
JURNAL RISET AKUNTANSI DAN BISNIS

VOLUME 2 NO 2
JULI 2016

Jurnalakuntansi.lp3ibdg@gmail.com

LABA KOTOR SEBAGAI ALAT BANTU BAGI MANAJEMEN DALAM EVALUASI PENJUALAN PRODUK

Lesya Andrianti – PT KAHATEX Bandung

ABSTRACT

Hasil penelitian menunjukkan bahwa a. Umum (1) Pusat pertanggungjawaban dalam Kopthindo adalah bagian dari koperasi yang dikepalai oleh Ketua I dan Ketua II (2) Pusat pertanggungjawaban diukur dengan laba yang telah dicapai atau profit center (3) Penyusunan program Kopthindo yaitu untuk mewujudkan peran dan fungsinya sebagai media koordinasi dalam rangka pengembangan teh hijau Indonesia (4) Langkah penyusunan anggaran pada Kopthindo sama dengan langkah penyusunan anggaran diperusahaan perkebunan milik negara (5) Evaluasi atas hasil pelaksanaan anggaran disampaikan kepada Rapat Anggota, b. Khusus (1) Analisis laba kotor digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen yaitu untuk mengetahui perubahan yang terjadi, baik kenaikan maupun penurunan (2) Pengukuran anggaran dengan menganalisis laba kotor yang digunakan manajemen yaitu untuk mengetahui penyimpangan antara anggaran dan realisasi (3) Manfaat analisis laba yaitu untuk memberikan petunjuk kepada manajemen tentang elemen-elemen yang menyimpang, dan memberikan petunjuk untuk menyusun anggaran periode berikutnya (4) Proses sistem pengendalian manajemen yang seharusnya digunakan yaitu penyusunan program, penyusunan anggaran, pengukuran serta pelaporan dan analisis (5) Analisis laba kotor yang dilakukan untuk tujuan evaluasi penjualan produk yaitu dengan menghitung selisih laba kotor, selisih penjualan, selisih harga jual, selisih volume penjualan, selisih harga pokok penjualan, selisih harga HPP, selisih volume harga pokok penjualan, selisih volume bersih, selisih komposisi penjualan, selisih penjualan final (6) Analisis laba kotor telah digunakan dalam Kopthindo untuk mengevaluasi penjualan produknya, sehingga analisis laba kotor dapat dijadikan alat bantu bagi manajemen dalam mengevaluasi penjualan..

Kata Kunci : Laba Kotor dan Sistem Pengendalian Manajemen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan yang sedang berlangsung akan segera menuju era tinggal landas, dilakukan untuk mencapai masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila, terciptanya

pemerataan hasil pembangunan diseluruh wilayah Indonesia dan kesejahteraan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.

Dalam meningkatkan pembangunan ekonomi ada tiga pelaku ekonomi di Indonesia, yaitu pemerintah, swasta dan koperasi.

Dalam pembangunan ekonomi, peranan pemerintah sangat besar dalam mencapai tujuan pembangunan ekonomi seperti peningkatan laju pertumbuhan ekonomi dan perluasan kesempatan kerja.

Pembangunan ekonomi dimasa yang akan datang membutuhkan dana yang cukup besar, sedangkan pemerintah mengalami kesulitan dalam menyediakan dana, disamping itu jumlah hutang dan cicilan Luar Negeri semakin membengkak.

Oleh karena itu pemerintah mengajak sektor dunia usaha untuk lebih berpartisipasi aktif dalam melaksanakan pertumbuhan ekonomi.

Kesempatan untuk memperluas usaha dan menanamkan dana dimanfaatkan oleh sektor usaha, berkembangnya pasar modal di Indonesia, berdirinya perusahaan-perusahaan baru dan meningkatnya ekspor non migas merupakan bukti keberhasilan dunia usaha dalam pertumbuhan ekonomi.

Adanya serangkaian deregulasi yang dikeluarkan pemerintah menimbulkan persaingan yang cukup tajam dikalangan dunia usaha. Persaingan tersebut mendorong banyaknya perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi canggih dalam operasi usahanya.

Disamping itu persaingan yang cukup tajam menuntut perusahaan untuk lebih efisien dalam menekan biaya dan sumber daya dengan tidak mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan, agar dapat menurunkan harga pokok produksi sehingga dapat bersaing dipasar dan dapat mempertahankan kontinuitas perusahaan dimasa yang akan datang.

Singkatnya dalam persaingan yang semakin ketat ini perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar tetapi juga harus menjalankan usahanya dengan lebih efisien untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain dalam dunia usaha.

Menurut Suarman Sumawihardja (1991 : 78) tujuan utama perusahaan adalah mencari laba yang maksimum karena didasarkan pada beberapa alasan yaitu :

1. Laba maksimum pada dasarnya merupakan tujuan formal untuk perusahaan yang didirikan.
2. Dalam menghadapi persaingan, suatu sikap mengejar laba maksimum akan menciptakan kesejahteraan ekonomi yang sangat besar.
3. Laba maksimum merupakan sumber bagi manajemen untuk pengambilan keputusan, sehingga dengan suatu ukuran yang relatif manajemen tidak ambisius.

