

ABSTRACT

Rapidly growing business world, it makes the competition is also getting tighter. In order to survive, companies must implement a management function well, that is from planning, execution, control, and management evaluation. The main objective of profit-oriented companies is gain profit as much as possible. Profit or loss is related to the level of sales, a way that can be done to increase sales is with planning, especially the sales budget planning. In preparing this paper, the authors conducted research on CV.Key Co Custom Product Manufacturer Bandung, which is a manufacturing company engaged in the confectionery. The objective of research is to find out how the company's procedures and policies in managing its sales, and how the influence of sales budget on sales effectivity.

The company prepares a sales budget once every year, which was divided into two semesters. Based on the data obtained, it is known that there is a negative deviation in the second semester, in 2007 and 2009 caused by mechanical failure, lack of promotion, and reduction in employees performance. The company set a limit of tolerance deviation is 5% per year. Actual sales each year, always exceed a predetermined budget, even sales continued to increase from the previous year. Sales budget affects sales effectivity, because it can be used as the basis for achieving sales targets, and evaluate sales results.

Keywords: Budget, Budget Sales, Sales Effectiveness

ABSTRAK

Dunia usaha berkembang pesat, hal tersebut membuat persaingan juga semakin ketat. Agar dapat bertahan, perusahaan harus melaksanakan fungsi manajemen dengan baik, yaitu perencanaan yang matang, pelaksanaan, pengendalian, serta evaluasi manajemen. Tujuan utama perusahaan yang berorientasi laba yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Laba atau rugi sangat berkaitan dengan tingkat penjualan, salah satu cara yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan perencanaan, khususnya perencanaan anggaran penjualan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada CV.Key Co Custom Product Manufacturer Bandung, merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang konfeksi. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana prosedur dan kebijakan perusahaan dalam mengelola penjualannya, dan bagaimana pengaruh anggaran penjualan terhadap efektivitas penjualan.

Perusahaan melakukan penyusunan anggaran penjualan satu tahun sekali, yang di bagi ke dalam dua semester. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui, bahwa terdapat penyimpangan negatif pada semester ke dua, di tahun 2007 dan 2009 disebabkan oleh kerusakan mesin, kurangnya promosi, dan penurunan kinerja karyawan. Perusahaan menetapkan batas toleransi penyimpangan sebesar 5% per tahun. Realisasi penjualan tiap tahun, selalu melebihi anggaran yang telah ditetapkan, bahkan penjualannya terus meningkat dari tahun sebelumnya. Anggaran penjualan mempengaruhi efektivitas penjualan, karena dapat dijadikan dasar untuk mencapai target penjualan, dan mengevaluasi hasil penjualan.

Kata Kunci : Anggaran, Anggaran Penjualan, Efektivitas Penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Anggaran.....	6
2.1.1.1 Pengertian Anggaran.....	6

2.1.1.2	Perbedaan Anggaran dan Ramalan.....	8
2.1.1.3	Karakteristik Anggaran.....	9
2.1.1.4	Tujuan Penganggaran.....	10
2.1.1.5	Manfaat Penganggaran.....	10
2.1.1.6	Keterbatasan Anggaran.....	12
2.1.1.7	Tahap-Tahap Penyusunan Anggaran.....	13
2.1.1.8	Hal-Hal yang harus Dipertimbangkan dalam Penyusunan Anggaran.....	16
2.1.1.9	Prosedur Penyusunan Anggaran.....	18
2.1.1.10	Jenis-Jenis Anggaran.....	18
2.1.2	Anggaran Penjualan.....	22
2.1.2.1	Pengertian Anggaran Penjualan.....	23
2.1.2.2	Tujuan Anggaran Penjualan.....	24
2.1.2.3	Kegunaan Anggaran Penjualan.....	24
2.1.2.4	Langkah-Langkah Penyusunan Anggaran Penjualan.....	24
2.1.2.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.....	25
2.1.3	Efektivitas Penjualan.....	26
2.1.4	Pengaruh Anggaran Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan.....	28
2.2	Kerangka Pemikiran.....	29
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Prosedur Penyusunan Anggaran.....	37
4.1.2 Periodisasi Penyusunan Anggaran.....	41
4.1.3 Prosedur Penjualan.....	41
4.1.4 Pengaruh Penyusunan Anggaran Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan.....	44
4.1.5 Analisis Selisih Anggaran Penjualan terhadap Realisasi Penjualan.....	49
4.1.5.1 Analisis Tahun 2007.....	49
4.1.5.2 Analisis Tahun 2008.....	50
4.1.5.3 Analisis Tahun 2009.....	51
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Penyusunan Anggaran Penjualan.....	53
4.2.2 Efektivitas Penjualan.....	55
4.2.3 Analisis Kelemahan Perusahaan.....	56

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....		61
LAMPIRAN.....		63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan tahun 2007.....44
Tabel II	Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan tahun 2008.....45
Tabel III	Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan tahun 2009.....45

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik I Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Unit tahun 2007.....	46
Grafik II Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Nilai Penjualan tahun 2007.....	46
Grafik III Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Unit tahun 2008.....	47
Grafik IV Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Nilai Penjualan tahun 2008.....	47
Grafik V Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Unit tahun 2009.....	48
Grafik VI Perbandingan antara Anggaran Penjualan dengan Realisasi Penjualan Berdasarkan Nilai Penjualan tahun 2009.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	Struktur Organisasi CV. Key Co
	Custom Product Manufacturer.....63
LAMPIRAN B	Surat Keterangan.....64
LAMPIRAN C	Berita Acara Bimbingan.....65