**TUGAS AKHIR**

**ANALISIS ANGGARAN TERHADAP PERENCANAAN BIAYA TOKO**

**DALAM MENENTUKAN LABA RUGI PADA**

**PT MIDI UTAMA INDONESIA TBK *BRANCH* MANADO**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan*

*dalam menyelesaikan pendidikan diploma tiga pada*

*Program Studi Diploma III Akuntansi*

*Oleh*

RENY MARIA MOKOLINUG

NIM 15041003

****

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**PROGRAM STUDI D III AKUNTANSI**

**2018**

**DAFTAR ISI**

HALAMAN SAMPUL ............................................................................................. i

HALAMAN JUDUL ................................................................................................ ii

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .......................................................... iii

LEMBAR PENGESAHAN ...................................................................................... iv

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .................................................................................. v

ABSTRAK ................................................................................................................. vi

KATA PENGANTAR ................................................................................................ vi

DAFTAR ISI ............................................................................................................... x

BAB I PENDAHULUAN

 1.1 Latar Belakang .......................................................................................................1

 1.2 Rumusan Masalah ..................................................................................................3

 1.3 Tujuan Penelitian ...................................................................................................4

 1.4 Manfaat Penelitian .................................................................................................4

 1.5 Metode Analisa Data ..............................................................................................4

 1.6 Deskripsi Umum PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado ....................... 5

BAB II DESSKRIPSI PRAKTEK AKUNTANSI

 2.1 Landasan Teori ......................................................................................................13

 2.2 Praktek Analisis Anggaran dan Realisasi Terhadap Perencanaan Biaya

 Toko dalam Menentukkan Laba Rugi pada PT. Midi Utama Indonesia

 Tbk *Branch* Manado .............................................................................................26

 2.3 Analisis Evaluasi Anggaran Anggaran dan Realisasi terhadap

 Terhadap Perencanaan Biaya Toko dalam Menentukkan Laba Rugi

 pada PT. Midi Utama Indonesia *Tbk Branch* Manado ....................................40

DAFTAR PUSTAKA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN (BERMATERAI)

LAMPIRAN

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBINGAN

LEMBAR ASISTENSI REVISI TUGAS AKHIR

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Pada umumnya perusahaan didirikan dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, salah satunya adalah memperoleh laba agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dijamin. Untuk itu perusahaan dapat melakukan upaya – upaya dalam pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dengan menggunakan perencanaan yang baik. Pentingnya perencanaan yang baik adalah salah satu fungsi bagi manajemen dapat melihat program – program yang akan dijalankan untuk meningkatkan tujuan perusahaan di waktu yang akan datang. Komponen utama perencananaan dalam perusahaan adalah penyusunan anggaran.

Anggaran merupakan komponen penting dalam perencanaan perusahaan berkaitan dengan keuangan untuk masa depan yang memegang peranan penting dalam dunia usaha. Hal ini dikarenakan, anggaran menyajikan informasi mengenai kegiatan operasional perusahaan dalam satu periode tertentu agar tujuan dari perusahaan dapat dicapai. Perusahaan perlu menyusunperencanaan anggaran secara menyeluruh tentang kegiatan perusahaan untuk waktu akan datang dan dibuat berdasarkan data waktu yang disesuaikan dengan kondisi akan datang. Apabila anggaran yang dibuat tidak dapat memenuhi fungsi anggaran yang seharusnya, maka 2 anggaran itu sendiri tidak dapat berfungsi sebagai alat untuk perencanaan dan pengendalian manajemen.

Anggaran sebagai salah satu alat yang digunakan dalam pengendalian biaya. Anggaran biaya merupakan rencana rinci tentang perolehan dan penggunaan sumber daya lainnya dalam satu periode. Pengendalian biaya berdasarkan anggaran dapat dilakukan dengan membandingkan anggaran yang telah dibuat dengan realisasi, dimana perbandingan ini dapat ditinjau dari kuantitas dan harga dari suatu barang. Dari perbandingan tersebut dapat diketahui sebab – sebab penyimpangan antara anggaran dengan realisasinya, sehingga dapat pula diketahui kelemahan – kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dan pihak manajemen dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan rencana selanjutnya lebih akurat.

