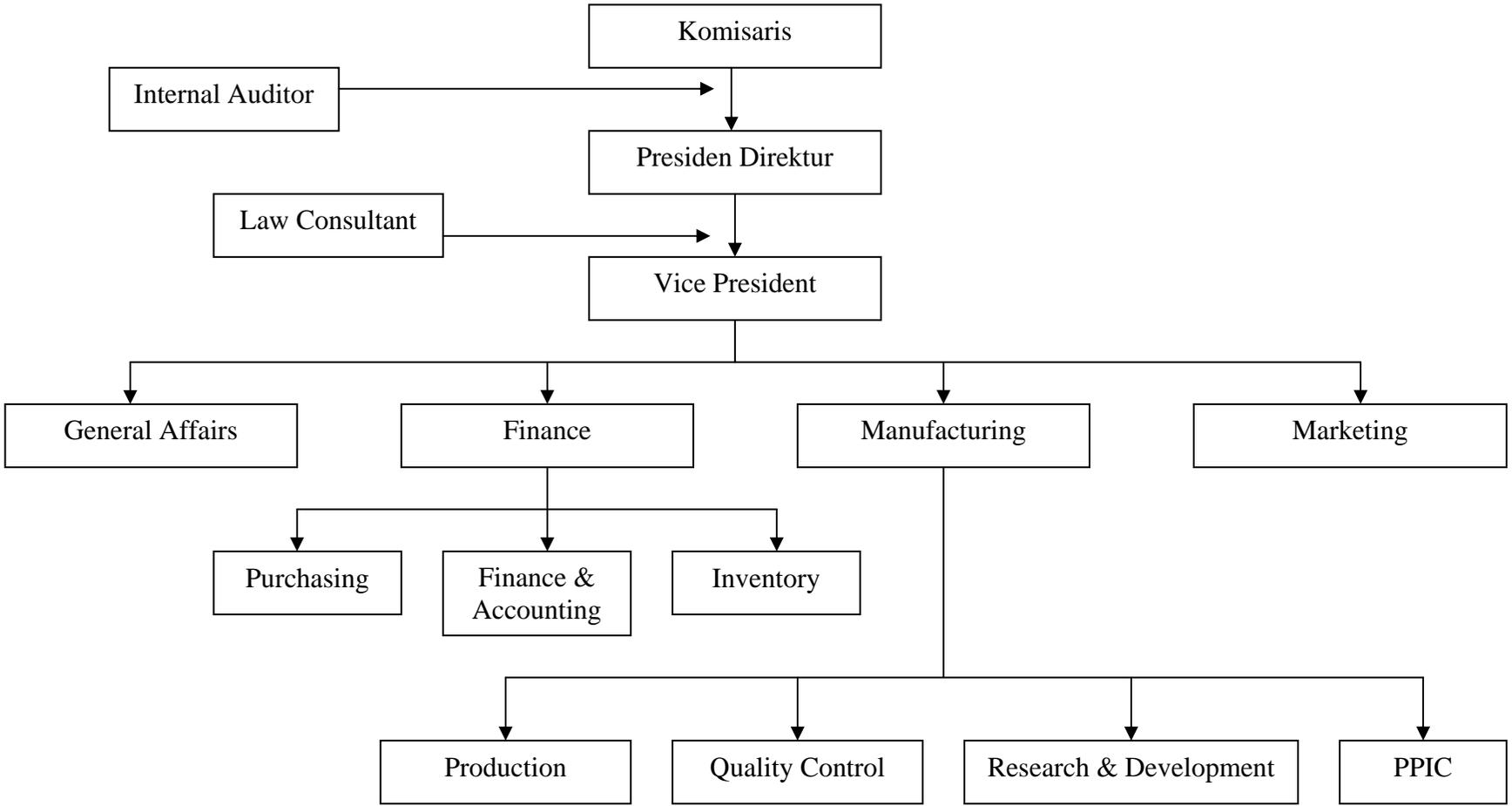


STRUKTUR ORGANISASI PT. X

LAMPIRAN 1



4.	Apakah setiap manajer menyusun dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran untuk organisasi dibawahnya?					
5.	Apakah ada partisipasi manajer lainnya dalam menyusun anggaran biaya promosi?					
6.	Apakah anggaran yang disahkan didasarkan pada pertimbangan manajer tingkat atas?					
	b. Struktur Organisasi yang Sehat					
7.	Apakah perusahaan memiliki struktur organisasi yang memuat secara jelas garis wewenang dan tanggung jawab?					
8.	Apakah perusahaan mempunyai struktur organisasi secara tertulis?					
9.	Apakah setiap bagian yang ada dalam struktur organisasi dikepalai oleh kepala bagian?					
10.	Apakah perusahaan menetapkan secara tegas wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian?					
11.	Apakah perusahaan mempunyai bagian khusus yang menangani proses penyusunan anggaran?					
	c. Komunikasi					
12.	Apakah anggaran yang telah disahkan tersebut didistribusikan kepada setiap bagian dalam organisasi di bawahnya dan dijadikan sebagai pedoman pelaksanaan anggaran?					
13.	Apakah pencatatan akuntansi terhadap transaksi akan memberikan informasi realisasi anggaran?					

