

**PERANAN ANGGARAN PENJUALAN DALAM MENUNJANG
EFEKTIVITAS PENGENDALIAN PENJUALAN
(STUDI KASUS PADA PT. X)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji atau menganalisis ada atau tidaknya peranan anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen untuk menunjang keefektivan pengendalian penjualan pada PT. X. Metode pengumpulan datanya dilakukan dengan cara survei. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data oleh penulis dengan cara membuat pertanyaan mengenai Peranan Anggaran Penjualan, Efektivitas Pengendalian Penjualan. Terdapat 45 pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan dalam proses pengisian kuesioner PT. X memberikan waktu 1 hari untuk pengisiannya. Anggaran penjualan berperan dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan PT.X yang dilihat dari presentase hasil penelitian yang dilakukan sebesar 86,66% dan menjadi salah satu alasan diterimanya hipotesis adanya peranan dalam menunjang efektifitas dalam menunjang pengendalian penjualan pada PT.X. Saran yang dapat diberikan adalah membuat pengendalian secara langsung sistem pelaporan secara online, agar perusahaan dapat melihat secara real keadaan sebenarnya yang terjadi serta Adanya pengkoordinasian antara kepala bagian produksi kepada staff operator agar kesalahan pada produksi dapat diminimalisir.

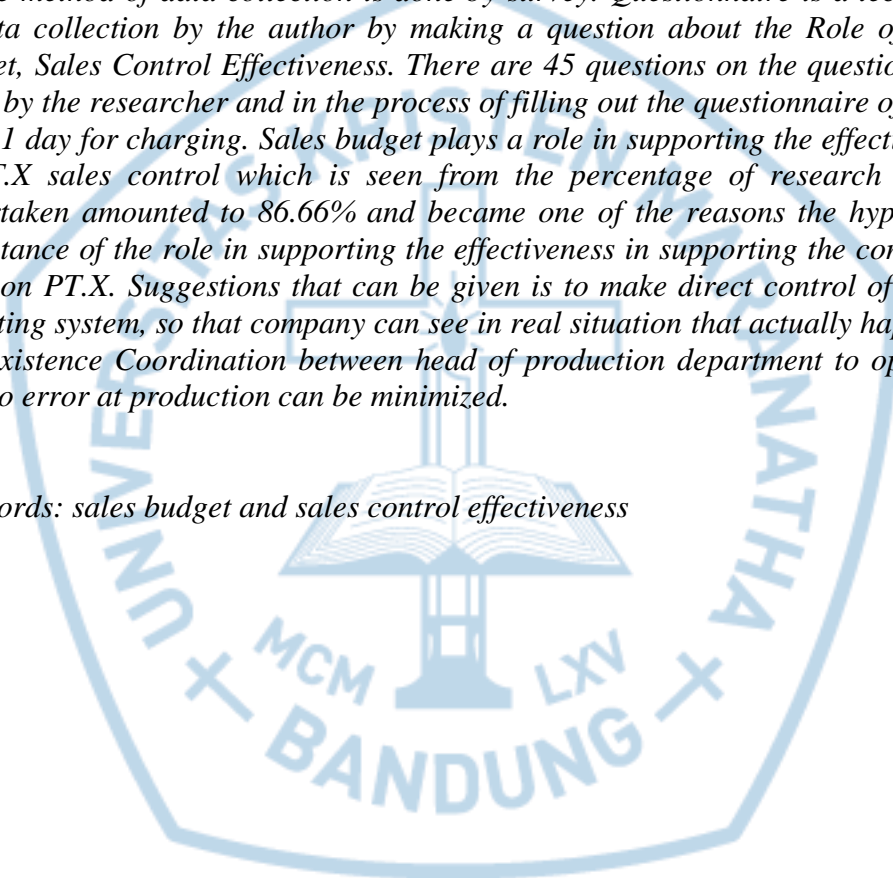
Kata-kata kunci: anggaran penjualan dan efektivitas pengendalian penjualan

**THE ROLE OF SALES BUDGET IN SUPPORTING SALES
CONTROL EFFECTIVENESS
(CASE STUDY ON PT X)**

ABSTRACT

This study aims to test or analyze the presence or absence of the role of sales budget as a management tool to support the effectiveness of sales control at PT. X. The method of data collection is done by survey. Questionnaire is a technique of data collection by the author by making a question about the Role of Sales Budget, Sales Control Effectiveness. There are 45 questions on the questionnaire made by the researcher and in the process of filling out the questionnaire of PT. X gives 1 day for charging. Sales budget plays a role in supporting the effectiveness of PT.X sales control which is seen from the percentage of research results undertaken amounted to 86.66% and became one of the reasons the hypothesis acceptance of the role in supporting the effectiveness in supporting the control of sales on PT.X. Suggestions that can be given is to make direct control of online reporting system, so that company can see in real situation that actually happened and existence Coordination between head of production department to operator staff to error at production can be minimized.

