

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian pada PT Catur Wangsa Indah yang berlokasi di daerah Tasikmalaya. Adapun judul dari penelitian penulis, yaitu: Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen di Dalam Perencanaan dan Pengendalian Penjualan. Penulis tertarik untuk meneliti masalah ini karena, penjualan merupakan kegiatan yang utama bagi perusahaan yang berperan sebagai produksi barang atau jasa. Anggaran penjualan dapat dijadikan acuan untuk membuat anggaran lainnya. Anggaran penjualan dapat memberikan arah dan target bagi aktivitas penjualan perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis ialah metode deskriptif analitis. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, buku-buku, dan referensi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Hasil penelitian yang dilakukan penulis terhadap anggaran penjualan di PT Catur Wangsa Indah menunjukkan bahwa anggaran penjualan PT Catur Wangsa Indah telah disusun dengan cukup baik, namun belum efektif sebagai alat perencanaan dan pengendalian. Penyusunan anggaran penjualan dilakukan per bulan dan per jenis produk per bulan, hanya memuat nilai satuan mata uang tetapi tidak terdapat dalam satuan unit. Perusahaan dalam penyusunan anggaran penjualan dengan menggunakan *top down approach* sehingga penyusunan anggaran penjualan masih bersifat sentralisasi. Pihak manajemen hanya melakukan analisis varians pada penyimpangan yang tidak menguntungkan (*unfavourable*) saja. Promosi yang dilakukan perusahaan sebatas pada produk yang dianggap laku saja. Dalam realisasi penjualannya, terdapat perbedaan yang cukup besar antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan. Fluktuasi ini memperlihatkan bahwa saat ini penyusunan anggaran penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian belum efektif disebabkan oleh anggaran penjualan belum disusun dengan mempertimbangkan faktor eksternal perusahaan.

Perusahaan sebaiknya menyusun anggaran penjualan dalam satuan unit dan satuan mata uang agar dapat melakukan analisis penyimpangan yang lebih baik serta mempertimbangkan faktor eksternal seperti: selera konsumen, hari-hari libur, kebijakan pemerintah, dan persaingan perusahaan sejenis. Perusahaan dalam penyusunan anggaran penjualan sebaiknya menggunakan metode *bottom up*, sehingga penyusunan anggaran tidak bersifat sentralisasi. Selain itu, pihak manajemen melakukan analisis varians baik yang menguntungkan (*favourable*) serta tidak menguntungkan (*unfavourable*). Promosi yang dilakukan oleh perusahaan lebih ditekankan pada produk minoritas dengan tidak mengabaikan produk mayoritas. Pada produk yang mengalami penyimpangan melebihi batas toleransi 10 %, yaitu kemasan gelas dan kemasan ember, sebaiknya perusahaan menurunkan harga dari produk tersebut sehingga nantinya diharapkan penjualannya dapat meningkat dan mengalahkan perusahaan pesaing.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.6. Metode Penelitian	9
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Anggaran.....	11
2.1.1. Definisi Anggaran.....	12
2.1.2. Karakteristik Anggaran.....	13
2.1.3. Kegunaan Anggaran.....	15

2.1.4. Keterbatasan Anggaran.....	16
2.1.5. Prinsip – Prinsip Penyusunan Anggaran.....	18
2.1.6. Jenis – Jenis Anggaran.....	19
2.1.7. Periode Penyusunan Anggaran	21
2.1.7.1. Anggaran Jangka Pendek.....	22
2.1.7.2. Anggaran Jangka Panjang.....	23
2.1.8. Perbedaan Anggaran dengan Ramalan (<i>Forecast</i>).....	23
2.2. Anggaran sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian	24
2.2.1. Anggaran sebagai Alat Perencanaan	24
2.2.2. Anggaran sebagai Alat Pengendalian	26
2.3. Anggaran Penjualan	29
2.3.1. Pengertian Anggaran Penjualan.....	30
2.3.2. Ramalan Penjualan.....	32
2.3.3. Manfaat Anggaran Penjualan.....	32
2.3.4. Periode Anggaran Penjualan.....	33
2.3.5. Pelaporan Realisasi Penjualan	35
2.3.6. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	35
2.3.7. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan.....	37
2.3.8. Proses Pengendalian Kegiatan Penjualan	39
2.3.8.1. Pelaporan Kinerja Penjualan.....	40
2.3.8.2. Analisis Selisih Penjualan.....	41

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	43
3.2. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
3.2.1. Sejarah Singkat PT Catur Wangsa Indah.....	43
3.2.2. Struktur Organisasi	46
3.2.3. Uraian Tugas	47
3.2.4. Jenis Produk	54
3.2.5. Saluran Distribusi dan Kebijakan Promosi	55
3.3. Metode Penelitian	56
3.3.1. Pendekatan Penelitian	56
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.3.3. Teknik Pengolahan Data	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Perencanaan Kegiatan Penjualan	59
4.2. Jenis – Jenis Anggaran yang Terdapat Dalam PT Catur Wangsa Indah...	60
4.3. Anggaran Penjualan PT Catur Wangsa Indah Sebagai Alat Perencanaan	62
4.3.1. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	63
4.3.2. Periode Anggaran Penjualan.....	65
4.3.3. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan PT Catur Wangsa Indah	65

4.4. Anggaran Penjualan PT Catur Wangsa Indah Sebagai Alat Pengendalian	67
4.4.1. Laporan Kinerja PT Catur Wangsa Indah Daerah Tasikmalaya.....	69
4.4.1.1. Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan pada Tahun 2004	70
4.4.1.2. Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan pada Tahun 2005	72
4.4.2. Analisis Selisih Penjualan.....	74
4.4.3. Prosedur Tindak Lanjut Atas Penyimpangan yang Terjadi	79
4.5. Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian pada PT Catur Wangsa Indah.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Struktur Organisasi PT Catur Wangsa Indah.....	53
---	----

DAFTAR TABEL

3.1 : Tipe Produk Cream Detergent	54
4.1 : Laporan Realisasi Penjualan Tahun 2004.....	71
4.2 : Laporan Realisasi Penjualan Tahun 2005.....	73
4.3 : Laporan Realisasi Penjualan untuk Tiap Produk Tahun 2004.....	76
4.4 : Laporan Realisasi Penjualan untuk Tiap Produk Tahun 2005.....	78