14.	Apakah anggaran yang sudah tersusun dikomunikasikan agar semua pelaksana dapat mengetahui dan melaksanakannya?					
15.	Apakah anggaran yang telah disetujui didistribusikan kepada bagian organisasi dibawahnya dan dijadikan pedoman pelaksanaan kegiatan promosi?					
d. Sasaran harus realistis						
16.	Apakah anggaran yang disusun berdasarkan standar atau patokan tertentu?					
17.	Apakah anggaran yang disusun berdasarkan pedoman penyusunan anggaran yang ditetapkan?					
18.	Apakah dalam penyusunan anggaran biaya promosi selalu disesuaikan dengan sasaran yang telah ditetapkan?					
19.	Apakah penyusunan anggaran biaya promosi menggunakan data historis yang berasal dari bagian akuntansi?					
20.	Apakah penetapan besarnya biaya promosi dalam anggaran disesuaikan dengan kebijakan yang telah ditetapkan?					
21.	Apakah anggaran yang telah disusun merupakan hasil kesepakatan bersama sesuai dengan kondisi lingkungan dan daya beli konsumen?					
22.	Apakah pimpinan bersikap realistis dalam menentukan sasaran yang akan dicapai dalam suatu anggaran?					
e. Dimensi waktu						
23.	Apakah transaksi yang ada benar dan dinilai dengan pantas?					

24.	Apakah perusahaan menetapkan periode anggaran?					
25.	Apakah perusahaan menetapkan periode anggaran biaya promosi untuk jangka waktu satu tahun?					
26.	Apakah anggaran disusun untuk jangka waktu satu bulan?					
	f. Penerapan Flexible					
27.	Apakah anggaran bersifat fleksibel sehingga manajer dapat mengambil keputusan pada kondisi tertentu yang terjadi diluar rencana?					
28.	Apakah setiap bagian diperkenankan mengajukan usulan perubahan apabila terjadi perubahan pada anggaran?					
29.	Apakah usulan perubahan tersebut dapat diajukan setiap waktu?					
	g. Evaluasi					
30.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan memotivasi para karyawan dalam mencapai target dalam penjualan?					
31.	Apakah dengan penyusunan anggaran dapat diukur prestasi kerja pelaksana?					
32.	Apakah ada evaluasi atas hasil yang dicapai dibandingkan dengan anggaran?					
	SYARAT-SYARAT ANGGARAN					
	a. Ada organisasi yang sehat					
33.	Apakah perusahaan mempunyai struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas?					
	b. Ada sistem akuntansi yang memadai					
34.	Apakah ada komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan dalam mencapai target penjualan?					

35.	Apakah informasi dalam penyusunan anggaran didasarkan pada data historis?					
36.	Apakah terdapat catatan akuntansi yang mendukung penyusunan anggaran biaya promosi?					
37.	Apakah perusahaan mempunyai pedoman penyusunan yang dijadikan acuan dalam penyusunan anggaran biaya promosi?					
	c. Ada penelitian dan analisis					
38.	Apakah diadakan penelitian dan analisis terhadap penyimpangan yang terjadi?					
39.	Apakah perencanaan yang dilaksanakan didasarkan pada anggaran periode sebelumnya?					
40.	Apakah anggaran biaya promosi digunakan sebagai alat pembanding untuk menilai realisasi kegiatan promosi?					
41.	Apakah dengan melakukan perbandingan dan analisis selisih dapat diketahui penyebab terjadinya penyimpangan?					
	d. Ada dukungan dari para pelaksana					
42.	Apakah ada dukungan dari manajemen dalam menyusun anggaran biaya promosi?					
	MANFAAT ANGGARAN					
	a. Sebagai alat perencanaan terpadu					
43.	Apakah anggaran biaya promosi merupakan alat bantu manajemen dalam merencanakan kegiatan promosi?					
44.	Apakah anggaran biaya promosi digunakan sebagai dasar untuk merencanakan kegiatan pemasaran?					