Dalam meningkatkan laba, perusahaan harus meningkatkan volume penjualan atau melakukan pengembangan produknya.

Penjualan merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi operasi perusahaan agar dapat menurunkan harga pokoknya. Akan tetapi dalam penjualan tidak selamanya dapat dipastikan karena berhubungan dengan pihak eksternal, yaitu tergantung kesediaan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dihasilkan perusahaannya.

Menurut Surachman Sumawihardja (1991 : 8) unsur-unsur konsep penjualan terdiri dari produk (products), penjualan dan promosi (selling and Promoting) dan laba dari volume penjualan (Profits through sales volume).

Dalam hal ini yang pertama harus diperhatikan adalah produk yang dihasilkan oleh perusahaan, kemudian produk tersebut dijual melalui suatu promosi dan laba merupakan cermin dari keberhasilan kedua unsur tersebut.

Seperti diketahui bahwa laba merupakan salah satu ukuran keberhasilan perusahaan sehingga perlu ditekankan bahwa penjualan memegang peranan penting dalam perolehan data.

Dengan demikian bagian penjualan memegang peranan utama dalam meningkatkan volume penjualan, selama biaya yang dikeluarkan untuk penjualan tersebut tidak melebihi hasil penjualan.

Dari sudut pandang Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen ada suatu alat analisis yang dapat digunakan untuk pengukuran prestasi dalam perusahaan. Salah satunya adalah analisis laba kotor (gross profit analysis) yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kegiatan penjualan produk dalam perusahaan.

Bertitik tolak dari uraian tersebut diatas, maka dapat ditarik masalah secara umum yakni sejauh mana analisis laba kotor dapat membantu manajemen dalam mengevaluasi penjualan produk, oleh karena itu judul yang diajukan adalah “LABA KOTOR SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM EVALUASI PENJUALAN PRODUK” dengan studi kasus pada KOPTHINDO.

Identifikasi Masalah

Seperti diuraikan diatas, jika diidentifikasi banyak sekali permasalahan, namun demikian berkenaan dengan judul yang diajukan dapat difokuskan dalam masalah berikut :

1. Apakah laba kotor dapat digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen dalam mengevaluasi penjualan produk.
2. Apakah pentingnya analisis laba kotor dalam suatu perusahaan.
3. Bagaimana laba kotor dilakukan untuk tujuan evaluasi penjualan produk.
4. Apakah laba kotor dapat digunakan untuk tujuan pengukuran anggaran.
5. Bagaimana proses Sistem Pengendalian Manajemen yang seharusnya digunakan dalam suatu perusahaan.

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian dari skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis laba kotor yang digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen.
2. Untuk mengetahui tujuan pengukuran anggaran dengan menganalisis laba kotor yang digunakan manajemen.
3. Untuk mengetahui manfaat dan pentingnya analisis laba dalam suatu perusahaan.
4. Untuk mengetahui proses Sistem Pengendalian Manajemen yang seharusnya digunakan dalam perusahaan.
5. Untuk mengetahui analisis laba kotor yang dilakukan untuk tujuan evaluasi penjualan produk.

LANDASAN TEORI

Analisis Laba Kotor

Perubahan laba kotor perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan yang terjadi pada penyimpangan antara anggaran dan realisasi, baik perubahan yang menguntungkan (

kenaikan), maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan), sehingga dapat diambil tindakan oleh manajemen terutama pada perubahan yang tidak menguntungkan.

Pentingnya Analisis Laba

Keberhasilan manajemen dalam jangka pendek dapat dilihat apakah laba yang diperolehnya lebih besar atau lebih kecil dibandingkan dengan rencana laba yang diinginkan semula. Rencana laba dapat berupa laba yang dianggarkan (dibudgetkan) atau standar laba, atau paling tidak laba pada periode sebelumnya.

Menurut Supriyono (1993 : 175), bahwa penyimpangan laba dengan rencana laba perlu dianalisis dan diinvestigasi sebab-sebab penyimpangan sehingga dapat dipakai alat untuk tujuan sebagai berikut :

1. Memberikan petunjuk kepada manajemen tentang elemen-elemen apa yang menyimpang, berapa jumlah penyimpangan dan bagaimana pengaruhnya terhadap laba yang dicapai perusahaan, apa sebab penyimpangan tersebut, pada kegiatan apa penyimpangan tersebut terjadi dan siapa yang bertanggungjawab terhadap penyimpangan tersebut.
2. Memberikan petunjuk kepada manajemen guna menyusun anggaran laba periode berikutnya, dengan investigasi terhadap penyimpangan yang timbul dapat menilai apakah rencana merupakan pengukur yang baik untuk menilai realisasi laba.

