

ABSTRACT

Sales are the main source income in the company. In selling activity, company needs controlling process as company successful depends on the profit that they got from sales income. A company has to do controlling and correction for sales activity so that it can be ran effectively based on company purpose.

Purpose of this research is to authenticate that sales budgeting as a tool of controlling being a benefit to increasing sales effectiveness. This research is doing in Mulyana Motor Dealer that is address in Jalan Raya Sukahati no.110 Bogor.

Method be done in this research is descriptive analysis with case study approach. This data collection is attained to observation, interview, and taking documentation in Mulyana Motor Dealer. Secondary data uses for this research is sales Budgeting and Sales Realization at 2006, 2007, and 2008. After receiving the data, it is processed using difference analysis. This research result indicates of sales grow every years. So that it can be concluded that the sales Budgeting is a controlling Tool that contribute to Increasing Sales Effectiveness.

Key Words: Budgeting, Sales, Tool, Controlling, Effectiveness.

ABSTRAK

Penjualan merupakan sumber pendapatan yang utama bagi perusahaan. Dalam kegiatan penjualan, perusahaan memerlukan pengendalian karena keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada laba yang diperoleh dari penjualan. Perusahaan harus melakukan pengendalian dan koreksi terhadap kegiatan penjualan agar berjalan efektif sesuai dengan tujuan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa anggaran penjualan sebagai alat pengendalian berperan dalam rangka meningkatkan efektivitas penjualan. Penelitian ini dilakukan pada Dealer Mulyana Motor yang berlokasi di Jalan Raya Sukahati No. 110 Bogor.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada Dealer Mulyana Motor. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan Tahun 2006, 2007, dan 2008. Setelah data diperoleh, pengolahan data menggunakan analisis selisih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kenaikan jumlah penjualan setiap tahunnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Anggaran Penjualan sebagai Alat pengendalian berperan dalam rangka Meningkatkan Efektivitas Penjualan.

Kata kunci : Anggaran, Penjualan, Alat, Pengendalian, Efektivitas.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Peranan.....	6
2.2 Anggaran.....	6
2.2.1 Pengertian Anggaran.....	6

2.2.2 Tujuan Penganggaran.....	7
2.2.3 Proses Anggaran.....	8
2.2.4 Tahap-tahap Penyusunan Anggaran.....	10
2.2.5 Hal-hal yang harus Diperhatikan Dalam Penyusunan Anggaran.....	15
2.2.6 Karakteristik Anggaran.....	19
2.2.6.1 Karakteristik Prakiraan.....	20
2.2.7 Manfaat Anggaran.....	21
2.2.8 Jenis-jenis Anggaran.....	23
2.2.9 Keterbatasan Anggaran.....	27
2.3 Penjualan.....	28
2.3.1 Definisi Penjualan.....	28
2.3.2 Jenis-jenis Penjualan.....	28
2.3.3 Tahap-tahap Penjualan.....	29
2.3.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	31
2.3.5 Cara Penjualan.....	34
2.4 Pengendalian.....	37
2.4.1 Definisi Pengendalian.....	37
2.4.2 Jenis Pengendalian.....	37
2.4.3 Proses Pengendalian.....	40
2.4.4 Ciri-ciri Sistem Pengendalian yang Efektif.....	42
2.4.5 Faktor Kontingensi Dalam Pengendalian.....	43
2.5 Efektivitas Kegiatan Penjualan.....	45

2.5.1 Pengertian Efektivitas.....	45
2.5.2 Efektivitas Penjualan.....	45
2.5.3 Hubungan Pengendalian dengan Efektivitas Penjualan.....	46
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2.2 Sumber Data Penelitian.....	49
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.4 Pengolahan Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	52
4.1.2 Struktur Organisasi.....	52
4.1.3 Uraian Tugas.....	54
4.2 Pengendalian.....	56
4.3 Prosedur Penjualan.....	57
4.4 Penerapan Pengendalian Penjualan pada Dealer Mulyana Motor.....	58
4.5 Kesimpulan Pengujian.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dealer Mulyana Motor.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Anggaran Penjualan Dealer Mulyana Motor	
	Tahun 2006, 2007, dan 2008.....	60
Tabel 4.2.	Realisasi Penjualan Dealer Mulyana Motor	
	Tahun 2006, 2007, dan 2008.....	60
Tabel 4.3.	Selisih Anggaran Penjualan dengan Realisasi Dealer Mulyana Motor	
	Tahun 2006	61
Tabel 4.4.	Selisih Anggaran Penjualan dengan Realisasi Dealer Mulyana Motor	
	Tahun 2007.....	62
Tabel 4.5.	Selisih Anggaran Penjualan dengan Realisasi Dealer Mulyana Motor	
	Tahun 2008.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kwitansi Penjualan Dealer Mulyana Motor.....	70
Lampiran 2 Surat Jalan Dealer Mulyana Motor.....	71