

Efisiensi Anggaran Operasional Sebagai Alat Perencanaan Pemasaran Produk Pada CV. AMDK BARIKLANA Al-Amien Prenduan

Kamalina Zulfa Safiuddin

kamalina467@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IDIA Al-Amien Prenduan

ABSTRACT

The operational budget is the most important thing in improving a product. The company can get input in improving the operational budget to increase sales at CV. AMDK Barikna Al-Amien Prenduan and loyalty to a product. This research aims to analyze various factors in operational budgeting. This research will analyze operational budget planning factors and the role of operational budgets as a planning tool for bottled drinking water at CV. AMDK Barikna Al-Amien. This type of research is descriptive qualitative research, namely research that aims to understand a phenomenon experienced by research subjects. Data collection methods are interviews, observation and documentation. Interviews were conducted with AMDK Barikna Al-Amien staff. The research results show the factors that influence operational budget planning at CV. BARIKLANA is last year's profit and loss, company policies regarding marketing, service costs and marketing channels, the condition of competitors, the condition of the market environment, the economic condition of the market community. The role of the operational budget is expected to be controlled so that it can increase sales turnover based on planning and regular monitoring in line with the company's activities, where a profit and loss report is made every year and work evaluations are carried out every month.

Keywords: *Operational Budget, Marketing Planning, AMDK.*

PENDAHULUAN

Al-Amien Prenduan adalah lembaga yang berbentuk dan berjiwa pesantren yang bergerak dalam lapangan pendidikan, dakwah, dan kaderisasi, dengan mengembangkan sistem-sistem yang inovatif, tapi tetap berakar pada budaya as-salaf as-sholeh. Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan adalah lembaga yang independen dan netral. Tidak berafiliasi kepada salah satu golongan atau partai politik apapun. Seluruh aset dan kekayaan pondok Pesantren Al-amen Prenduan telah diwakafkan kepada umat islam dan dikelola secara kolektif oleh sebuah badan wakaf yang disebut “*Majelis kyai*” atau “*Dewan riasah*”. Majelis kyai mendirikan sebuah yayasan yang memiliki badan hukum dan telah terdaftar secara resmi pada pada kantor pengadilan negeri sumenep. Dengan ini visi dari pondok semata-mata untuk ibadah kepada Allah SWT dengan Mengimplentasikan fungsi khalifah Allah di muka bumi (tercer min dalam sikap proaktif, inovatif, dan kreatif), yang kemudian akan melahirkan individu-individu yang unggul dan

berkualitas dan kader-kader ulama dan pemimpin umat (mundzirul qoum) yang mutafaqqih Fiddien. Untuk menjalankan Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan, telah disusun empat program utama yang dikenal dengan “*al-khutuwat al-asasiyah al-arba*” atau “catur jangka”, yaitu, Bidang Pendidikan, Bidang Dakwah, Bidang Kaderesasi, dan Bidang Ekonomi dan sarana.

Untuk meningkatkan usaha perekonomian di pondok pesantren, dibutuhkan adanya unit usaha sebagai fondasi kehidupan di pesantren. Pesantren Al Amien Prenduan Sumenep mempunyai berbagai macam usaha bisnis. Diantaranya bakery Bariklana, Kopi Bariklana, percetakan pabrik tahu tempe, Unit Kesejahteraan Keluarga (UKK), toko bangunan, TMI bookstore, toserba, dan beberapa kantin di bawah naungan yayasan pesantren. Dan Salah satu usaha produk pesantren yang dikenal di masyarakat ialah bisnis air minum dalam kemasan (AMDK). AMDK Bariklana mulai menyadari bahwa supaya dapat sukses ataupun sekedar bertahan dalam persaingan yang ketat dalam industri air minum dalam kemasan, selain dalam membangun produk yang berkualitas, Berdasarkan hal tersebut Mata air alami sangatlah memungkinkan untuk dapat dimanfaatkan sebagai sumber air bersih pedesaan jika memenuhi persyaratan kuantitas (potensi debit) dan kualitas berdasarkan Keputusan Menkes No. 416. Tahun 1990 jika air tersebut digunakan untuk air bersih (BPP Kimpraswil, 2002). Kualitas dari air tersebut ditentukan berdasarkan kualitas fisik (kekeruhan, warna, rasa, bau, dan suhu) maupun kualitas kimianya (kandungan kimia organik dan anorganik). Parameter standarisasi kualitas air ini untuk air minum dan air bersih, harus sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 416/MENKES/PER/IX/1990. Adapun untuk kuantitas air ditentukan berdasarkan kecukupan potensi debit minimum terhadap rencana kebutuhan air bagi santri dan masyarakat. (Batmanghelidj, 2007).

