

ABSTRAK

Penjualan merupakan suatu aspek yang sangat erat kaitannya dengan tujuan peningkatan laba, karena itulah pihak manajemen dituntut untuk meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan hasil penjualan. Untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan, suatu perusahaan memerlukan adanya cara yang tepat, sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Pimpinan perusahaan sebaiknya membuat perencanaan terlebih dahulu, rencana ini dapat mencakup berbagai kegiatan operasional yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Tanpa adanya perencanaan, segala kegiatan perusahaan akan tidak menentu arahnya dan perusahaan tidak dapat bekerja secara efisien.

Anggaran adalah pengungkapan perencanaan suatu aktivitas secara kuantitatif dan merupakan suatu alat Bantu untuk koordinasi dan pelaksanaan rencana tersebut. Apabila suatu perusahaan tidak memiliki suatu anggaran penjualan, maka aktivitas penjualan tidak akan memiliki arah dan tujuan yang jelas. Anggaran juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengendalikan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dari tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu cara yaitu dengan menggunakan analisis selisih untuk mengetahui penyebab penyimpangan yang materiil. Setelah mengetahui penyebab penyimpangan maka perusahaan dapat membuat rencana dengan lebih baik lagi di masa yang akan datang sehingga kekurangakuratan dalam membuat anggaran dapat dikurangi.

Penulis mengadakan penelitian pada PT. Rasana yang berlokasi di Jalan Raya Nanjung No. 153 Cimahi Selatan, yang bergerak dalam industri pembuatan wafer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* dan *library research*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa untuk menunjang pelaksanaan penjualan, PT. Rasana telah merencanakan penjualan dengan menetapkan anggaran penjualan yang disusun dalam periode satu tahun. PT. Rasana sudah menggunakan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian penjualan dengan cara mengadakan evaluasi dan analisis terhadap realisasi anggaran penjualan setiap tahunnya, dan kemudian dilakukan tindak lanjut untuk mengatasi penyimpangan tersebut. Penulis juga mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan, yaitu supaya perusahaan melakukan perencanaan untuk 2 produk lain, yaitu Roll Stick dan kacang, karena meskipun kontribusi terhadap penjualan kecil, akan lebih baik daripada dilakukan perencanaan supaya kegiatan penjualan menjadi lebih terarah, Sebaiknya manajer pemasaran meningkatkan kemampuan analisis yang baik dan berorientasi ke depan untuk mencermati perubahan yang terjadi, baik itu perubahan mengenai kondisi perekonomian, kebijakan pemerintah maupun mengenai kondisi persaingan di pasar, dan perusahaan sebaiknya tidak hanya menganalisis selisih yang merugikan saja, sebab pada dasarnya tetap saja terjadi penyimpangan, bahkan ada kemungkinan anggaran yang ditetapkan terlalu rendah sehingga terjadi penyimpangan.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Metode Penelitian	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi dan Akuntansi Biaya.....	11
2.1.1. Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya	12
2.2 Perencanaan dan Pengendalian.....	13

2.2.1 Pengertian Perencanaan.....	14
2.2.2 Pengertian Pengendalian.....	15
2.3 Gambaran Umum Tentang Anggaran	17
2.3.1 Pengertian Anggaran	17
2.3.2 Karakteristik Anggaran	18
2.3.3 Kegunaan Anggaran	20
2.3.4 Prinsip - prinsip Penyusunan Anggaran	22
2.3.5 Pendekatan dalam Proses Penyusunan Anggaran	23
2.3.6 Jenis - jenis Anggaran	25
2.3.7 Keterbatasan Anggaran	26
2.3.8 Periode Penyusunan Anggaran	29
2.3.8.1 Anggaran Jangka Pendek	29
2.3.8.2 Anggaran Jangka Panjang	31
2.4 Anggaran sebagai Alat Perencanaan.....	31
2.5 Anggaran sebagai Alat Pengendalian	34
2.6 Anggaran Penjualan.....	38
2.6.1 Pengertian Anggaran Penjualan	38
2.6.2 Ramalan Penjualan	41
2.6.3 Manfaat Anggaran Penjualan.....	42
2.6.4 Periode Anggaran Penjualan.....	42
2.6.5 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran.....	44
2.6.6 Prosedur Penyusunan Anggaran	46
2.6.7 Pelaksanaan Anggaran Penjualan	48

2.6.8 Proses Pengambilan Kegiatan Penjualan.....	49
2.6.8.1 Pelaporan Kinerja Perusahaan.....	50
2.6.8.2 Analisis Selisih Penjualan.....	51

BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	55
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data	55
3.1.1 Periode Data Keuangan yang Digunakan dalam Penelitian	56
3.2 Objek Penelitian.....	56
3.2.1 Sejarah Singkat PT.Rasana.....	56
3.2.2 Aktivitas Perusahaan	58
3.2.3 Struktur Organisasi.....	60
3.2.4 Uraian Tugas.....	61

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Perencanaan Kegiatan Penjualan pada PT.Rasana	67
4.1.2 Jenis – jenis Anggaran pada PT.Rasana	68
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Anggaran Penjualan PT. Rasana Sebagai Alat Perencanaan.....	69
4.2.1.1 Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan	70
4.2.1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	71

4.2.2 Anggaran Penjualan PT.Rasana Sebagai Alat Pengendalian	72
4.2.2.1 Anggaran Penjualan dan Penjualan Aktual PT.Rasana	72
4.2.2.2 Analisis Selisih Penjualan Wafer Cream dan Wafer Stick	
Tahun 2005.....	81
4.2.2.2.1 Laporan Kinerja Penjualan Tahun 2005.....	83
4.2.2.2.2 Analisis Penyebab Penyimpangan	89
4.2.2.3 Tindak Lanjut Atas Penyimpangan yang Terjadi.....	94
4.2.3. Peranan Anggaran Penjualan sebagai Alat Perencanaan dan	
Pengendalian Penjualan.....	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA.....	102
----------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Bagan Alur Kerangka Pemikiran Penelitian	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Rasana.....	65

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Hasil Penjualan Wafer Cream tahun 2004.....	73
Tabel 4.2 Anggaran Penjualan Wafer Cream tahun 2005.....	74
Tabel 4.3 Hasil Penjualan Wafer Cream tahun 2005.....	76
Tabel 4.4 Hasil Penjualan Wafer Stick tahun 2004.....	77
Tabel 4.5 Anggaran Penjualan Wafer Stick tahun 2005.....	78
Tabel 4.6 Hasil Penjualan Wafer Stick tahun 2005.....	80
Tabel 4.7 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Coklat tahun 2005.....	84
Tabel 4.8 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Strawberry tahun 2005.....	85
Tabel 4.9 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Orange tahun 2005.....	86
Tabel 4.10 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Coklat tahun 2005.....	87
Tabel 4.11 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Strawberry tahun 2005.....	88
Tabel 4.12 Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Orange tahun 2005.....	89

LAMPIRAN

Lampiran 1. Rangkaian Aktivitas Proses Produksi Wafer Cream Pada PT. Rasana

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup