

ABSTRAK

Dalam menghadapi perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan ketat, perusahaan dituntut untuk berupaya agar kegiatan penjualan perusahaan dapat dilaksanakan dan berjalan dengan baik. Upaya yang tepat dalam hal ini adalah menyusun suatu perencanaan, koordinasi, dan melakukan pengendalian dalam hal manajemen yang memadai bagi perusahaan tersebut. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah berupa menyusun suatu anggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan. Sebagai alat pengendalian, anggaran penjualan menjadi pembanding dengan realisasinya dan kemudian dianalisis lalu diambil tindakan untuk memperbaikinya sehingga untuk periode yang akan datang dapat lebih baik lagi. Anggaran penjualan sebagai alat pengendalian berfungsi untuk mengetahui apakah penjualan yang terjadi telah sesuai dengan yang diharapkan. Apabila penjualan telah sesuai dengan yang diharapkan maka penjualan tersebut telah berjalan dengan efektif.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian adalah metode deskriptif analitis yaitu metode mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data berdasarkan fakta, sehingga menggambarkan secara jelas obyek yang akan diteliti agar dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan, yaitu meninjau secara langsung ke perusahaan yang diteliti serta penelitian kepustakaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, anggaran penjualan pada PT. X telah ditetapkan dengan baik atau cukup memadai sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan, dimana proses penyusunan anggaran telah dilaksanakan secara terkoordinasi dan menyeluruh serta dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan anggaran, perusahaan juga telah menganalisis penyimpangan yang terjadi untuk diketahui penyebabnya dan pengaruhnya terhadap perusahaan, selain itu perusahaan juga melakukan usaha-usaha untuk memperbaiki penjualannya. Perusahaan menetapkan batas toleransi penyimpangan sebesar 5% dari yang dianggarkan. Apabila persentase penyimpangan tidak melebihi batas toleransi yang ditetapkan perusahaan, maka hasil penjualan dapat dikatakan efektif dan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian dalam meningkatkan efektivitas penjualan berjalan dengan baik dan cukup memadai dalam mencapai tujuan akhir yang diharapkan perusahaan.

DAFTAR ISI

		Halaman
LEMBAR PENGESAHAN		i
ABSTRAK		ii
KATA PENGANTAR		iii
DAFTAR ISI		v
DAFTAR TABEL		viii
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Penelitian	1
	1.2 Identifikasi Masalah	3
	1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
	1.4 Kegunaan Penelitian	3
	1.5 Rerangka Penelitian	4
	1.6 Metodologi Penelitian	7
	1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	9
	2.1 Konsep Peranan	9
	2.2 Gambaran Umum Anggaran	9
	2.2.1 Definisi Anggaran	10
	2.2.2 Karakteristik Anggaran	11
	2.2.3 Tujuan, Kegunaan, Manfaat Anggaran	12
	2.2.4 Persyaratan Anggaran	15
	2.2.5 Tahap Penyusunan Anggaran	16
	2.2.6 Mekanisme Penyusunan Anggaran	17
	2.2.7 Kelemahan / Keterbatasan Anggaran	17
	2.2.8 Macam-macam Anggaran	18
	2.2.9 Pendekatan dalam Penyusunan Anggaran	20
	2.2.10 Anggaran yang Sukses	20
	2.2.11 Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran	21

	2.2.12 Laporan Anggaran	23
	2.3 Pengendalian	24
	2.3.1 Definisi Pengendalian	25
	2.4 Penjualan	25
	2.4.1 Definisi Penjualan	26
	2.5 Anggaran Penjualan	26
	2.5.1 Definisi Anggaran Penjualan	27
	2.5.2 Kegunaan Anggaran Penjualan	27
	2.5.3 Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan	28
	2.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan	29
	2.6 Definisi Efektivitas	31
	2.7 Hubungan Anggaran Penjualan dengan Pengendalian Penjualan dan Efektivitas Penjualan	31
BAB III	OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	34
	3.1 Objek Penelitian	34
	3.1.1 Sejarah Perusahaan	34
	3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	35
	3.2 Metode Penelitian	40
	3.2.1 Pengumpulan Data	40
	3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	41
	3.2.3 Operasional Variabel	41
	3.2.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
	4.1 Gambaran Umum PT. X	44
	4.2 Penjualan pada PT. X	46
	4.2.1 Proses Penjualan PT. X	46
	4.2.2 Perencanaan Penjualan PT. X	47
	4.2.3 Usaha dalam Mendukung Penjualan PT. X	49
	4.3 Macam-macam Anggaran pada PT. X	50
	4.4 Anggaran Penjualan PT. X	50

4.4.1 Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan	51
4.4.2 Periode Anggaran Penjualan	51
4.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan	52
4.4.4 Prosedur Penyusunan Master Anggaran	54
4.5 Pelaksanaan Pengendalian Penjualan PT. X	58
4.5.1 Prosedur Penjualan	59
4.5.2 Anggaran Penjualan sebagai Alat Pengendalian	60
4.6 Anggaran Penjualan dan Penjualan Aktual pada PT. X	62
4.6.1 Penyusunan Laporan Kinerja	66
4.6.2 Analisis Selisih Penjualan	72
4.6.3 Tindak Lanjut Atas Penyimpangan	74
4.6.4 Efektivitas Penjualan pada PT. X	75
4.7 Pembahasan	76
4.7.1 Proses Penyusunan Anggaran Penjualan Pada PT. X	76
4.7.2 Peranan Anggaran Penjualan sebagai Alat Pengendalian dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Anggaran Penjualan Standard dan Multi Tahun 2006	62
Tabel 4.2 : Realisasi Penjualan Standard dan Multi Tahun 2006	63
Tabel 4.3 : Anggaran Penjualan Standard dan Multi Tahun 2007	65
Tabel 4.4 : Realisasi Penjualan Standard dan Multi Tahun 2007	65
Tabel 4.5 : Laporan Kinerja Penjualan Standard Tahun 2006	68
Tabel 4.6 : Laporan Kinerja Penjualan Multi Tahun 2006	69
Tabel 4.7 : Laporan Kinerja Penjualan Standard Tahun 2007	70
Tabel 4.8 : Laporan Kinerja Penjualan Multi Tahun 2007	71