PT. Midi Utama Indonesia Tbk merupakan salah satu jaringan ritel yang mudah dijangkau masyarakat luas. Dalam bisnis ritelnya dengan salah satu *brand* bernama alfamidi yang saat ini telah menjadi pesaing bagi para pebisnis ritel minimarket lainnya. Konsep Alfamidi diciptakan untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko terdekat. Alfamidi menyediakan produk fresh food, daging olahan dan makanan beku yang dibutuhkan oleh masyarakat. Gerai Alfamidi telah mencapai 1451 gerai yang ada di Indonesia.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan, pada dasarnya ditandai dengan kemampuan manajemen perusahaan dalam menganalisis secara tepat dan lebih akurat yang kemudian digunakan sebagai pengambilan keputusan terutama dalam perencanaan anggaran biaya, karena biaya adalah komponen yang penting. Oleh karena itu, pada akhir periode anggaran biasa terjadi Selisih anggaran (varians) yang menguntungkan *(favorable)* atau tidak menguntungkan*(unfavorable)* dalam intensitas yang besar dan kecil. Selisih tersebut bisa disebabkan karena ketidaksengajaan, bisa pula karena ada unsur kesengajaan.

PT Midi Utama Indonesia merupakan perusahaan yang berorientasi pada laba untuk membiayai kebutuhan toko. Untuk itu diperlukan anggaran yang baik dan dapat dilaksanakan secara efisien oleh unit-unit yang ada secara terkoordinasi. Dengan memperhatikan hal-haltersebut diatas, penulis sangat tertarik untuk meneliti dan menganilis dan mengangkat permasalahan ini dengan judul: “**Analisis Anggaran Terhadap Perencanaan Biaya Toko Dalam Menentukan Laba Rugi Pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado**”.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana analisis anggaran terhadap perencanaan biaya toko/gerai dalam menentukkan laba rugi pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado?. Penelitian ini akan dibatasi pada anggaran dan realisasi biaya toko pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado, yaitu Toko Citraland, Toko Sea Manado, Toko Citraland 2, Toko Wiratama, dan Toko Daan Mogot selama bulan januari – juni 2018.

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis anggaran terhadap perencanaan biaya toko/gerai dalam menentukkan laba rugi pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado.

**1.4 Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi perusahaan yang dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan anggaran terhadap perencanaan biaya toko.
2. Sebagai bahan masukan untuk pengembangan kurikulum di jurusan akuntansi program studi Diploma 3 Akuntansi.
3. Menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan kepada penulis sehubungan analisis anggaran terhadap perencanaan biaya toko.

**1.5 Metode Analisa Data**

Metode analisis data yang penulis gunakan untuk penelitian di PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado adalah metode analisis deskriptif komparatif yaitu menggambarkan, menguraikan, dan menjelaskan data dari hasil penelitian tentang analisis anggaran terhadap perencanaan biaya toko pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado dengan teori yang ada.

Data yang diperoleh adalah hasil dari wawancara dengan pihak perusahaan dalam hal ini bagian keuangan dan data yang berkaitan dengan rencana realisasi anggaran oleh perusahaan, serta berbagai referensi buku – buku yang berhubungan dengan objek penelitian.

**1.6 Deskripsi Umum PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado**

1. **Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. Midi Utama Indonesia, Tbk didirikan pada bulan Juni 2007. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perseroan antara lain bergerak dalam bidang perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket. Perusahaan berkedudukan di Jalan M. H. Tamrin No. 09, Cikokol, Tangerang.

 Pada awal pendiriannya, PT. Midi Utama Indonesia, Tbk bernama PT. Midimart Utama. Gerai pertamanya menyandang nama Alfamidi terletak di Jalan Garuda, Jakarta Pusat.