Membangun sebuah pelanggan (*Customer*) merupakan suatu hal yang penting dalam meraih suksesnya dalam pemasaran. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggannya dan juga perusahaan mampu memaksimalkan anggaran operasional dalam meningkatkan penjualannya. (Wardi, 2017).

Penyusunan anggaran merupakan suatu kegiatan yang penting dalam perusahaan. Anggaran dapat dijadikan pedoman untuk melakukan aktivitas perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan. Anggaran merupakan alat yang efektif bagi perusahaan untuk melakukan perencanaan dan pengendalian atas aktivitas perusahaan. Dengan perencanaan

yang baik, perusahaan dapat mengantisipasi kemungkinan akan timbulnya masalah yang dapat mengakibatkan penggunaan sumber daya kurang efektif dan efisien yang akhirnya dapat berujung pada kerugian perusahaan. Suatu perencanaan harus diikuti dengan pengendalian untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Anggaran operasional merupakan fase awal dari keseluruhan anggaran yang akan disusun oleh suatu perusahaan. Anggaran operasional mencakup aktivitas utama perusahaan pada suatu periode tertentu. Aktivitas utama perusahaan merupakan suatu kegiatan operasional yang harus dijalankan dengan sebaik mungkin oleh perusahaan karena merupakan pilar utama dari keberhasilan sebuah bisnis. Perencanaan dan pengendalian atas aktivitas operasional perusahaan sangatlah dibutuhkan. Perencanaan dan pengendalian yang baik tersebut dapat ditempuh melalui sebuah langkah awal, yaitu dengan melakukan penyusunan anggaran operasional. (Angelia & Rusiti, 2011) Penelitian ini bertujuan dapat menganalisis beragam faktor antara lain penganggaran operasional. Terlebih dahulu, penelitian ini akan menganalisis factor-faktor perencanaan anggaran operasional, serta peran efisiensi anggaran operasional dalam perencanaan pemasaran produk Air Minum Dalam Kemasan pada CV. Bariklana Al-Amien.

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa kebijakan untuk perbaikan tata kelola dalam anggaran operasional untuk peningkatan penjualan suatu produk khususnya untuk CV. Bariklana dilihat dari sisi penganggarnya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik menjadikan AMDK Bariklana sebagai studi kasus dan melakukan penelitian dengan judul **“Efisiensi Anggaran Operasional Sebagai Alat Perencanaan Pemasaran Produk Pada CV. AMDK BARIKLANA Al-amien Prenduan”**.

KAJIAN TEORI

Anggaran Operasional

Pengertian Anggaran

Dalam pengelolaan perusahaan, terlebih dahulu manajemen menetapkan tujuan dan sasaran, dan kemudian membuat rencana kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Kemudian disusun dan dievaluasi melalui proses penyusunan anggaran.

Dalam (KBBI, 2013) anggaran adalah perkiraan, perhitungan, aturan, taksiran atas penerimaan dan pengeluaran kas yang diharapkan untuk periode yang akan datang, rencana penjatahan sumber daya yang dinyatakan dengan angka biasanya dalam satuan uang. Sedangkan Menurut (Nafarin, 2008) anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kualitatif dan umumnya dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa.

Ciri-ciri Anggaran

Ciri-ciri anggaran menurut Rudianto (dalam astrid 2010) adalah sebagai berikut:

1. Dinyatakan dalam satuan moneter.
2. Umumnya mencakup kurun waktu satu tahun.
3. Mendukung komitmen manajemen.
4. Usulan anggaran disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pelaksana anggaran.
5. Anggaran boleh diubah jika situasi internal dan eksternal organisasi memaksa untuk mengubah anggaran tersebut.

Anggaran operasional adalah anggaran untuk menyusun anggaran laporan laba rugi. Menurut Munandar (2013:21) Anggaran operasional ialah Anggaran yang memuat taksiran-taksiran yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan selama jangka waktu tertentu yang akan datang. Sedangkan menurut (Sari & Afrizoni, 2020) Anggaran operasional merupakan seluruh kegiatan-kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Adapun Anggaran operasional antara lain:

1. Anggaran penjualan

Anggaran jualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu. Jualan merupakan unsur pendapatan (revenues) yang disebut pendapatan jualan (sales revenues). Jualan terdiri atas jualan kotor dan jualan bersih. Jualan bersih diperoleh setelah dikurangi dengan potongan dan retur jualan.

