

ABSTRAK
PERANAN ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT PERENCANAAN
DAN PENGENDALIAN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS
PENJUALAN

Tingkat keberhasilan dalam perusahaan sangat ditentukan oleh kinerja manajemen dalam memperoleh laba yang memadai dari waktu ke waktu. Salah satu elemen penting dalam mencapai laba yang optimal adalah kegiatan penjualan. Untuk itu berbagai usaha perbaikan dan penyempurnaan aktivitas penjualan perlu dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Oleh karena kegiatan penjualan merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan dan pengendalian atas aktivitas penjualan dalam perusahaan. Perencanaan dimaksudkan agar perusahaan dapat menentukan tindakan yang akan dilaksanakan dan dapat mengantisipasi perubahan-perubahan yang mungkin terjadi. Pengendalian diperlukan agar perusahaan dapat mengetahui penyimpangan yang terjadi apabila tidak sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, maka dapat dianalisis dan dapat diambil tindakan korektif.

Salah satu cara dalam merencanakan dan mengendalikan kegiatan penjualan agar sejalan dengan tujuan perusahaan adalah dengan menyusun dan melaksanakan anggaran penjualan secara tepat. Dengan adanya anggaran penjualan, manajemen memiliki suatu pedoman mengenai sasaran yang akan dicapai serta mengevaluasi sejauh mana perusahaan telah melaksanakan penjualan secara efektif.

Usaha yang dilakukan dalam kegiatan pengendalian penjualan adalah dengan cara membandingkan antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan yang terjadi. Selisih yang terjadi kemudian dianalisis untuk mencari penyebab penyimpangan sehingga dapat diketahui tindak lanjut yang perlu untuk dilakukan, agar dapat diantisipasi di masa mendatang. Dengan adanya perencanaan dan pengendalian, efektivitas penjualan dapat tercapai. Penjualan yang efektif adalah penjualan yang dapat mencapai target yang telah ditetapkan dengan biaya yang serendah-rendahnya.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui apakah perencanaan dan pengendalian penjualan pada PT.X telah memadai dan untuk mengetahui peranan anggaran penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian dalam menunjang efektivitas penjualan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa anggaran penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian cukup berperan dalam menunjang efektivitas penjualan. Hal tersebut ditunjukkan dengan dilaksanakannya tahap-tahap perencanaan dan pengendalian yang memadai; adanya target penjualan yang ditetapkan untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penjualan, tercapainya target penjualan yang didukung oleh penerapan kebijaksanaan dan metode penjualan yang tepat, dan kualitas produk yang dapat dipertahankan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif analitis, yaitu dengan mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data yang diperoleh. Penelitian dilakukan dengan observasi secara langsung di lapangan, penelaahan terhadap referensi atau kepustakaan yang menunjang skripsi ini.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Rerangka Pemikiran	5
1.6. Metode Penelitian.....	7
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1. Perencanaan dan Pengendalian	9
2.1.1. Pengertian Perencanaan.....	10
2.1.2. Pengertian Pengendalian	11
2.2. Anggaran.....	12
2.2.1. Pengertian Anggaran.....	12
2.2.2. Karakteristik Anggaran	13
2.2.3. Kegunaan Anggaran.....	15
2.2.4. Keterbatasan Anggaran	16
2.2.5. Prinsip-prinsip Penyusunan Anggaran.....	18
2.2.5.1. Proses Penyusunan Anggaran	19
2.3. Anggaran Sebagai Alat Perencanaan.....	23
2.4. Anggaran Sebagai Alat Pengendalian	25
2.5. Anggaran Penjualan.....	28

2.5.1. Pengertian Anggaran Penjualan.....	29
2.5.2. Manfaat Anggaran Penjualan	30
2.5.3. Periode Anggaran Penjualan	31
2.5.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan	32
2.5.5. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan.....	35
2.5.6. Pelaksanaan Anggaran Penjualan	37
2.5.7. Proses Pengendalian Kegiatan Penjualan.....	29
2.5.7.1. Pelaporan Realisasi Anggaran Penjualan	38
2.5.7.2. Analisis Selisih Penjualan.....	39
2.6. Efektivitas	41
2.4.1. Ukuran Efektivitas	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	45
3.1. Objek Penelitian	45
3.2. Metode Penelitian	45
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.2. Penentuan Responden	47
3.2.3. Operasionalisasi Variabel	47
3.2.4. Teknik Pengembangan Instrumen.....	48
3.2.5. Variabel Indikator, Sub Indikator, Skala Pengukuran dan Intrumen.....	49
3.2.6. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	54
4.4.2. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas.....	55
4.4.3. Aktivitas Perusahaan	55
4.2. Penjualan Pada PT.X	61

4.2.1. Aktivitas Penjualan Perusahaan	61
4.2.2. Sasaran dan Usaha-Usaha dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan	62
4.2.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	64
4.2.4. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan	66
4.3. Perencanaan Kegiatan Penjualan PT.X	68
4.4. Pengendalian Penjualan Pada PT.X	71
4.4.1. Penetapan Tolak Ukur.....	71
4.4.2. Mengukur Pelaksanaan	72
4.4.3. Membandingkan Pelaksanaan Dengan Tolak Ukur.....	73
4.4.4. Membuat Analisis Penyimpangan	76
4.4.5. Tindakan Koreksi.....	77
4.5. Efektivitas Penjualan	78
4.5.1. Tercapainya Target Penjualan	78
4.5.2. Penerapan Kebijakan, Metode dan Prosedur Yang Mendukung Penjualan	79
4.6. Pengujian Hipotesis	80
4.6.1. Analisis Deskriptif Kualitatif	80
4.6.2. Analisis Statistik	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA.....	88
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
Tabel 3.1 Indikator Variabel Independen, Sub Indikator, Skala Pengukuran dan Instrumen	50
Tabel 3.2 Indikator Variabel Dependen, Sub Indikator, Skala Pengukuran dan Instrume	51
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Chenille Tahun 2004	90
Tabel 4.1.2 Laporan Kinerja Penjualan Produk PVC Tahun 2004	91
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Jacquard Tahun 2004	92
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Karung Tahun 2004	93
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Chenille Tahun 2005	94
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk PVC Tahun 2005	95
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Jacquard Tahun 2005	96
Tabel 4.1.1 Laporan Kinerja Penjualan Produk Karung Tahun 2005	97

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1. Skema Hubungan Antara Anggaran Penjualan dengan Efektivitas Penjualan.....	44
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT.X.....	115
Gambar 4.2. Flowchart Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Kuesioner.....	98
Lampiran 2: Kuesioner.....	99
Lampiran 3: Variabel Independen : Peranan Anggaran Penjualan.....	101
Lampiran 4: Variabel Dependen : Efektivitas Penjualan.....	109
Lampiran 5: Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Independen Peranan Anggaran Penjualan.....	111
Lampiran 6: Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Dependen Efektivitas Penjualan.....	114