Konsep Alfamidi diciptakan untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko terdekat. Alfamidi dikembangkan dengan konsep supermarket mini yang menempati luas area penjualan antara 200 hingga 400 menter persegi. Keunikan gerai Alfamidi dibandingkan gerai sejenis lainnya adalah Alfamidi menyediakan produk *fresh food*, daging olahan dan makanan beku yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada tahun 2009, Perseroan melakukan pengembangan jenis gerai bernama *Alfaexpress*. *Alfaexpress* diperkenalkan sebagai konsep gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji.

Pada tahun 2011, untuk menyempurnakan konsep gerai Alfaexpress, Perseroan menandatangani perjanjian *Master Lisence Agreement* (MLA) dengan *Lawson Inc*., Jepang yang memberikan hak ekslusif bagi Perseroan untuk menggunakan dan bertindak sebagai *sub-franchisor* atas *trademark* dan *knowhow Lawson* di wilayah Indonesia selama 25 tahun dan dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Gerai *Lawson* sebagai gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji (gerai *convenience*) menjual berbagai macam makanan khas Jepang dan makanan lainnya seperti onigiri, bento, nasi goreng, pasta serta produk minuman seperti kopi, es krim dan lain-lain.

Sejalan dengan langkah strategi pemasaran supaya tidak tumpang tindih antara format gerai yang ada, sejak bulan Maret 2015, gerai Alfaexpress sudah tidak ada lagi.

Dinamika bisnis retail di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan segmen *middle market*. Oleh karena itu, Perseroan berupaya menyempurnakan konsep gerai Alfamidi dengan membentuk Alfasupermarket pada tahun 2015, sebagai jawaban atas peluang pasar yang masih terbuka luas serta upaya memaksimalkan perolehan laba usaha Perseroan. Alfasupermarket didesain dengan konsep supermarket dengan luas area penjualan lebih dari 500 meter persegi. Alfasupermarket hadir dengan gerai yang lebih luas untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan *assortment* yang lengkap didukung dengan strategi marketing yang kompetitif.

Pada tahun 2016, PT. Midi Utama Indonesia, Tbk membuka cabang di Manado pada tanggal 07 Desember 2016 dan sekarang memiliki 30 gerai yang terdapat dalam 3 wilayah yaitu, Minahasa, Minahasa Utara dan Manado. Kemudian untuk memperkuat *brand imag*e dan *brand awareness* merek Alfamidi, Perseroan melakukan *rebranding* merek Alfasupermarket menjadi Alfamidi super.

*Consumers expenditure* atau Perseroan mengemban visi untuk menjadi jaringan retail yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kerananya Perseroan berupaya memenuhi kebutuhan dengan memberikan kenyamanan pelanggan, gerai Perseroan menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau.

Perseroan juga berupaya berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan (CSR). Program-program yang dilakukan merupakan bagian yang tidakterpisahkan misi Perseroan untuk membantu masyarakat sekitar. Selain itu juga merangkul masyarakat dan institusi melalui skema wara laba yang dapat melahirkan wirausaha-wirausaha baru dan membuka lapangan pekerjaan.

Perseroan telah menerima penghargaan dari berbagai institusi yang terpercaya diantaranya: *Master Service Award for Category of Minimarket* dari *Makassar Research* dan *Makassar Terkini* (2011-2012), *Customer Loyalty Award as Leader of Net Promoter in The Minimarket Category* dari *Majalah Swa* (2012, 2013, 2015, dan 2016), *Customer Loyalty Award as Good Net Promoter in The Convenience Store Category* dari Majalah *Swa* (2012, 2013, 2015), *The Best in Experiential Marketing Award* dan *The Best in Social Marketing Award* dari *Majalah Marketing* (2013), *Social Media Award* dari *Frontier Consulting Group* dari Majalah Marketing (2014-2015).

**Visi, Misi PT. Midi Utama Indonesia, Tbk.**

1. **Visi :**

Menjadi jaringan retail yang menyatuh dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, seta memberikan pelayanan yang terbaik.