2. Anggaran Produksi

Anggaran produksi dapat disusun setelah mengetahui berapa besar rencana penjualan untuk masing-masing produk. Rencana penjualan ini dapat dilihat dalam anggaran penjualan. Berdasarkan rencana penjualan yang telah tersusun tersebut serta dengan mempertimbangkan perubahan persediaan produk akhir yang ada, maka anggaran

produksi akan dapat disusun. Di dalam menyusun anggaran produksi bulanan, maka akan dikenal penerapan dari pola produksi yang ada di dalam perusahaan.

3. Anggaran bahan baku

Bahan baku merupakan bahan langsung (direct material), yaitu bahan yang membentuk suatu kesatuan yang tak terpisahkan dari produk jadi. Bahan baku dipakai dianggarkan dalam satuan (unit) uang disebut anggaran biaya bahan baku (BBB).

4. Anggaran tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga manusia yang bekerja langsung mengolah produk untuk perusahaan yang memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Bariklana. Yang disebut tenaga kerja langsung seperti:

Adapun tenaga kerja tak langsung adalah tenaga kerja manusia yang ikut membantu menyelesaikan produk, Seperti: manajer perusahaan, Mandor dan lain sebagainya.

Anggaran biaya tenaga kerja langsung meliputi taksiran keperluan tenaga kerja yang diperlukan untuk memproduksi jenis dan kuantitas produk yang direncanakan dalam anggaran produk. Anggaran biaya tenaga kerja langsung merupakan salah satu unsur dari harga pokok produk.

5. Anggaran Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik merupakan komponen ketiga di dalam penyusunan perhitungan besarnya harga pokok produksi. Biaya overhead pabrik terdiri dari seluruh biaya yang terjadi di dalam pabrik kecuali biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Perencanaan Pemasaran

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses manajerial dimana seseorang baik individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan mempertukarkan suatu produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen hingga konsumen.

Menurut (Kotler Amstrong, 2016), Pemasaran adalah proses manajerial yang didalamnya, individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk-produk dan nilai satu

sama lain. Sedangkan Menurut William J. Stanton Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Peranan Pemasaran

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan sebuah produk atau jasa pada konsumen saja, melainkan dapat mengetahui bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. (Agustina, 2011).

AMDK (Air Minum Dalam Kemasan)

Pesantren Al-Amien Prenduan Sumenep memiliki beberapa unit Usaha diantaranya adalah Bakery Bariklana, Kopi Bariklana, Pabrik tahu tempe, Toko Bangunan, Unit Kesejahteraan Keluarga (UKK), dan juga air minum dalam kemasan (AMDK) Bariklana. (Afandi, 2021) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Bariklana diresmikan pada tanggal 1 Juli 2019. Awal mulanya AMDK Bariklana diberi nama AMDK Lana yang memiliki arti “milik kita” dengan harapan dapat menjadi energy baru dalam peningkatan ekonomi pesantren. (Dokumentasi, 2016).

Pada tanggal 13 juli 2015, AMDK Bariklana secara resmi mendapatkan sertifikat produk tanda SNI dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia melalui Balai Riset dan Standart Industri Surabaya. (Observasi, Kopontren Al-Amien Prenduan Sumenep, komunikasi pribadi, 2021) Air adalah kebutuhan dasar dan sumber dari kehidupan itu sendiri. Air yang berkualitas dan higienis adalah air yang cocok untuk dikonsumsi bagi kesehatan tubuh. Syarat-syarat air minum adalah tidak berbau, berasa, berwarna, tidak mengandung logam berat dan tidak mengandung mikroorganisme yang berbahaya.

Air minum melalui proses yang memenuhi syarat kesehatan dan bisa diminum secara langsung. Air dari sumber alam bisa dikonsumsi secara langsung namun ada resiko bahwa air tersebut dicemari oleh bakteri atau zat yang berbahaya. Bakteri dalam air bisa mati jika air dimasak hingga 100 derajat celcius namun zat berbahaya yang lain seperti

logam tidak bisa dihilangkan dengan cara ini. Banyaknya pencemaran air semakin memperburuk kualitas air minum masyarakat saat ini. Kelebihan air isi ulang dalam kemasan harganya relative murah dan ekonomis, mudah untuk mendapatkan walaupun tidak semua kualitas air isi ulang sudah memenuhi standar kementerian kesehatan.

