

ABSTRAK

Suatu dunia usaha tidak dapat terlepas dari adanya persaingan dalam memperebutkan pasar yang terbatas. Sebuah perusahaan yang tidak mampu menghadapi situasi persaingan ini akan mengalami kesulitan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk dapat menjadi pemenang dalam sebuah persaingan, sebuah perusahaan dapat melaksanakan aktivitasnya secara efektif dan efisien. Dalam sebuah perusahaan, aktivitas penjualan merupakan aktivitas yang menghasilkan arus dana bagi kelancaran operasi perusahaan. Pengelolaan yang baik atas fungsi ini akan menjadi pendorong tercapainya tujuan perusahaan.

Sejalan dengan berkembangnya perusahaan, aktivitas dalam perusahaan semakin kompleks sehingga pimpinan tidak dapat lagi mengawasi seluruh kegiatan perusahaan dengan baik, terutama aktivitas penjualan yang merupakan aktivitas penting di dalam perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu alat yang dapat membantu perusahaan dalam mengawasi aktivitas penjualan. Anggaran diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengawasi dan mengendalikan operasi penjualan perusahaannya.

Objek penelitian ini dalam skripsi ini adalah PT "X", sebuah perusahaan distributor makanan dan minuman yang berlokasi di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode deskriptif analitis, sebuah metode yang memberikan gambaran secara tepat mengenai perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dengan berbagai teknik seperti observasi dan penyebaran kuesioner yang berisi daftar pertanyaan tentang masalah yang diteliti. Data yang digunakan oleh penulis berupa data primer yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang dijadikan objek penelitian dan data sekunder berupa data yang diperoleh melalui studi literatur.

Anggaran merupakan salah satu alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengendalikan penjualan di dalam perusahaan. anggaran penjualan disusun oleh pemimpin perusahaan dibantu oleh para manager yang nantinya akan diserahkan kepada pihak yang akan menjalankannya setelah disahkan oleh pemimpin perusahaan. Dengan adanya anggaran penjualan, perusahaan bisa mengetahui adanya penyimpangan-penyimpangan yang terjadi selama proses penjualan setelah anggaran penjualan dibandingkan dengan penjualan yang sebenarnya, yang nantinya bisa menjadi rekomendasi untuk pembuatan anggaran penjualan periode selanjutnya setelah diketahui apa penyebab dari penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dan dari hasil tersebut perusahaan juga bisa mengetahui efektivitas penjualan perusahaan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Anggaran Penjualan di dalam perusahaan bisa meningkatkan efektivitas pengendalian penjualan dan membantu meningkatkan penjualan.

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Peranan.....	9
2.2 Anggaran.....	9
2.2.1 Definisi Anggaran.....	10
2.2.2 Karakteristik Anggaran.....	11
2.2.3 Fungsi Anggaran.....	12
2.2.4 Keterbatasan Anggaran.....	14
2.2.5 Jenis-jenis Anggaran.....	15
2.2.6 Penyusunan Anggaran.....	17
2.2.7 Perbedaan Anggaran dan Ramalan (<i>Forecast</i>).....	18
2.3 Penjualan.....	20
2.3.1 Pengertian Penjualan.....	20
2.3.2 Tujuan Penjualan	21
2.3.2 Klasifikasi Penjualan.....	21
2.3.4 Fungsi yang terkait dalam Aktivitas Penjualan.....	23
2.3.5 Tugas Bagian Pokok Penjualan.....	25
2.3.6 Dokumen yang digunakan dalam Aktivitas Penjualan.....	25

2.3.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	26
2.4 Anggaran Penjualan.....	28
2.4.1 Pengertian Anggaran Penjualan.....	28
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	31
2.4.3 Laporan Penjualan.....	32
2.4.4 Masalah yang Dihadapi Manajemen Penjualan.....	33
2.4.5 Analisis Penjualan.....	35
2.4.6 Kuota Penjualan.....	37
2.4.7 Tindak Lanjut Manajemen.....	38
2.5 Pengertian Efektivitas.....	39
2.6 Pengendalian Penjualan.....	39
2.6.1 Pengertian Pengendalian.....	39
2.6.2 Prosedur Pengendalian.....	40
2.6.3 Fungsi dan Tujuan Pengendalian.....	41
2.6.4 Jenis-jenis Pengendalian.....	42
2.6.5 Pengendalian Penjualan.....	44
2.7 Hubungan antara Anggaran Penjualan dengan Efektivitas Penjualan....	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	47
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	47
3.1.2 Struktur Organisasi.....	48
3.1.3 Job Description.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.3 Penetapan Variabel Penelitian.....	54
3.2.4 Teknik Pengembangan Instrumen.....	55
3.2.5 Variabel Dan Skala Pengukuran.....	57
3.2.6 Metode Analisa.....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sistem Penjualan.....	62
4.2 Penetapan Anggaran Penjualan.....	64
4.3 Peranan Anggaran Penjualan.....	65
4.4 Efektivitas dan Tujuan Penjualan.....	66
4.5 Pengukuran antara Anggaran Penjualan dengan Hasil Penjualan Sesungguhnya.....	67
4.6 Perbandingan Anggaran Penjualan dengan Penjualan Sesungguhnya...	71
4.7 Mencari Sebab Penyimpangan.....	74
4.8 Tindakan Koreksi.....	75
4.9 Efektivitas Penjualan.....	76
4.10 Pengujian Hipotesis.....	77
4.10.1 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	77
4.10.2 Analisis Statistik.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP