

ABSTRAK

Dengan berkembangnya dunia usaha yang semakin pesat maka persaingan usaha tidak dapat dihindari lagi, baik dalam sektor jasa, industri, maupun perdagangan. Agar dapat berkompetisi, pihak manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mengelola kegiatan usahanya dengan seefektif dan seefisien mungkin agar dapat keuntungan yang optimal. Salah satu komponen penting dalam usaha memperoleh laba yang optimal adalah kegiatan penjualan. Untuk itu usaha perbaikan dan penyempurnaan aktivitas penjualan perlu dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mencapai tujuannya tersebut. Salah satu alat yang dapat digunakan sebagai alat pengendalian dan perencanaan dalam rangka menilai efektivitas kegiatan penjualan adalah anggaran penjualan. Anggaran penjualan ini dapat digunakan sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan manajemen dalam penegelolaan perusahaan dan sebagai alat perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan di dalam perusahaan.

Dalam skripsi ini, penulis memberikan kesimpulan bahwa penggunaan anggaran penjualan memiliki peranan penting dalam aktivitas perusahaan untuk meningkatkan efektivitas penjualan bagi perusahaan. Penelitian dilakukan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dan membahas masalah pada anggaran penjualan sebagai salah satu alat perencanaan dan pengendalian.. Penyusunan anggaran pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk menggunakan pendekatan *partisipatif*, dimana terdapat komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan, walaupun pada akhirnya keputusan ada ditangan atasan.

Anggaran penjualan memberikan arah dan target yang harus dicapai oleh tenaga penjual yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui seberapa besar pengaruh anggaran penjualan terhadap efektivitas penjualan, pihak manajemen dapat mengetahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Penyimpangan yang terjadi kemudian dianalisis penyebabnya dengan program SPSS apakah penyimpangan itu dari faktor internal atau faktor eksternal. Perusahaan segera melakukan tindak lanjut agar dapat mengantisipasi masalah tersebut dan pengaruhnya terhadap terhadap operasi perusahaan di masa yang akan datang.

Kata kunci : Anggaran Penjualan, Efektivitas Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Anggaran.....	11
2.1.1 Pengertian Anggaran.....	11
2.1.2 Penyusunan dan Fungsi Anggaran.....	12
2.1.3 Tujuan Anggaran.....	13
2.1.4 Manfaat Anggaran.....	14
2.1.5 Karakteristik Anggaran.....	16

2.1.6	Jenis-Jenis Anggaran.....	18
2.1.7	Keterbatasan Anggaran.....	20
2.1.8	Prosedur Penyusunan Anggaran.....	22
2.1.9	Pendekatan Dalam Proses Penyusunan Anggaran.....	23
2.1.10	Anggaran Berfungsi dan Bermanfaat Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian.....	24
2.1.11	Analisis Selisih Anggaran.....	25
2.2	Pengertian Penjualan.....	26
2.2.1	Faktor-Faktor Penjualan.....	27
2.2.2	Orientasi Penjualan.....	28
2.3	Ramalan Penjualan.....	28
2.4	Anggaran Penjualan.....	29
2.4.1	Pengertian Anggaran Penjualan.....	29
2.4.2	Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan.....	31
2.4.3	Sasaran Anggaran Penjualan.....	32
2.5	Pengertian Perencanaan.....	32
2.6	Pengertian Pengendalian.....	33
2.7	Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan dan Pengendalian Penjualan.....	34
2.8	Efektivitas.....	34
2.8.1	Pengertian Efektivitas.....	34
2.8.2	Pengukuran Efektivitas.....	35

BAB III	OBJEK DAN METODA PENELITIAN.....	36
3.1	Objek Penelitian.....	36
3.1.1	Sejarah Singkat Perseroan.....	36
3.1.2	Bidang Usaha.....	37
3.1.3	Lokasi, Bahan Baku dan Mitra Usaha.....	39
3.1.4	Distribusi dan Penjualan.....	40
3.1.5	Sumber Daya Manusia.....	40
3.1.6	Riwayat Permodalan.....	42
3.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	43
3.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	43
3.4	Metoda Penelitian.....	46
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.2	Langkah-Langkah Penelitian.....	48
3.4.3	Teknik Pengolahan Data.....	49
3.5	Analisis Regesi.....	50
3.5.1	Variabel Bebas dan Variabel Terikat.....	50
3.5.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Perencanaan Kegiatan Penjualan Pada PT. Ultrajaya.....	53
4.2	Jenis-Jenis Anggaran Pada PT. Ultrajaya.....	53
4.3	Anggaran Penjualan PT. Ultrajaya Sebagai Alat Perencanaan.....	54
4.3.1	Tujuan Penyusunan Anggaran Penjualan.....	55

4.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	57
4.3.3	Periode Anggaran Penjualan.....	58
4.3.4	Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan.....	58
4.4	Anggaran Penjualan PT. Ultrajaya sebagai Alat Pengendalian.....	59
4.4.1	Anggaran Penjualan dan Penjualan Aktual PT. Ultrajaya.....	60
4.4.2	Laporan Kinerja Penjualan.....	61
4.4.3	Analisis Anggaran Penjualan Terhadap Aktual Penjualan.....	69
4.5	Pengaruh Anggaran Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan.....	72
4.5.1	Analisis Perhitungan Anggaran Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan.....	94
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja.....	42
Gambar 3.2	Struktur Organisasi.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Tenaga Kerja.....	41
Tabel 4.1	Laporan Kinerja Penjualan Susu Tahun 2004.....	62
Tabel 4.2	Laporan Kinerja Penjualan Buavita Tahun 2004.....	63
Tabel 4.3	Laporan Kinerja Penjualan Teh Tahun 2004.....	64
Tabel 4.4	Laporan Kinerja Penjualan Susu Tahun 2005.....	64
Tabel 4.5	Laporan Kinerja Penjualan Buavita Tahun 2005.....	65
Tabel 4.6	Laporan Kinerja Penjualan Teh Tahun 2005.....	66
Tabel 4.7	Laporan Kinerja Penjualan Susu Tahun 2006.....	67
Tabel 4.8	Laporan Kinerja Penjualan Buavita Tahun 2006.....	67
Tabel 4.9	Laporan Kinerja Penjualan Buavita Tahun 2006.....	68
Tabel 4.10	Laporan Kinerja Tahun 2004.....	72
Tabel 4.11	Laporan Kinerja Tahun 2005.....	73
Tabel 4.12	Laporan Kinerja Tahun 2006.....	74
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Susu Tahun 2004.....	75
Tabel 4.14	ANOVA (b) Produk Susu 2004.....	75
Tabel 4.15	Coefficients (a) Produk Susu 2004.....	76
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Buavita Tahun 2004.....	77
Tabel 4.17	ANOVA (b) Produk Buavita 2004.....	77
Tabel 4.18	Coefficients (a) Produk Buavita 2004.....	78

Tabel 4.19	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Teh Tahun 2004.....	79
Tabel 4.20	ANOVA (b) Produk Teh 2004.....	80
Tabel 4.21	Coefficients (a) Produk Teh 2004.....	80
Tabel 4.22	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Susu Tahun 2005.....	81
Tabel 4.23	ANOVA (b) Produk Susu 2005.....	82
Tabel 4.24	Coefficients (a) Produk Susu 2005.....	82
Tabel 4.25	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Buavita Tahun 2005.....	84
Tabel 4.26	ANOVA (b) Produk Buavita 2005.....	84
Tabel 4.27	Coefficients (a) Produk Buavita 2005.....	85
Tabel 4.28	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Teh Tahun 2005.....	86
Tabel 4.29	ANOVA (b) Produk Teh 2005.....	86
Tabel 4.30	Coefficients (a) Produk Teh 2005.....	87
Tabel 4.31	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Susu Tahun 2006.....	88
Tabel 4.32	ANOVA (b) Produk Susu 2006.....	88
Tabel 4.33	Coefficients (a) Produk Susu 2006.....	89
Tabel 4.34	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Buavita Tahun 2006.....	90
Tabel 4.35	ANOVA (b) Produk Buavita 2006.....	91

Tabel 4.36	Coefficients (a) Produk Buavita 2006.....	91
Tabel 4.37	Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Anggaran Penjualan Produk Teh Tahun 2006.....	92
Tabel 4.38	ANOVA (b) Produk Teh 2006.....	93
Tabel 4.39	Coefficients (a) Produk Teh 2006.....	93
Tabel 4.40	Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Peranan Anggaran Penjualan dalam Perencanaan dan Pengendalian Penjualan.....	95