Pengertian Analisis Laba Kotor

Laba kotor (gross profit) adalah selisih antara penjualan dengan harga pokok penjualan. Hasil penjualan merupakan hasil kali antara harga jual per unit dengan volume produk yang berhasil terjual, sedangkan harga pokok penjualan adalah hasil kali antara volume produk yang terjual dengan biaya produksi per unit.

Menurut Munawir (1995 : 37) mengenai pengertian analisis laba kotor yaitu :

Analisis perubahan laba kotor (gross profit analysis) adalah suatu analisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan laba kotor suatu perusahaan dari periode ke periode yang lain atau perubahan laba kotor suatu periode dengan laba yang dibudgetkan untuk periode tersebut.

Menurut Supriyono (1993 : 179) mengenai pengertian analisis laba kotor adalah :

Analisis laba kotor adalah memecah-mecah atau membagi menjadi bagian – bagian yang lebih kecil dengan tujuan untuk menentukan penyebab penyimpangan laba kotor dan untuk mengetahui hubungan antara elemen – elemen tersebut.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis laba kotor adalah analisis yang mencoba membandingkan antara anggaran yang telah ditetapkan dengan realisasinya, dan bila ternyata ada penyimpangan maka analisis laba kotor mencoba mencari penyebab penyimpangan tersebut kemudian menjelaskannya.

Faktor Yang Menyebabkan Perubahan Laba Kotor

Menurut Munawir (1995 : 216) pada dasarnya perubahan laba kotor itu disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan . besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh kuantitas/satuan produk tersebut. Oleh karena itu perubahan laba kotor karena adanya perubahan hasil penjualan.

Hasil penjualan dapat disebabkan oleh :

- a. Perubahan harga jual/satuan produk.
- b. Perubahan kuantitas/volume penjualan yang dijual.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual dan harga pokok per satuan (rata-rata), produk yang dijual disebabkan oleh adanya perubahan harga pokok penjualan .

Harga pokok penjualan disebabkan oleh :

- a. Perubahan harga pokok rata-rata persatuan.
- b. Perubahan kuantitas/volume penjualan yang dijual.

Menurut J.B Heckret (1995 : 268), laba kotor dipengaruhi oleh :

- a. Perubahan harga jual.
- b. Komposisi penjualan produk.
- c. Retur/volume.

Menurut Matz- Usry (1992 : 185) perubahan lab kotor diakibatkan oleh salah satu atau kombinasi dari hal berikut :

- a. Perubahan harga jual produk.
- b. Perubahan volume penjualan.
 - 1. Perubahan jumlah unit fisis/produk penjualan.
 - 2. Perubahan jenis produk yang dijual,sering kali disebut dengan bauran produk (product mix) atau bauran penjualan (product sales).
- c. Perubahan unsur biaya, yaitu bahan, pekerja dan overhead.

Jadi perubahan laba kotor baik itu merupakan penurunan ataupun kenaikan yang disebabkan oleh harga jual tidak dapat digunakan sebagai pengukuran kegiatan bagian penjualan, karena hal ini disebabkan oleh faktor ekstern perusahaan, sehingga faktor ketidakpastiannya sangat besar. Perubahan harga jual ini ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan perusahaan, lain halnya dengan perubahan kuantitas produk yang dijual. Suatu perubahan laba kotor yang disebabkan oleh adanya perubahan kuantitas atau volume barang yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Kenaikan laba kotor karena adanya kenaikan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja lebih aktif, dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap maka perubahan laba kotor yang disebabkan oleh kenaikan volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya.

Analisis Selisih Laba Kotor

Analisis selisih laba kotor tidak berbeda dengan analisis biaya produksi yaitu menganalisis perubahan yang terjadi antara anggaran yang telah disusun sebelumnya dibandingkan dengan realisasi.

Dalam hal ini bagian penjualan hanya bertanggung jawab atas volume produk yang dijual dan harga per unit, oleh karena itu dalam analisis selisih laba kotor, harga pokok yang diperhitungkan untuk menentukan laba kotor sesungguhnya adalah harga pokok penjualan standar yaitu hasil kali volume penjualan sesungguhnya dengan biaya produksi standar per unit.

Analisis selisih laba kotor adalah selisih antara rencana laba kotor atau anggaran laba kotor dengan laba kotor sesungguhnya atau realisasi laba kotor. Elemen yang menentukan besarnya laba kotor dan analisis selisih yang timbul yaitu :

- 1. Selisih Laba Kotor (Gross profit variance)

Selisih ini timbul karena perbedaan laba kotor menurut anggaran dengan laba kotor yang sesungguhnya.

2. Selisih Penjualan (sales variance)

Selisih ini timbul sebagai akibat penjualan menurut anggaran berbeda dengan penjualan yang sesungguhnya atau realisasi penjualan.