5 Manfaat Minum Air Putih Yang Cukup Bagi Kesehatan Tubuh:

1. Memperlancar saluran pencernaan
2. Mempercepat proses penyembuhan ketika sakit
3. Meningkatkan system kekebalan tubuh
4. Mempercepat proses metabolisme
5. Menjaga kesehatan ibu hamil.

AMDK Kopontren Al Amien Prenduan adalah suatu perusahaan yang memproduksi air mineral dengan merk "BARIKLANA" merupakan air minum yang terbuat dari kemurnian bahan yang alami. AMDK Bariklana diambil langsung dari mata air yang bersih, jernih, segar serta kandungan mineral yang stabil. AMDK Bariklana diproses melalui mesin pengisian otomatis dan juga dalam pengawasan quality control yang ketat, serta ditunjang dengan beberapa tenaga ahli yang berpengalaman dibidang AMDK sehingga menghasilkan air mineral yang bermutu dan higienis. Produk yang dapat menjadi unggulan pesantren sudah diproduksi sejak tahun 2019. Dalam satu hari, pesantren mampu mencapai omzet sebesar 25 juta/hari. Hasil produksi untuk operasional pendidikan pesantren dan juga bagi para alumni santri pun juga turut ikut serta dalam mempromosikan produk AMDK pesantren. Dapat diketahui bahwa peran alumni santri sangat besar dalam pertumbuhan bisnis pesantren. Tak hanya pesantren ini juga memiliki nama organisasi yang diberi nama IKBAL (Ikatan Keluarga Besar Al Amien Prenduan) dimana ia juga memiliki peranan penting dalam mempromosikan produk-produk pesantren samapi nantinya akan menasional.

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam memaksimalkan sebuah anggaran operasional adalah hal terpenting dalam peningkatan suatu produk. Pihak perusahaan dapat memperoleh masukan dalam memperbaiki anggaran operasional untuk meningkatkan penjualan pada CV. AMDK Bariklana Al-Amien Prenduan dan loyalitas terhadap suatu produknya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena yang mendapatkan hasil akhir berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas. Jenis data dalam penelitian ini penulisan menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu mengadakan studi kepustakaan dan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian atau dilakukan dengan menggunakan data dari biro pusat statistic.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Studi lapangan (*field research*) adalah pengumpulan data dengan cara melakukan observasi langsung keperusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data serta informasi, adapun cara-cara yang dilakukan yaitu: Observasi, Dokumentasi dan Studi kepustakaan (*library research*) dengan maksud untuk menggali teori-teori yang berhubungan dengan penulisan laporan penelitian sebagai data sekunder dengan membaca dan mempelajari buku-buku atau laporan yang mampu membantu kelancaran mahasiswa dalam menyusun laporan penelitian.

Tempat penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentu tempat terjadinya penelitian ini dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas tempat yang menjadi suatu objek sasaran dalam penelitian yaitu di Kopontren Air Minum Dalam Kemasan CV. Bariklana Prenduan sebagai lokasi penelitian yaitu merupakan salah satu kopontren dari lembaga Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan CV. AMDK BARIKLANA Al-amien Prenduan didirikan karena adanya tuntutan dan kebutuhan Air minum bersih untuk para santri. Yang didirikan sejak tahun 2008 dengan nama Bio "LANA" yang masih belum terdaftar secara resmi, kemudian di tahun 2014 diganti dengan Nama "BARIKLANA" yang sampai saat ini berkembang pesat.

Diawal adanya pemaparan Covid 19 Pemasaran AMDK BARIKLANA tidak begitu berdampak, karena hasil penjualan tidak menurun drastis. Dan hanya menurun

berkisar 25% dari sebelum adanya Covid-19. Namun, pada saat ini dengan diberlakukannya vaksinasi, sedikit berdampak dalam pemasaran AMDK BARIKLANA karena para karyawan tidak mempunyai sertifikat Vaksin.

Strategi pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Dan sangat penting untuk dapat dirancang dari awal ketika ingin membangun sebuah bisnis. Adapun Strategi pemasaran produk yang didapat dari AMDK BARIKLANA adalah:

1. Memanfaatkan semua alumni agar bisa diajak kerja sama untuk memasarkan bariklana supaya bisa terus berkembang dengan mengutamakan alumni alumni al amein.
2. Bisa bersaing dengan produk lain dengan cara menjual dengan harga murah dan produk pastinya terjamin kualitas dan kuantitasnya
3. Membeli sambil beramal dan dapat barokah pondok itu jga termasuk strategi bariklana biar pemasaran produk kita tetap di percaya oleh pelanggan pelanggan bariklana.(Nanang, komunikasi pribadi, 23 September 2021)

Berikut ini Laporan perolehan laba rugi usaha AMDK BARIKLANA selama 3 bulan di tahun 2021 ini

**LAPORAN PEROLEHAN LABA RUGI USAHA AMADK BARIKLANA
BULAN JUNI-AGUSTUS 2021**

Bulan	Uraian	Perolehan
Juni	Penjualan Secara Tunai	Rp. 322, 202, 000
	Penjualan Secara Kredit	Rp. 402, 136, 100
	Pendapatan Usaha	Rp. 724, 338, 100
	Harga Pokok Produksi	Rp. 3, 203, 000
	Bahan Penolong	Rp. 3, 272, 000
	Total Biaya-Biaya	Rp. 47, 293, 300
	Jumlah	Rp. 778, 106, 400

Bulan	Uraian	Perolehan
Juli	Penjualan Secara Tunai	Rp. 407, 210, 300
	Penjualan Secara Kredit	Rp. 366, 414, 800
	Pendapatan Usaha	Rp. 773, 625, 100
	Harga Pokok Produksi	Rp. 567, 643, 738
	Bahan Penolong	Rp. 3, 272, 362

	Total Biaya-Biaya	Rp. 95, 596, 582
	Jumlah	Rp. 2, 210, 490, 520

Bulan	Uraian	Perolehan
Agustus	Penjualan Secara Tunai	Rp. 3, 204, 000
	Penjualan Secara Kredit	Rp. 95, 210, 000
	Pendapatan Usaha	Rp. 98, 414, 000
	Harga Pokok Produksi	Rp. 274, 360, 000
	Bahan Penolong	Rp. 1, 226, 500
	Total Biaya-Biaya	32, 67.000
	Jumlah	Rp. 377, 267, 500

*Sumber: (Laporan Keuangan AMDK BARIKLANA Al-Amien Prenduan, Juni-Agustus, 2021)

Pada tabel diatas, dapat diketahui perbandingan perolehan laba rugi usaha AMDK BARIKLANA dari bulan Juni-Agustus tahun 2021. Perolehan laba rugi untuk bulan juni sebesar Rp. **778, 106, 400**. Sedangkan pada bulan Juli Perolehan laba rugi sebesar **Rp. 2, 210, 490, 520**, hal ini menunjukkan adanya peningkatan dari bulan sebelumnya. Akan tetapi di bulan Agustus Perolehan laba rugi sebesar **Rp. 377, 267, 500**, hal ini menunjukkan adanya penurunan terhadap laba pada bulan Agustus. Karena adanya pelaksanaan Vaksinasi Covid -19 dan para karyawan tidak mempunyai sertifikat vaksin. maka hal ini berdampak untuk pemasaran AMDK BARIKLANA pada bulan ini, sehingga mengalami kemerosotan pada pemasaran.

Faktor-Faktor Perencanaan Anggaran Operasional

Untuk bisa melakukan penaksiran secara akurat, diperlukan berbagai data, informasi dan pengalaman, yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam menyusun anggaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan anggaran operasional di CV. BARIKLANA terdapat dua faktor, yaitu :

1. Faktor intern

Faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat didalam perusahaan sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa: pengalaman tahun sebelumnya seperti laba-rugi tahun lalu, kebijakan-kebijakan perusahaan seputar marketing, biaya

jasa, dan saluran pemasaran, keadaan pesaing, keadaan pasar lingkungan masyarakat, keadaan perekonomian masyarakat pasar.

2. Faktor ekstern

Faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdaftar di luar perusahaan, tetapi dirasa mempunyai pengaruh terhadap kehidupan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa: Keadaan persaingan, Tingkat pertumbuhan penduduk, Tingkat penghasilan masyarakat, Tingkat pendidikan masyarakat, Berbagai kebijaksanaan pemerintah, baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan. Keadaan perekonomian, dan Kemajuan teknologi.

