

ABSTRACT

Sales is one of important factor to get a higher profit. Without planning, the activities of organization will not in right way and not efficient. Budget is quantitative activities planning, and tools for help coordination of that plan. Budget can use for detect, and controlling problems, one way with using variance analysis. After know problems, organization can make better plan in the future. Field research, and library research are used in this research. Based of research, PT. Rasana has planned, and using budget to sales control, and for resolving problems.

Keywords: Sales, Budget, Planning, Controlling.

ABSTRAK

Penjualan merupakan aspek yang erat dengan peningkatan laba, karena itu pihak manajemen dituntut meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan hasil penjualan. Tanpa perencanaan, kegiatan perusahaan akan tidak menentu arahnya dan tidak efisien. Anggaran adalah perencanaan suatu aktivitas secara kuantitatif dan merupakan alat bantu untuk koordinasi dan pelaksanaan rencana tersebut. Anggaran juga digunakan untuk mengendalikan penyimpangan yang terjadi, salah satu cara yaitu dengan menggunakan analisis selisih. Setelah mengetahui penyebab penyimpangan, maka perusahaan dapat membuat rencana lebih baik lagi di masa yang akan datang sehingga kekurangakuratan dapat dikurangi. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penulis mengadakan penelitian pada PT. Rasana yang bergerak dalam industri pembuatan wafer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* dan *library research*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk menunjang pelaksanaan penjualan, PT. Rasana telah merencanakan, dan menggunakan anggaran sebagai alat pengendalian penjualan untuk mengatasi penyimpangan tersebut.

Kata-kata kunci: Penjualan, Anggaran, Perencanaan, Pengendalian, Penyimpangan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1. Pengertian Akuntansi dan Akuntansi Biaya.....	6
2.1.1.1. Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya	7

2.1.2. Perencanaan dan Pengendalian	8
2.1.2.1. Pengertian Perencanaan	9
2.1.2.2. Pengertian Pengendalian	9
2.1.3. Gambaran Umum Tentang Anggaran	10
2.1.3.1. Pengertian Anggaran	11
2.1.3.2. Karakteristik Anggaran	11
2.1.3.3. Kegunaan Anggaran.....	13
2.1.3.4. Prinsip-prinsip Penyusunan Anggaran.....	14
2.1.3.5. Pendekatan Dalam Proses Penyusunan Anggaran.....	16
2.1.3.6. Jenis-jenis Anggaran.....	17
2.1.3.7. Keterbatasan Anggaran.....	19
2.1.3.8. Periode Penyusunan Anggaran	20
2.1.3.8.1. Anggaran Jangka Pendek.....	21
2.1.3.8.2. Anggaran Jangka Panjang.....	22
2.1.4. Anggaran sebagai Alat Perencanaan.....	22
2.1.5. Anggaran sebagai Alat Pengendalian	25
2.1.6. Anggaran Penjualan	28
2.1.6.1. Pengertian Anggaran Penjualan	29
2.1.6.2. Ramalan Penjualan	31
2.1.6.3. Manfaat Anggaran Penjualan.....	31
2.1.6.4. Periode Anggaran Penjualan.....	32
2.1.6.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran.....	33

2.1.6.6. Prosedur Penyusunan Anggaran	35
2.1.6.7. Pelaksanaan Anggaran Penjualan	38
2.1.6.8. Proses Pengendalian Kegiatan Penjualan	39
2.1.6.8.1. Pelaporan Kinerja Perusahaan	40
2.1.6.8.2. Analisis Selisih Penjualan	41
2.2. Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1. Metode Penelitian	49
3.2. Objek Penelitian.....	49
3.3. Jenis Penelitian.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5. Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Hasil Penelitian.....	52
4.1.1. Perencanaan Kegiatan Penjualan pada PT.Rasana.....	53
4.1.2. Jenis-jenis Anggaran pada PT.Rasana	54
4.2. Pembahasan.....	55
4.2.1. Anggaran Penjualan PT. Rasana Sebagai Alat Perencanaan	55
4.2.1.1. Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan	56
4.2.1.2. Faktor – faktor yang mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	57

4.2.2. Anggaran Penjualan PT.Rasana Sebagai Alat Pengendalian.....	58
4.2.2.1. Anggaran Penjualan dan Penjualan Aktual PT.Rasana	58
4.2.2.2. Analisis Selisih Penjualan Wafer Cream dan Wafer Stick	
Tahun 2008.....	67
4.2.2.2.1. Laporan Kinerja Penjualan Tahun 2008	69
4.2.2.2.2. Analisis Penyebab Penyimpangan	75
4.2.2.3. Tindak Lanjut Atas Penyimpangan yang Terjadi	80
4.2.3. Peranan Anggaran Penjualan sebagai Alat Perencanaan dan	
Pengendalian Penjualan.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Simpulan	85
5.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	
Bagan Alur Kerangka Pemikiran Penelitian	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Hasil Penjualan Wafer Cream tahun 2007	59
Tabel II Anggaran Penjualan Wafer Cream tahun 2008	60
Tabel III Hasil Penjualan Wafer Cream tahun 2008.....	62
Tabel IV Hasil Penjualan Wafer Stick tahun 2007.....	63
Tabel V Anggaran Penjualan Wafer Stick tahun 2008	64
Tabel VI Hasil Penjualan Wafer Stick tahun 2008.....	66
Tabel VII Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Coklat tahun 2008.....	70
Tabel VIII Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Strawberry tahun 2008.....	71
Tabel IX Laporan Kinerja Penjualan Wafer Cream Orange tahun 2008.....	72
Tabel X Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Coklat tahun 2008.....	73
Tabel XI Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Strawberry tahun 2008.....	74
Tabel XII Laporan Kinerja Penjualan Wafer Stick Orange tahun 2008.....	75