

ABSTRAK

PERANAN ANGGARAN PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PT. X, BANDUNG)

Kegiatan yang berada di PT. X saling berhubungan satu dengan yang lainnya, sehingga diperlukan perencanaan, koordinasi, dan pengendalian yang tepat agar kegiatan-kegiatan tersebut dapat dilaksanakan sebaik-baiknya.

Yang menjadi objek penelitian adalah mengenai peranan anggaran penjualan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada PT. X yang berlokasi di Jalan Terusan Pasirkoja No. 339 Bandung. Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mengetahui proses penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan oleh PT. X dan untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan yang dilakukan oleh PT. X.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penyusunan penelitian ini adalah: “Penyusunan anggaran penjualan yang memadai, berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan”.

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan melakukan penelitian lapangan, dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Penelitian kepustakaan diperoleh dengan mempelajari literatur dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis terhadap PT. X bahwa proses penyusunan anggaran penjualan pada PT. X telah memadai, karena adanya langkah-langkah penyusunan anggaran yang memadai dan faktor-faktor intern dan ekstern perusahaan. Selain itu, kegiatan penjualan perusahaan telah efektif, karena adanya proses pengendalian dalam kegiatan penjualan dan tercapainya tujuan kegiatan penjualan. Selain itu juga, anggaran penjualan telah berperan dalam meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan, karena terdapat fungsi anggaran, sehingga hipotesis yang penulis ajukan diterima.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut adalah bahwa penyusunan anggaran penjualan telah diterapkan dengan cukup memadai dan berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada PT. X. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan penulis dapat diterima. Beberapa saran yang penulis ajukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan, yaitu: mempertimbangkan faktor eksternal, melakukan analisis penyimpangan dalam satuan unit, pemisahan fungsi yang jelas, dan lebih berperan aktifnya *top management* perusahaan.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 5 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 6 |
| 1.5 Rerangka Pemikiran | 7 |
| 1.6 Metodologi Penelitian | 10 |
| 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Definisi Peranan | 13 |
| 2.2 Anggaran | 14 |
| 2.2.1 Definisi Anggaran | 14 |
| 2.2.2 Karakteristik Anggaran | 16 |
| 2.2.3 Fungsi Anggaran | 17 |
| 2.2.4 Keunggulan, Kelemahan, dan Syarat Anggaran | 19 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.2.5 | Penyusunan Anggaran | |
| 2.2.5.1 | Manfaat Penyusunan Anggaran | 22 |
| 2.2.5.2 | Prosedur Penyusunan Anggaran | 23 |
| 2.3 | Anggaran Penjualan | |
| 2.3.1 | Definisi Anggaran Penjualan | 26 |
| 2.3.2 | Manfaat Anggaran Penjualan | 28 |
| 2.3.3 | Periode Anggaran Penjualan | 30 |
| 2.3.4 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan | 31 |
| 2.3.5 | Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan | 33 |
| 2.3.6 | Pelaksanaan Anggaran Penjualan | 36 |
| 2.3.7 | Proses Pengendalian Kegiatan Penjualan | 36 |
| 2.3.7.1 | Pelaporan Realisasi Anggaran Penjualan | 37 |
| 2.3.7.2 | Analisis Selisih Penjualan | 39 |
| 2.4 | Efektivitas | 42 |
| 2.4.1 | Ukuran Efektivitas | 43 |
| 2.5 | Hubungan Anggaran Penjualan dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan | 43 |