Selisih dapat dipecah lagi menjadi :

a. Selisih Harga Jual (Sales Price Variance)

Selisih harga jual adalah selisih penjualan yang ditimbulkan oleh perbedaan antara harga jual sesungguhnya dengan harga jual menurut anggaran.

b. Selisih Volume Penjualan (Sales Volume Variance)

Selisih volume penjualan adalah selisih penjualan yang diakibatkan oleh perbedaan volume penjualan sesungguhnya dengan volume penjualan menurut anggaran.

3. Selisih Harga Pokok Penjualan (Cost of Sale Variance)

Selisih harga pokok penjualan adalah selisih yang timbul karena perbedaan harga pokok penjualan yang sesungguhnya atau realisasi harga pokok penjualan dengan harga pokok penjualan menurut anggaran.

a. Selisih Harga-Harga Pokok Penjualan (Cost of Sales Price Variance)

Selisih harga HPP adalah selisih harga pokok penjualan yang ditimbulkan oleh perbedaan antara harga HPP sesungguhnya dengan harga HPP menurut anggaran.

b. Selisih Volume Harga Pokok Penjualan (Cost of Sales Volume Variance)

Selisih volume HPP adalah selisih harga pokok penjualan yang ditimbulkan karena perbedaan antara volume penjualan yang sesungguhnya dengan volume penjualan menurut anggaran.

4. Selisih Volume Bersih (Net Volume Variance)

Selisih volume bersih adalah selisih antara selisih volume penjualan dengan selisih volume harga pokok penjualan.

a. Selisih komposisi penjualan (sales mix variance)

Selisih komposisi penjualan adalah selisih yang timbul karena perbedaan laba kotor pada komposisi sesungguhnya dengan laba kotor pada komposisi menurut anggaran.

b. Selisih volume penjualan final (final sales volume variance)

Selisih volume penjualan final adalah selisih yang timbul disebabkan oleh perbedaan antara laba kotor pada komposisi anggaran dengan laba kotor menurut anggaran.

Perhitungan analisis selisih laba kotor adalah :

1. Selisih Laba kotor (Gross profit Variance)

(Anggaran Laba Kotor – Laba Kotor Sesungguhnya)

2. Selisih Penjualan (Sales Variance)

(Penjualan Sesungguhnya – Penjualan menurut Anggaran)

3. Selisih Harga Jual (Sales Price Variance)

(Harga Jual Sesungguhnya – Harga Jual menurut Anggaran) x Volume Penjualan Sesungguhnya.

4. Selisih Volume Penjualan (Sales Volume Variance)

(Volume Penjualan Sesungguhnya – Volume Penjualan menurut Anggaran) x Harga Jual menurut Anggaran.

5. Selisih Harga Pokok Penjualan (Cost of Sales Variance)

(Harga Pokok Penjualan Sesungguhnya – Harga Pokok Penjualan menurut Anggaran)

6. Selisih Harga Harga Pokok Penjualan (Cost of Sales Price Variance)
 (Harga-Harga Pokok Penjualan per satuan Sesungguhnya – Harga-Harga Pokok Penjualan menurut Anggaran) x Volume Penjualan Sesungguhnya.
7. Selisih Volume Harga Pokok Penjualan (Cost of Sales Volume Variance)
 (Volume Penjualan Sesungguhnya – Volume Penjualan menurut Anggaran) x Harga Pokok Penjualan menurut Anggaran.
8. Selisih Volume Bersih (Net Volume Variance)
 (Selisih Volume Penjualan + Selisih Volume Harga Pokok Penjualan)
9. Selisih Komposisi Penjualan (Sales Mix Variance)
 (Volume Penjualan sesungguhnya setiap jenis produk yang dijual x anggaran laba kotor setiap jenis produk persatuan) – (Total Volume Penjualan Sesungguhnya yang dijual x anggaran laba kotor rata-rata anggaran setiap produk persatuan)
10. Selisih Volume Penjualan Final (Final Sales Volume Variance)
 (Total Volume Penjualan Sesungguhnya – Total Volume Penjualan Menurut Anggaran) x Laba Kotor Rata-Rata Satuan Menurut Anggaran.