Keywords: sales budget and sales control effectiveness



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	6
2.2 Peranan	9
2.3 Anggaran	9
2.3.1 Karakteristik Anggaran	10
2.3.2 Proses Penyusunan Anggaran	11
2.3.3 Manfaat Penyusunan Anggaran	12
2.3.4 Fungsi Anggaran	13
2.3.5 Standar Perencanaan Anggaran	15

2.4 Anggaran Penjualan	16
2.4.1 Kegunaan Anggaran Penjualan	17
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan	18
2.4.3 Klasifikasi Penjualan	19
2.4.4 Dasar Penyusunan Anggaran Penjualan	20
2.4.5 Langkah Dalam Menyusun Rencana Penjualan	21
2.5 Efektivitas	23
2.6 Pengendalian	23
2.6.1 Fungsi Pengendalian	24
2.7 Pengendalian Penjualan	25
2.7.1 Tujuan Pengendalian Penjualan	25
2.7.2 Analisis Penjualan	26
2.7.3 Standar Penjualan	27
2.7.4 Pelaporan Penjualan	28
2.8 Kerangka Pemikiran	29
2.9 Hubungan antara Anggaran Penjualan dengan Pengendalian Penjualan	31
2.9 Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Tipologi Penelitian	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35

3.5 Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1 Variabel Independen	36
3.5.2 Variabel Dependen	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Penarikan Kesimpulan dan Saran	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Analisis Hasil Pengumpulan Data	42
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan dan Gambaran Singkat	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	46
4.1.4 Aktivitas Perusahaan	48
4.2 Pembahasan Hipotesis	49
4.2.1 Peranan Anggaran	49
4.2.1.1 Proses Penyusunan Anggaran Penjualan PT. X	49
4.2.1.2 Pemenuhan Kriteria Anggaran	51
4.2.1.3 Periode Anggaran Penjualan Pada PT. X	53
4.2.1.4 Teknik Penyusunan Anggaran PT. X	53
4.2.1.5 Dasar Penyusunan Anggaran Penjualan PT. X	54
4.2.2 Pelaksanaan Pengendalian	55
4.2.2.1 Efektivitas Pengendalian Penjualan	55
4.2.2.2 Anggaran Penjualan Telah Berfungsi Secara Efektif dalam Menunjang Pengendalian Penjualan PT. X	61

4.3 Analisis Data Kuesioner	63
4.3.1 Analisis Data Kuantitatif	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Kelemahan Perusahaan	69
5.3 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pemikiran 30
Gambar 2.2	Model Penelitian 32
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. X Secara Umum 46
Gambar 4.2	Bagian Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan PT.X 51



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1	Tipologi Penelitian	34
Tabel 3.2	Variabel Independen	36
Tabel 3.3	Variabel Dependen	38
Tabel 4.1	Kunjungan ke PT. X	43
Tabel 4.2	Anggaran Penjualan Tahun 2015 dan 2016	55
Tabel 4.3	Pencapaian Target Penjualan Tahun 2015 dan 2016	56
Tabel 4.4	Rincian Penjualan Pada Tahun 2015 (dalam rupiah)	57
Tabel 4.5	Rincian Penjualan Pada Tahun 2016 (dalam rupiah)	58
Tabel 4.6	Rincian Produksi PT. X. (jumlah yang dihasilkan)	60
Tabel 4.7	Total Harga Pokok Produksi PT. X (dalam rupiah)	61
Tabel 4.8	Anggaran Penjualan Tahun 2015 dan 2016	65
Tabel 4.9	Target Penjualan Tahun 2015 dan 2016	65
Tabel 4.10	Rincian Penjualan Pada Tahun 2015 (dalam rupiah)	66
Tabel 4.11	Rincian Penjualan Pada Tahun 2016 (dalam rupiah)	66
Tabel 4.12	Rincian Produksi PT. X. (jumlah yang dihasilkan)	66
Tabel 4.13	Total Harga Pokok Produksi PT. X (dalam rupiah)	67