Anggaran merupakan rencana yang dituangkan dalam angka yang dicapai perusahaan dimasa yang akan datang. Anggaran dibuat dan disusun secara langsung oleh perusahaan. Peranan anggaran biaya operasional dalam meningkatkan omset penjualan dengan adanya anggaran sangat diharapkan terkontrolnya biaya operasional dalam perusahaan, dan sebagai langkah awal pengawasan operasional pada CV. BARIKLANA anggaran dirinci lebih dalam sub bagian departemen dengan tujuan dapat dilaksanakan dengan cermat dan pengawasan dilakukan secara berkala sejalan dengan bejalannya aktivitas perusahaan yang mana tiap bulannya dibuat laporan laba rugi dan evaluasi kerja dilakukan tiap bulan/ laporan bulanan. (Kusnadi, 2021)

Peran Efisiensi Anggaran Operasional Dalam Perencanaan Pemasaran

Efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari besarnya sumber daya yang dikorbankan untuk memperoleh hasil tertentu. Perusahaan yang besar dengan jenis kegiatanyang beragam memiliki laba yang di hasilkan perusahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan efisiensi biaya dalam perusahaan untuk menekan pengeluaran – pengeluaran yang tidak perlu, agar tidak terjadi pemborosan biaya. (Wahyuni, 2019)

Efisiensi adalah Penggunaan sumber daya (anggaran) secara tepat guna mencapai hasil yang maksimum. Efisiensi menganggap bahwa tujuan-tujuan yang benar telah ditetapkan dan berusaha untuk mencari cara-cara yang paling baik untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Efisiensi juga dapat diartikan sebagai suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan atau penggunaan yang sebenarnya. Penggunaan Anggaran Operasional dikatakan efisien apabila realisasi penggunaan sumber daya berada dibawah anggaran yang telah ditetapkan tanpa

mengurangi efektifitas dari penggunaan biaya tersebut. Artinya sumber daya atau anggaran biaya operasional harus digunakan secara tepat dengan memberikan prioritas terhadap kegiatan-kegiatan yang berdampak langsung terhadap kegiatan utama perusahaan. Efisiensi penggunaan biaya operasional perusahaan menjadi faktor penentu dalam mencapai perencanaan pemasaran. Semakin efisien penggunaan sumber daya maka efektifitas semakin tinggi. Hal tersebut terjadi karena semakin efisien penggunaan anggaran berarti penggunaan sumber daya perusahaan juga semakin kecil sehingga pencapaian target laba perusahaan semakin besar.

Menurut Gibson et.al dalam Bungkaes, (2013) pengukuran efisiensi dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara output yang dihasilkan terhadap input yang digunakan (cost of output). Proses kegiatan operasional dapat dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan yang serendah-rendahnya (spending well).

Perencanaan pemasaran merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap perusahaan yang menjual barang atau jasa agar dapat mencapai suatu target penjualan yang diinginkan. Perencanaan pemasaran yang baik adalah perencanaan yang sesuai dengan keadaan lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal dan rencana tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien dikarenakan sumber daya dari perusahaan terbatas.

Beberapa hal yang dapat dilakukan agar penggunaan anggaran biaya operasional lebih efisien antara lain:

1. Perencanaan anggaran secara tepat

Artinya dalam penyusunan anggaran biaya operasional ketepatan atas asumsi-asumsi perkembangan ekonomi dimasa depan sangat mempengaruhi realisasi anggaran

2. Pelaksanaan anggaran sesuai dengan peraturan perusahaan

Pengawasan atas pelaksanaan anggaran sehingga tidak terjadi penyimpangan penggunaan anggaran

3. Penilaian serta evaluasi atas pelaksanaan anggaran

sehingga pospos yang penggunaannya tidak tepat dapat ditindak lanjuti. Tindak lanjut tersebut dapat berupa penghapusan anggaran atas pos biaya yang tidak berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan seperti penghapusan biaya pemupukan untuk tanaman yang tidak produktif lagi, pengurangan kegiatan

operasional seperti pengurangan intensitas perjalanan dinas yang tidak dibutuhkan.

Apabila hal-hal tersebut dapat terlaksana dengan baik, efisiensi penggunaan anggaran biaya operasional akan bisa dicapai. Dengan efisiensi biaya yang sudah tercapai maka peluang perusahaan dalam mencapai target laba akan semakin efektif. Efektivitas dan efisiensi penggunaan anggaran yang baik akan menjamin keberlangsungan operasional perusahaan pada masa yang akan datang. (Manurung, 2017.)