Tanggung Jawab Timbulnya Selisih Laba Kotor

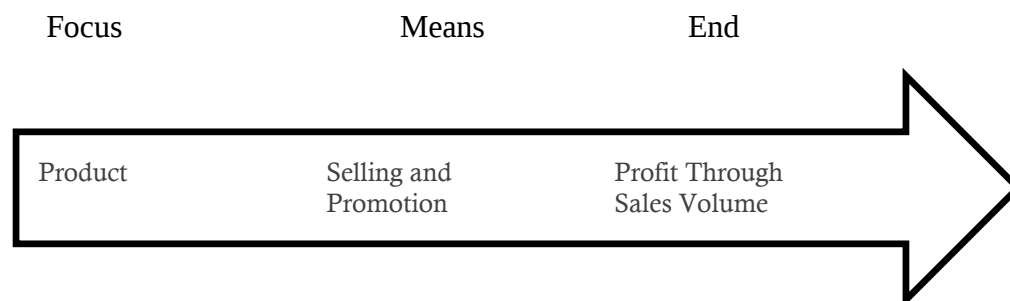
Analisis penyimpangan laba kotor lebih memberikan manfaat apabila alat pembandingnya anggaran atau standar daripada apabila dibandingkan dengan periode sebelumnya. Penyimpangan yang terjadi perlu diinvestigasi lebih lanjut untuk menentukan penyebab adanya penyimpangan dan siapa yang bertanggungjawab atas penyimpangan tersebut. Pada umumnya yang bertanggungjawab pada penyimpangan ini adalah :

1. Selisih Harga Jual
 Penyimpangan ini disebabkan oleh karena perusahaan telah menjual produk dengan harga jual lebih besar atau lebih kecil dibandingkan dengan harga jual yang direncanakan. Tanggung jawab atas penyimpangan ini terletak pada pejabat (eksekutif) perusahaan yang memiliki wewenang untuk menentukan harga jual, biasanya adalah kepala departemen atau bagian pemasaran.
2. Selisih volume penjualan
 Selisih ini disebabkan karena perusahaan menjual produk dengan volume lebih besar atau lebih kecil jika dibandingkan dengan yang direncanakan. Tanggung jawab dari penyimpangan ini umumnya pada kepala departemen atau bagian pemasaran, karena volume yang dijual akan tergantung pada harga jual dan keaktifan bagian pemasaran dalam menjual produk, kedua faktor tersebut umumnya masih dalam jangkauan bagian pemasaran.
3. Selisih harga pokok penjualan
 Selisih ini disebabkan karena harga pokok penjualan yang terjadi lebih besar atau lebih kecil dari yang direncanakan. Selisih ini disebabkan Karena kegiatan dalam memproduksi, dengan mengadakan investigasi terhadap selisih tersebut akan dapat ditentukan apakah selisih yang timbul merupakan tanggung jawab kepala bagian atau departemen produksi.
4. Selisih volume harga pokok penjualan
 Penyebab timbulnya selisih volume sama dengan penyebab timbulnya selisih volume penjualan, oleh karena itu yang bertanggung jawab terhadap selisih ini adalah kepala bagian atau departemen produksi.

Analisis Laba Kotor Dalam Evaluasi Penjualan Produk

Sebagaimana diungkapkan pada bab pendahuluan bahwa konsep penjualan terdiri dari produk (product), penjualan dan promosi (selling and promoting) dan laba dari penjualan (profit through sales volume). Artinya produk yang dihasilkan perusahaan dipromosikan dan dijual yang pada akhirnya akan mendapat laba sesuai dengan volume penjualan.

Berikut akan digambarkan tentang konsep penjualan menurut Drs. H. Surachman Sumawihardja (1991:8) yaitu :



Gambar 4 : Konsep Penjualan

Dari konsep penjualan itulah diharapkan membantu perusahaan dalam membuat program penjualan.

Program penjualan yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak kemudian dijabarkan kedalam anggaran yang dinyatakan secara kuantitatif sebagai tujuan yang akan dicapai dalam suatu periode yang biasanya satu tahun.

Didalam anggaran ditentukan jumlah target yang akan dicapai dan sumber daya yang akan digunakan. Anggaran ini dapat dibuat oleh bagian anggaran atau komite anggaran.

Setelah anggaran ditetapkan, maka dilaksanakan tahap proses berikutnya yaitu pelaksanaan dan pengukuran, dalam tahap pelaksanaan diadakan pula evaluasi untuk mengetahui dengan cepat apabila ternyata ada penyimpangan dari tujuan yang telah ditetapkan. Setelah pelaksanaan maka diadakan pengukuran atau evaluasi atas pelaksanaan penjualan. Untuk melakukan evaluasi maka diperlukan alat analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui prestasi yang dicapai.

Karena anggaran telah dipakai sebagai dasar untuk pengukuran, maka analisis laba kotor dapat digunakan untuk tujuan pengukuran ini, dengan menganalisis anggaran dengan realisasinya yaitu terhadap anggaran penjualan dan anggaran harga pokok penjualan.

Analisis laba kotor digunakan untuk mengetahui hasil kegiatan penjualan produk dalam perusahaan yang berkenaan dengan perubahan – perubahan terhadap laba kotor dan penyebab yang timbul dari selisih yang terjadi.

