disusun lebih dahulu sebelum dapat menyusun anggaran penjualan, sebab jumlah penjualan akan mengikuti jumlah yang akan

diproduksi. Bilamana budget unit yang akan diproduksi ini merupakan budget yang paling awal yang harus disusun, maka besarnya taksiran jumlah gerabah yang akan diproduksi ditentukan berdasar pada kemampuan atau kapasitas produksi yang ada di usaha. Sedangkan kapasitas produksi itu sendiri antara lain dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti misalnya tersedianya peralatan, tersedianya tenaga kerja, tersedianya bahan mentah, tersedianya modal kerja, dan sebagainya. Setelah disusun budget unit yang akan diproduksi, barulah dapat disusun budget penjualan yang jumlahnya menyesuaikan dengan jumlah gerabah yang akan diproduksi tersebut.

2. Alternatif kedua, besarnya produksi ditentukan oleh besarnya penjualan. Ini berarti bahwa berapa jumlah produksi usaha selama periode yang akan datang ditentukan oleh berapa jumlah gerabah yang mampu dijual oleh usaha selama periode tersebut. Dengan demikian, jika selama periode yang akan datang usaha mampu memasarkan gerabah dalam jumlah yang besar, maka sebesar itu pulalah jumlah gerabah yang akan diproduksi oleh usaha dalam periode tersebut. Sebaliknya, jika selama periode yang akan datang usaha hanya mampu memasarkan gerabah dalam jumlah sedikit, maka sejumlah sedikit itu pulalah jumlah gerabah yang akan diproduksi oleh usaha dalam periode tersebut.

Alternatif kedua ini, anggaran penjualan harus disusun lebih dahulu sebelum dapat menyusun anggaran unit yang akan diproduksi, sebab jumlah yang akan diproduksi akan mengikuti jumlah penjualan. Bilamana budget penjualan ini merupakan budget yang paling awal yang harus disusun, maka besarnya taksiran jumlah gerabah yang akan dijual ditentukan berdasar pada kemampuan usaha dalam memasarkan gerabah hasil produksinya tersebut. Berdasar seberapa banyak usaha mampu memasarkan gerabah itulah anggaran penjualan disusun untuk periode yang akan datang. Setelah disusun budget penjualan, barulah dapat disusun budget unit yang akan diproduksi, yang jumlahnya menyesuaikan dengan jumlah gerabah yang akan dijual (dipasarkan) tersebut.

Bagi usaha gerabah yang menghadapi pasar yang bersaing, penawaran (*supply*) gerabah yang dihasilkan oleh usaha tersebut lebih besar daripada permintaan (*demand*) gerabah di pasar, maka masalah pemasaran gerabah yang diproduksi oleh usaha merupakan problem utama, yaitu masalah bagaimana suatu usaha agar dapat unggul dalam bersaing merebut konsumen, sehingga pemilik usaha dapat menjual gerabah hasil produksinya sebanyak mungkin. Sebaliknya, masalah produksi bukanlah merupakan problem yang sulit, sebab

kapasitas produksi yang dimiliki oleh usaha lebih besar daripada daya serap pasarnya. Dengan demikian besar-kecilnya jumlah produksi usaha sangat ditentukan oleh besar-kecilnya kesanggupan (kemampuan) usaha untuk memasarkan gerabah tersebut. Bilamana usaha mampu memasarkan gerabah dalam jumlah besar, maka sebesar itu pulalah gerabah akan diproduksi. Sebaliknya, bilamana usaha hanya mampu memasarkan gerabah dalam jumlah sedikit, maka sejumlah sedikit itu pulalah gerabah akan diproduksi. Ini semua disebabkan karena jumlah kebutuhan akan gerabah tersebut (*demand*) lebih kecil jika dibandingkan dengan jumlah penawarannya (*supply*). Akibatnya, besar-kecilnya jumlah gerabah yang akan diproduksi oleh pemsahaan lebih tergantung pada besar-kecilnya kemampuan pemsahaan untuk memasarkan gerabah tersebut, dan bukannya tergantung pada kapasitas produksi yang tersedia. Ini berarti bahwa budget unit yang akan diproduksi ditentukan oleh budget penjualan. Jadi, bagi usaha yang menghadapi pasar yang bersaing, maka budget penjualan harus disusun lebih awal daripada budget unit yang akan diproduksi. Atau dengan lain perkataan, bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing, lebih sesuai menggunakan alternatif kedua. Bertitik-tolak pada alternatif kedua, di mana budget penjualan harus disusun lebih awal daripada budget unit yang akan diproduksi, maka secara berturut-turut anggaran pendukung rugi/laba (*profit/loss supporting budget*) akan disusun sebagai berikut:

1. Budget Penjualan.
2. Budget Unit yang akan Diproduksi.
3. Budget-budget tentang biaya-biaya produksi yang terdiri dari Budget tentang Bahan Mentah, Budget Upah Tenaga Kerja Langsung, dan Budget Biaya Pabrik Tidak Langsung. Di antara ketiga Budget biaya produksi ini tidak saling tergantung antara satu dengan yang lain, sehingga tidak mengakibatkan adanya keharusan menyusun budget yang satu lebih awal daripada budget yang lain. Bahkan ketiganya dapat disusun secara serentak pada waktu yang bersamaan.
4. Budget Biaya Administrasi.
5. Budget Biaya Pemasaran.
6. Budget Utang.
7. Budget Piutang.
8. Budget Persediaan.
9. Budget Aktiva Tetap.
10. Budget Modal Sendiri.
11. Budget Kas.

Perlu ditambahkan bahwa diantara budget-budget tentang biaya-biaya produksi dengan budget biaya

administrasi dan budget biaya pemasaran juga tidak ada saling ketergantungan antara satu dengan yang lain. Dengan demikian juga tidak mengakibatkan adanya keharusan untuk menyusun budget yang satu lebih awal daripada budget yang lain. Budget tentang bahan mentah sendiri terdiri dari tiga buah budget, yang secara berturut-turut harus disusun sebagai berikut:

1. Budget Unit Kebutuhan Bahan Mentah
2. Budget Pembelian Bahan Mentah.
3. Budget Biaya Bahan Mentah.

B. Hasil Kegiatan

Hasil yang dicapai dari pengabdian ini adalah (1) Pemilik usaha gerabah sudah mengenal unsur-unsur dalam penyusunan anggaran, (2) Mampu melakukan pencatatan penjualan sebagai dasar proyeksi penjualan dimasa yang akan datang, (3) Sudah mengetahui sistematika penyusunan anggaran komprehensif.



IV. KESIMPULAN

Penyusunan anggaran komprehensif usaha gerabah yang baik dibutuhkan waktu yang cukup, sehingga kegiatan-kegiatan penyusunannya memerlukan alokasi waktu dengan pola yang tetap. Semakin besar suatu usaha, tentunya semakin banyak membutuhkan waktu untuk menyusun budget, sehingga diharapkan semakin awal memulai kegiatan-kegiatannya. Keterbatasan dalam pelatihan ini adalah metode pelaksanaan belum menggunakan teknik pendampingan, sehingga pengetahuan tentang penyusunan anggaran komprehensif dapat diimplementasikan dalam aktivitas usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, N., dan Setyawan, A. B. 2012. *Persepsi Pemilik Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Atas Penggunaan Informasi Akuntansi*. Universitas Gunadarma.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES. Jakarta.