1. **Misi :**
2. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas.
3. Menegakkan tingkah laku atau etika bisnis yang tertinggi
4. Menumbuhkembangkan jiwa swasta dan kemitraan usaha.
5. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, terus betumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.
6. **Struktur Organisasi dan Job Description**

**Gambar 1**

**Struktur Organisasi PT. Midi Utama Indonesia Tbk *Branch* Manado**



Sumber: PT Midi Utama Indonesia, Tbk. *Branch* Manado

1. **Tanggungjawab Departemen**
2. **People Development**

Bertanggungjawab tehadap sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan. Dimulai dari pemenuhan karyawan sampai proses karyawan keluar. Menjadi penanggungjawab terhadap hak dan kewajiban karyawan yang wajib di penuhi.

1. **General Service**

Bertanggungjawab terhadap kebutuhan perusahaan baik dalam kebutuhan rumah tangga kantor juga kebutuhan untuk aset tetap. Di mulai dari proses pengajuan biaya dan pembelian sampai di pendistribusian.

1. **TAFIS**

Bertanggungjawab terhadap keuangan perusahaan, pencatatan dan penggolongan beban terhadap biaya yang keluar untuk operasional perusahaan. Dimulai dari *colect* uang hasil usaha perusahaan di toko. Dimulai dengan pembuatan *budget* dan realisasi *opex*/biaya, sampai proses pencairan dan pencatatan sekaligus pembebanan.

1. **Merchandising**

Bertanggungjawab terhadap pemenuhan barang dagang yang ada di toko. Dimulai dari mencari *supplier* dan distributor untuk memenuhi kebutuhan barang dagang yang ada di toko. berkerjasama dengan *supplier* dan distributor baik dari jumlah barang dan harga.

1. **Marketing**

Bertanggungjawab terhadap *branch* *Awareness* Perusahaan, membuat promosi dan kegiatan untuk menarik konsumen datang ke toko.

1. **Property & Development**

Untuk divisi ini dibagi 3 tanggungjawab besar :

1. *Location* (Bertanggungjawab untuk mencari lokasi untuk di jadikan tempat usaha perusahaan).
2. *Building* (bertanggungjawab untuk berkerjasama dengan pihak ke tiga untuk membangun atau merenovasi gedung untuk lokasi kerja).
3. *Maintenance* (bertanggungjawab terhadap perbaikan dan pembuatan perlengkapan atau kerusakan gedung yang ada di perusahaan).
4. **IT**

Bertanggungjawab terhadap kebutuhan IT di toko dan kantor.

1. **Area**

Area adalah divisi dengan paling banyak tanggungjawab, tapi memiliki tanggungjawab utama menjual barang dagangan yang ada.

1. **Aktifitas Usaha**

PT. Midi Utama Indonesia, Tbk merupakan salah satu jaringan retail yang mudah dijangkau masyarakat luas. Pada akhir 2016 jumlah gerai Perseroan mencapai 1.451 gerai yang terdiri dari 1.408 gerai Alfamidi, 8 gerai Alfamidi super dan 35 gerai *Lawson* yang tersebar dibeberapa pulai Indonesia meliputi pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera dan Sulawesi. Jaringan gerai tersebut terdiri dari gerai milik sendiri dan dalam bentuk kerjasama wara laba dengan pihak ketiga. Didukung lebih dari 19.000 ribu karyawan, Perseroan melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia.

 PT. Midi Utama Indonesia Tbk di Manado menyediakan gerai yang bernama Alfamidi super yang dikembangkan dengan supermarket mini yang menyediakan barang – barang kebutuhan dengan harga terjangkau, tempat belanja yang nyaman serta lokasi yang mudah dijangkau. Alfamidi hadir berbeda dengan gerai sejenis lainnya yaitu menyediakan produk *fresh food*, daging olahan, dan makanan beku lainnya.

 Dalam penelitian ini membahas tentang anggaran terhadap perencanaan biaya toko/gerai yang ada pada Toko Citraland, Toko Sea Manado, Toko Citraland 2, Toko Wiratama, dan Toko Daan Mogot selama bulan januari – juni 2018.