Efisiensi Anggaran operasional sangat berperan dalam perencanaan pemasaran, karena di CV. AMDK Bariklana Al-Amien Prenduan dalam penyusunan anggaran operasional perusahaan AMDK BARIKLANA kegiatan pertama yang dilakukan adalah membuat Anggaran Penjualan. Anggaran Penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan. (Herlianto, 2011)

KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan bahwa Anggaran operasional (operating budget) merupakan deskripsi rinci pendapatan dan biaya yang dibutuhkan untuk mencapai hasil laba yang memuaskan. Operating budget berisi tentang rencana kegiatan-kegiatan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang, baik kegiatan yang berhubungan dengan sektor penghasilan maupun kegiatan yang berhubungan dengan sektor biaya. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perencanaan anggaran operasional pada CV. AMDK BARIKLANA yaitu: Faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat didalam perusahaan sendiri, Faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdaftar di luar perusahaan,

Adapun Efisiensi Anggaran operasional sangat berperan dalam perencanaan pemasaran, karena di CV. AMDK Bariklana Al-Amien Prenduan dalam penyusunan anggaran operasional perusahaan AMDK BARIKLANA kegiatan pertama yang dilakukan adalah membuat Anggaran Penjualan. Anggaran Penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi. (2021). *Bisnis Air Minum dalam kemasan AMDK Al-Amien Prenduan Sumenep*. <https://opop.jatimprov.go.id/detail/487/bisnis-air-minum-dalam-kemasan-amdk-al-amien-prenduan-sumenep>.

Amstrong, kotler. (2016). *Dasar dasar pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Angelia, V., & Rusiti, C. (2014). *Penyusunan Anggaran Operasional Sebagai Alat Perencanaan Dan Pengendalian Pada Home Industry "Jogjacart."* 15.
- Batmanghelidj, F. (2007). *Air untuk menjaga kesehatan dan menyembuhkan penyakit.* Gramedia Pustaka Utama.
- Dokumentasi. (2016). *Kopontren Al-AMIEN Prenduan Sumenep.*
- Herlianto, D. (2011). *Teknik Penyusunan Anggaran Operasional Perusahaan* (Edisi Pertama). Penerbit Gosyen Publishing.
- (https://www.sehataqua.co.id/5-manfaat-minum-air-putih-yang-cukup-bagi-kesehatan-tubuh/?gclid=Cj0KCQjw1dGJBhD4ARIsANb6OdlE3KJIm_ekDp6ZW5ys0dlGN584PdlOTJoHlQuyYLW-0a04JRt5BkMaAljsEALw_wcB,. (2021).
- KBBI. (2013). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia pustaka Utama).
- Kusnadi. (2021, September 23). *Staf CV. AMDK BARIKLANA AL-AMIEN PRENDUAN* [Komunikasi pribadi].
- Laporan Keuangan AMDK BARIKLANA Al-Amien Prenduan, Juni-Agustus.* (2021).
- Manurung, A. R. (2017). *Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Anggaran Biaya Operasional Pada Pt. Socfin Indonesia* 74.
- Nafarin, M. (2008). *Penganggaran Perusahaan.* Selemba Empat.
- Nanang. (2021, September 23). *Komunikasi pribadi* [Komunikasi pribadi].
- Observasi, Kopontren Al-Amien Prenduan Sumenep. (2021). *Komunikasi pribadi* [Komunikasi pribadi].
- Sari, M. P., & Afrizoni, H. (2020). *Analisis Anggaran Operasional Sebagai Alat Ukur Kinerja Pada Pt. Bpr Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung.* 2(4), 12.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran.* Universitas Brawijaya Press. <http://www.ubpress.ub.ac.id>
- Wahyuni, R. (2019). *Pengaruh Anggaran Biaya Operasional Terhadap Efisiensi Biaya Operasional Pada Pt. Pelabuhan Indonesia I Cabang Belawan Skripsi.*
- Wardi, Moh. (2017). *Pengembangan Entrepreneurship Berbasis Experiential Learning Di Pesantren Al-Amien Prenduan Sumenepdan Darul Ulum Banyuanyar Pamekasan. UIN Sunan Ampel Surabaya.*