Sebagai tahap terakhir adalah pelaporan dan analisis, yaitu setelah dilakukan pengukuran maka hasil pengukuran tersebut dilaporkan kepada manajemen dan laporan ini digunakan sebagai dasar menentukan tindakan korektif selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif dimana penelitian ini berupaya untuk menganalisis respon BKM terhadap keberadaan auditor independen dan menganalisis penerapan audit independen yang berbasis pola pembinaan apakah dapat memperbaiki akuntabilitas kinerja BKM di Kota Bandung. Dan menganalisis pelaksanaan audit independen yang berbasis pola pembinaan pada BKM apakah dapat mengefektifkan PNPM-MP di Kota Bandung.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung dengan mengambil sampel 2 kecamatan yang dikategorikan dalam 2 kategori yaitu kecamatan yang sudah lama mendapatkan dan mengelola program PNPM-MP yaitu Kecamatan Coblong dan Kecamatan Cidadak. Dipilihnya 2 kecamatan tersebut dengan kategori yang berbeda mengingat ada sedikit perbedaan dalam pelaksanaan pengauditan. Pengauditan pola lama diasumsikan jauh dari adanya unsur pola pembinaan sedangkan pengauditan yang sekarang sudah ada pola pembinaan dari auditor independen.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah para BKM yang mengelola dana PNPM-MP terdiri dari koordinator, sekretaris dan unit pengelola yang diambilkan dari 2 Kecamatan dengan masing-masing Kecamatan Coblong terdiri dari 6 Kelurahan dan Kecamatan Cidadak terdiri dari 3 Kelurahan. Sehingga koordinator dan sekretaris BKM yang diinterview diambilkan dari 9 Kelurahan dari 2 Kecamatan yang dijadikan lokasi penelitian. Selain itu interview juga dilakukan pada senior fasilitator dari kedua kecamatan tersebut maupun pada auditor independen yang mewakili dari kedua kecamatan yang menjadi lokasi penelitian.

Subyek penelitian juga dilakukan melalui interview pada senior fasilitator, auditor independen maupun coordinator, sekretaris BKM dan unit pengelola pada 9 Kelurahan di Kecamatan Coblong dan Cidadak untuk menganalisis efektivitas pelaksanaan PNPM-MP melalui audit independen dan berbasis pola pembinaan.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui metode :

1. Observasi
Pengamatan langsung akan dilakukan pada obyek penelitian yaitu kelurahan-kelurahan yang dijadikan lokasi penelitian maupun subyek penelitian yaitu para senior fasilitator sebagai pendamping kegiatan PNPM-MP maupun para BKM yaitu koordinator, sekretaris dan unit pengelola sebagai pengelola dana PNPM-MP.
2. Interview
Depth interview atau wawancara mendalam dengan didasarkan pada pedoman wawancara yang telah dibuat sesuai dengan kajian penelitian akan dilakukan kepada subyek penelitian.
3. Dokumentasi
Ini dilakukan dengan mengambil dokumen-dokumen yang dimiliki oleh pelaku PNPM-MP di 2 kecamatan yang menjadi lokasi penelitian.

Teknik Analisis Data

Data pada penelitian akan dianalisis secara kualitatif berupa narasi atas hasil penelitian.

1. Dianalisis data tentang respon BKM terhadap keberadaan auditor independen dan penerapan audit independen yang berbasis pada pola pembinaan terhadap perbaikan akuntabilitas kinerja BKM di Kota Bandung.
2. Dianalisis data tentang pelaksanaan audit independen yang berbasis pola pembinaan pada BKM dalam mengefektifkan PNPM MP di Kota Bandung.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Audit Independen di BKM - PNPM Mandiri Perkotaan

BKM selaku Badan Keswadayaan Kelurahan yang dibentuk oleh Masyarakat memiliki tanggung jawab kunci meliputi, menjamin aset organisasi selalu digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, menjamin catatan administrasi dan pembukuan dilakukan dengan baik dan benar. Laporan yang disusun sesuai dengan ketentuan yang berlaku, menjamin Sistem dan Prosedur keuangan yang ada dalam organisasi selalu ditaati, dan bila ada ketidak sesuaian akan dilaporkan secara transparan.

BKM memiliki kewajiban untuk melaksanakan audit terhadap setiap pengelolaan keuangannya, sebagai bentuk pelaksanaan pembelajaran Transparansi dan Akuntabilitas, sebagai pilar ke Empat, dalam konsep transformasi social masyarakat menuju Masyarakat Madani, Laporan Hasil Audit (LHA) oleh Auditor Independen yang harus dipublikasikan oleh BKM sebagai bagian dari proses transparansi dan akuntabilitas. Publikasi atas LHA dapat dilakukan di Media Massa, didokumentasikan pada Laporan Tahunan BKM, serta minimal ditempel di 5 titik strategis. BKM dalam melaksanakan Audit Independen, harus sudah direncanakan sehingga pembiayaannya telah dianggarkan dalam BOP BKM. Untuk itu perlu adanya audit Independen yang diajukan oleh BKM melalui FKA Kota kepada Kantor Akuntan Publik.