	b. Sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan					
45.	Apakah anggaran biaya promosi digunakan sebagai pedoman kerja dan memberikan arah/target yang harus dicapai dalam meningkatkan efektivitas penjualan?					
	c. Sebagai alat koordinasi					
46.	Apakah biaya promosi digunakan sebagai alat untuk pengkoordinasian kerja dalam usaha meningkatkan pengendalian biaya promosi?					
	d. Sebagai alat pengawasan					
47.	Apakah anggaran biaya promosi berperan sebagai alat pengawasan terhadap volume penjualan?					
	e. Sebagai alat evaluasi kegiatan					
48.	Apakah dengan melakukan perbandingan dan analisis selisih dapat dijadikan alat evaluasi penyebab terjadinya penyimpangan?					

Variabel Y

Dependent Variabel: “Peningkatan Efektivitas Penjualan”

	PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN					
	a. Rasio biaya promosi terhadap biaya yang dianggarkan					
1.	Apakah dana yang disediakan untuk kegiatan promosi besarnya relative konstan setiap tahun?					
2.	Apakah perusahaan memiliki tujuan promosi yang lebih spesifik selain tujuan utama untuk meningkatkan efektivitas penjualan?					
3.	Apakah biaya promosi yang dianggarkan sesuai dengan biaya promosi yang dikeluarkan?					
4.	Apakah kebijakan promosi yang diambil harus selalu mengacu pada tujuan untuk meningkatkan efektivitas penjualan?					
	b. Rasio realisasi biaya promosi terhadap realisasi penjualan					
5.	Apakah penetapan biaya promosi mempunyai dampak yang berarti pada peningkatan penjualan?					
6.	Apakah biaya promosi yang dikeluarkan sesuai dengan peningkatan efektivitas penjualan?					
7.	Apakah dengan peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan diikuti pula dengan peningkatan efektivitas penjualan?					
8.	Apakah dengan dikeluarkannya biaya promosi, anggaran penjualan dapat					

	tercapai?					
9.	Apakah biaya yang dikeluarkan tahun-tahun terakhir ini semakin meningkat dan disertai dengan peningkatan penjualan?					
	c. Meningkatnya efektifitas penjualan					
10.	Apakah efektifitas penjualan mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya?					
11.	Apakah dengan pengendalian biaya promosi dapat dicapai peningkatan efektifitas penjualan dan mencegah ketidakefisienan?					
	d. Perbandingan realisasi dengan target penjualan					
12.	Apakah perusahaan perlu menetapkan target penjualan yang akan dicapai untuk suatu tahun anggaran tertentu?					
13.	Apakah perlu dilakukan kegiatan promosi untuk mencapai target penjualan yang telah ditargetkan?					

HASIL JAWABAN QUESIONER

Variabel X

Independent Variabel: "Anggaran Biaya Promosi sebagai Alat Pengendalian
Manajemen yang Memadai"

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3
2	5	5	3	3	5	4	3	5	4	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3
4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4
5	4	4	3	3	4	5	4	4	5	3	3	4
6	5	5	3	3	5	4	3	5	4	3	4	3
7	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	3
8	4	4	3	3	4	5	2	4	5	3	3	4
9	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
10	5	5	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3
11	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
12	5	5	4	4	5	3	2	5	3	4	4	3
13	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	5
14	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3
15	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4
16	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3
17	5	4	3	3	5	4	3	5	4	3	3	4
18	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
19	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	3	5
20	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
21	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	3
22	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4
23	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
24	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4
25	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3
26	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	3
27	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
28	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	3	3
29	5	5	4	4	5	3	2	5	3	4	4	3
30	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2
31	5	5	4	4	5	3	3	5	3	4	3	4
32	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3
33	5	3	4	3	5	3	3	5	3	3	3	3
34	5	4	3	2	5	4	2	5	4	2	2	2
35	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	3
36	5	5	4	3	5	5	3	5	4	3	3	3
37	3	3	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4

38	5	5	4	3	5	5	3	5	5	4	3	3
39	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2
40	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
41	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3
42	4	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	2
43	3	3	4	3	3	5	3	3	5	3	3	3
44	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3
45	5	4	3	3	5	4	3	5	4	3	3	3
46	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4
47	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
48	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3
Total	202	185	174	163	200	185	156	199	192	166	150	157

Variabel Y

Dependent Variabel: “Peningkatan Efektivitas Penjualan”

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3
4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3
5	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4
6	5	4	5	3	5	4	4	3	3	4	4	3
7	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4
8	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
9	5	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4
10	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	2
11	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
12	3	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3
13	4	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	3
Total	47	41	45	41	49	44	43	43	43	42	38	41