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

| | | |
|-------|---------------------------------|----|
| 3.1 | Objek Penelitian | 46 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 46 |
| 3.2.1 | Penentuan Responden | 47 |
| 3.2.2 | Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 3.2.3 | Operasionalisasi Variabel | 50 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.2.4 | Variabel dan Skala Pengukuran | 50 |
| 3.2.5 | Teknik Pengembangan Instrumen | 52 |
| 3.2.6 | Analisis Data dan Pengujian Hipotesis | 53 |
| 3.2.7 | Penarikan Kesimpulan | 55 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-------|--|----|
| 4.1 | Gambaran Umum Perusahaan | |
| 4.1.1 | Sejarah Singkat Perusahaan | 56 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi Perusahaan | 57 |
| 4.1.3 | Tujuan Perusahaan | 57 |
| 4.1.4 | Aktivitas dan Program Perusahaan | 57 |
| 4.1.5 | Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Perusahaan | 58 |
| 4.2 | Prosedur Penjualan PT. X | 65 |
| 4.3 | Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan | 70 |
| 4.4 | Efektivitas Penjualan | |
| 4.4.1 | Tujuan Penjualan | 73 |
| 4.4.2 | Proses Pengendalian Kegiatan Penjualan | 74 |
| 4.5 | Analisis Selisih | 76 |
| 4.5.1 | Anggaran Penjualan dan Pelaporan Realisasi Penjualan Perusahaan untuk Semester 1 Tahun Anggaran 2005 | 76 |
| 4.5.2 | Anggaran Penjualan dan Pelaporan Realisasi Penjualan Perusahaan untuk Semester 2 Tahun Anggaran 2005 | 78 |

| | | |
|----------------------------|--|-----|
| 4.5.3 | Anggaran Penjualan dan Pelaporan Realisasi Penjualan Perusahaan untuk Semester 1 Tahun Anggaran 2006 | 80 |
| 4.6 | Peranan Anggaran Penjualan dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan pada PT. X | 101 |
| 4.7 | Pengujian Hipotesis | 104 |
| 4.7.1 | Analisis Deskriptif | 105 |
| 4.7.2 | Analisis Statistik | 110 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 113 |
| 5.2 | Saran | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 118 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | | 119 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 3.1 Variabel, Indikator, Sub Indikator, dan Skala Pengukuran | 51 |
| Tabel 4.1 Laporan Realisasi Penjualan Semester 1 Tahun Anggaran 2005 | 77 |
| Tabel 4.2 Laporan Realisasi Penjualan Semester 2 Tahun Anggaran 2005 | 79 |
| Tabel 4.3 Laporan Realisasi Penjualan Tahun Anggaran 2005 | 80 |
| Tabel 4.4 Laporan Realisasi Penjualan Semester 1 Tahun Anggaran 2006 | 82 |
| Tabel 4.5 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Januari 2005 PT. X | 83 |
| Tabel 4.6 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Februari 2005 PT. X | 84 |
| Tabel 4.7 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Maret 2005 PT. X | 85 |
| Tabel 4.8 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan April 2005 PT. X | 86 |
| Tabel 4.9 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Mei 2005 PT. X | 87 |
| Tabel 4.10 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Juni 2005 PT. X | 88 |
| Tabel 4.11 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Juli 2005 PT. X | 89 |
| Tabel 4.12 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Agustus 2005 PT. X | 90 |
| Tabel 4.13 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan September 2005 PT. X | 91 |
| Tabel 4.14 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk Bulan Oktober 2005 PT. X | 92 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 4.15 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan November 2005 PT. X | 93 |
| Tabel 4.16 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Desember 2005 PT. X | 94 |
| Tabel 4.17 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Januari 2006 PT. X | 95 |
| Tabel 4.18 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Februari 2006 PT. X | 96 |
| Tabel 4.19 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Maret 2006 PT. X | 97 |
| Tabel 4.20 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan April 2006 PT. X | 98 |
| Tabel 4.21 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Mei 2006 PT. X | 99 |
| Tabel 4.22 Laporan Realisasi Penjualan Bulanan untuk tiap produk | |
| Bulan Juni 2006 PT. X | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. X | 59 |
| Gambar 4.2 Prosedur Penjualan kepada Dealer Perusahaan | 69 |
| Gambar 4.3 Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan tahun Anggaran 2005 dan 2006 | 72 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 : Kuesioner | 119 |
| Lampiran 2 : Lampiran Data Hasil dari Rekapitulasi Jawaban Responden | 128 |
| Lampiran 3 : Lampiran Produk-produk PT. X | 132 |
| Lampiran 4 : Surat Pernyataan | 133 |
| Lampiran 5 : Riwayat Hidup | 134 |