Oleh karena itu dalam proses manajemen organisasi masyarakat harus menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas, sehingga masyarakat belajar dan “Melembagakan” sikap bertanggung jawab serta tanggung gugat terhadap pilihan keputusan dan kegiatan yang dilaksanakannya. Dalam proses pengambilan keputusan yang langsung menyangkut kehidupan dan penghidupan masyarakat agar dilakukan sedekat mungkin dengan pemanfaat pada masyarakat sendiri, sehingga keputusan yang dibuat benar-benar bermanfaat bagi masyarakat banyak. Yang dapat bernilai sesuai dengan pasal 4 tentang nilai BKM yang berbunyi sebagai berikut :

1. Dapat dipercaya atau amanah
Dalam melaksanakan kegiatan harus benar-benar dapat menjaga kepercayaan yang diberikan masyarakat
2. Ikhlas atau kerelawanan
Dalam melaksanakan kegiatan benar-benar berlandaskan niat ikhlas untuk turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat miskin yang ada di wilayahnya, dan tidak mengharapkan imbalan materi, jasa, maupun mengutamakan kepentingan pribadi serta golongan atau kelompoknya
3. Kejujuran
Dalam proses pengambilan keputusan, pengelolaan dana serta pelaksanaan kegiatan harus dilakukan dengan jujur, sehingga tidak dibenarkan adanya upaya-upaya untuk merekayasa,

- memanipulasi maupun menutup-nutupi sesuatu yang dapat merugikan masyarakat miskin serta menyimpang dari visi, misi dan tujuan peguyuban
4. Keadilan
Dalam menetapkan kebijakan dan melaksanakan kegiatan harus menekankan azas keadilan , kebutuhan nyata dan kepentingan masyarakat miskin
 5. Kesetaraan
Dalam pelibatan masyarakat pada pelaksanaan dan pemanfaatan dana yang dimiliki paguyuban, tidak membedakan latar belakang, asal-usul, agama, status, jenis kelamin dan lain-lainnya
 6. Kebersamaan dalam keragaman
Dalam melaksanakan kegiatan penanggulangan kemiskinan perlu dioptimalkan gerakan masyarakat, sehingga kemiskinan benar-benar menjadi urusan semua masyarakat dari berbagai latar belakang suku, agama, mata pencaharian, budaya, pendidikan dan sebagainya, bukan hanya menjadi urusan dari masyarakat miskin atau sekelompok elit saja.

Penerapan Audit Independen berbasis pola pembinaan pada BKM

Auditor diharapkan memberikan keyakinan secara independen atas akuntabilitas penggunaan dana oleh BKM/LKM beserta Unit Pengelola dan pihak pelaksana kegiatan, termasuk kepatuhan terhadap peraturan PNPM yang berlaku, anggaran dasar BKM/LKM, pengendalian internal, dan mendeteksi adanya kecurangan dan korupsi. Anggota BKM mengharapkan bahwa pelaksanaan audit oleh auditor sebagai pembinaan untuk penyusunan laporan keuangan BKM lebih baik dan tidak mencari kesalahan pada BKM.

Memberikan keyakinan bahwa organisasi telah digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dana BLM telah dicairkan sesuai dengan peruntukannya yang telah disepakati dalam Surat Perjanjian Pemberian Dana (SPPB). Memberikan keyakinan bahwa pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan telah dilakukan dengan benar sesuai dengan Sistem dan Prosedur keuangan yang telah ditetapkan oleh program. Audit mencakup juga kepatuhan kepada kebijakan dan prosedur penggunaan dana, serta pembukuan yang dibuat untuk menjamin akuntabilitas dari laporan keuangan yang disajikan.

Dengan harapan pelaku agar auditor dapat memberikan pembinaan terhadap Efektifitas pengendalian intern BKM/LKM (Sekretariat) dan UPK atas pengelolaan keuangan dan penggunaan dana. Pengukuran Sistem Pengendalian Internal Sekretariat dan UPK dapat menggunakan, Format Pengukuran Kinerja Sekretariat dan UPK Kepatuhan terhadap 1). Pedoman operasional (PNPM-Perkotaan), peraturan, kebijakan program, 2). Anggaran Dasar BKM, dan Keputusan Rapat Anggota BKM, yang terekam dalam Notulen Rapat. Ketaatan atas aturan secara langsung terekam dalam transaksi dan material berdampak pada keuangan dalam laporan keuangan BKM/LKM dan UPK. Penilaian atas laporan keuangan Sekretariat BKM/LKM dan UPK.

Program audit harus meliputi prosedur yang didesain untuk memberikan keyakinan yang memadai terhadap kelayakan kesalahan penyajian yang material. Auditor harus memenuhi standar pemeriksaan auditor yang berlaku di Indonesia. Cakupan audit termasuk mempertimbangkan risiko material kesalahan penyajian laporan keuangan. Pelaksanaan audit mencakup, Seluruh sumber dana yang diterima dana oleh BKM/LKM dan pihak terkait serta pemanfaatannya oleh BKM/LKM dan semua pihak pelaksana kegiatan. Audit dilakukan untuk satu tahun buku (Januari-Desember). Setiap penyimpangan material atas pelaporan keuangan

BKM/LKM dan pihak terkait beserta dampaknya akan disajikan dalam laporan audit. Penilaian terhadap laporan keuangan sekretariat BKM/LKM yaitu laporan arus kas (cash flow) dan penilaian terhadap laporan keuangan UPK yaitu Neraca dan Laba Rugi. Penilaian atas efektifitas pengendalian internal yang berdampak pada laporan keuangan. Kepatuhan terhadap peraturan dan ketentuan pencairan dan pemanfaatan dana. Verifikasi mencakup, Penggunaan dana yang diperoleh BKM/LKM dan pihak terkait yang melaksanakan kegiatan sesuai dengan peruntukannya yang telah disepakati dalam Surat Perjanjian Pemberian Dana (SPPB). Seluruh pengeluaran harus didukung dengan dokumen-dokumen yang sah. Penyimpanan semua dokumen pendukung, catatan, dan buku-buku disimpan dengan layak sebagai bagian dari kepatuhan.

Kesesuaian pengeluaran BKM/LKM dengan rekening bank BKM/LKM dan kesesuaian penerimaan dan pengeluaran UPK dengan rekening bank terhadap KSM dan pemanfaat kegiatan. Uji Petik/Sampel ke KSM merujuk kepada semua jenis KSM. KSM yang KSM Ekonomi, KSM Infrastruktur dan KSM sosial. Uji petik ini meliputi konfirmasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh KSM termasuk verifikasi atas keberadaan KSM pelaksana kegiatan, nilai kegiatan yang dibiayai, ketepatan sasaran dan lokasi kegiatan (cek fisik lapangan) dan pemanfaatan.

Pola pembinaan Auditor Independen ini berdampak pada pengefektifan program yang akan berdampak pada Program PNPM -MP yang dilaksanakan di Kota Bandung.

KESIMPULAN

1. Analisis laba kotor digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen yaitu untuk mengetahui perubahan yang terjadi, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan)
2. Pengukuran anggaran dengan menganalisis laba kotor yang digunakan oleh manajemen yaitu untuk mengetahui penyimpangan antara anggaran yang ditetapkan dengan realisasi yang terjadi.
3. Manfaat analisis laba yaitu untuk memberikan petunjuk kepada manajemen tentang elemen-elemen yang menyimpang, berapa jumlah penyimpangannya dan bagaimana pengaruhnya terhadap laba yang dicapai dan memberikan petunjuk untuk menyusun anggaran periode berikutnya.
4. Proses sistem pengendalian manajemen yang seharusnya digunakan oleh manajemen yaitu penyusunan program, penyusunan anggaran, pengukuran serta pelaporan dan analisis.
5. Analisis laba kotor yang dilakukan untuk tujuan evaluasi penjualan produk yaitu dengan menghitung analisis laba kotor, selisih penjualan, selisih harga jual, selisih volume penjualan, selisih harga pokok penjualan, selisih volume bersih, selisih komposisi penjualan dan selisih volume penjualan final.
6. Analisis laba kotor telah digunakan dalam Kopthindo untuk mengevaluasi penjualan produknya yang didukung oleh penghitungan selisih laba kotor yang menguntungkan, selisih penjualan yang merugikan, selisih harga jual yang merugikan, selisih volume penjualan yang merugikan, selisih harga pokok penjualan yang menguntungkan, selisih harga HPP yang menguntungkan, selisih volume harga pokok penjualan yang menguntungkan, selisih volume bersih yang merugikan, selisih komposisi penjualan yang merugikan dan selisih

volume penjualan final yang menguntungkan, sehingga analisis laba kotor dapat dijadikan alat bantu bagi manajemen dalam mengevaluasi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony-Dearden, 1990. Sistem pengendalian manajemen Penerbit: Erlangga Jakarta
- Hasan Fauzi, Drs, M.B.A, Ak, 1994. Sistem pengendalian manajemen Penerbit BPFE Yogyakarta
- J.B Heckert, 1995. Contollership : tugas akuntan manajemen Penerbit Erlangga Jakarta
- Malayu S.P Hasibuan, Drs,1990. Manajemen dasar : pengertian dan masalah. Penerbit CV Haji Masagung Jakarta.
- Munawir S, Drs,Ak, 1995. Analisa laporan keuangan. Penerbit Liberty Yogyakarta
- Matz-Usry, 1992. Akuntansi biaya : perencanaan dan pengendalian. Penerbit Erlangga Jakarta
- Supriyono R.A, S U,Drs, Akt, 1993. Akuntansi biaya : perencanaan dan pengendalian Biaya serta pembuatan keputusan. Penerbit BPFE Yogyakarta
- Surachman Sumawihardja, H, Drs. 1991. Intisari manajemen pemasaran Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung.