

AG NO : 657  
TGL TERIMA : 9-3-2017  
PARAF : *[Signature]*



**Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan  
Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada  
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Sebagai Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi*

**RAHMA DANIATI  
12 231 061**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH KOSENTRASI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
2017**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Daniati  
NIM : 12 231 061  
Tempat/ Tanggal Lahir : Payakumbuh/ 2 Februari 1994  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah Kosentrasi Akuntansi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "PERANAN ANGGARAN PENJUALAN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN PADA CV. MAJU BERSAMA PAYAKUMBUH" adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 20 Februari 2017

Saya yang menyatakan



**RAHMA DANIATI**  
NIM. 12 231 061

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **RAHMA DANIATI, NIM. 12 231 061** dengan judul **“PERANAN ANGGARAN PENJUALAN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN PADA CV. MAJU BERSAMA PAYAKUMBUH”** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah untuk diajukan kepada sidang *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya,

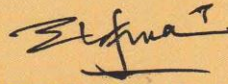
Batusangkar, 31 Januari 2017

**Pembimbing I**



**Gampito, SE.,M.Si**  
NIP. 19670219 200501 1 005

**Pembimbing II**



**Elfina Yenti, SE.Akt.,M.Si.CA**  
NIP. 19740623 200003 2 002


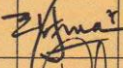
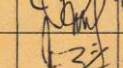
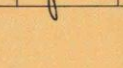
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri  
Batusangkar



**Nasfizar Guspendri, SE.,M.Si**  
NIP. 19750823 200312 1004

**PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi yang ditulis oleh RAHMA DANIATI NIM 12 231 061 berjudul “Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektifitas Penjualan Pada CV Maju Bersama Payakumbuh”, telah diujikan dalam Sidang *Munqasyah* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar pada hari Selasa tanggal 21 Februari 2017, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1).

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Gampito, SE., M.Si. NIP. 19670219 200501 1 005	Ketua Sidang		7/3-17
2	Elfina Yenti, SE., Akt., M.Si., CA. NIP. 19740623 200003 2 002	Sekretaris Sidang		7/3 2017
3	Sri Adella Fitri, SE., M.Si. NIP. 19830713 200604 2 002	Anggota I		7/3 2017
4	Suzana, SE., M.Si. NIP.-	Anggota II		06/03 .2017

**Mengetahui**  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri  
Batusangkar

  
Nashizah Guspendri, SE., M.Si  
NIP. 19750823 200312 1 004

## ABSTRAK

**Rahma Daniati, NIM 12 231 061**, dengan judul skripsi “**Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh**”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Kosentrasi Akuntansi Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar 2017.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh. penjualan CV. Maju Bersama selama tahun 2015 hanya beberapa bulan yang melebihi target penjualan, sementara pada bulan-bulan lainnya tidak memenuhi target penjualan sehingga jumlah anggaran yang direncanakan dengan realisasi anggaran memiliki selisih yang cukup besar. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh dan Untuk mengetahui besarnya peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah *Field Research* (penelitian lapangan) yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran nyata mengenai CV. Maju Bersama Payakumbuh. Objek dalam penelitian ini adalah CV. Maju Bersama Payakumbuh, Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden, dan data sekunder berupa laporan anggaran penjualan tahun 2015.

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis terhadap CV. Maju Bersama Payakumbuh Berdasarkan alat analisis persentase kuesioner yang dikemukakan oleh D.J. Champion, bahwa peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan dari kuesioner yang di sebarakan sebesar 81%. Menurut skala kriteria yang di kemukakan oleh D. J. Champion 76%-100%, bahwa peranan anggaran penjualan sangat berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan CV. Maju Bersama.

**Kata kunci : Peranan Anggaran Penjualan, Efektivitas Penjualan**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji syukur hanyalah milik Allah SWT, hanya berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh”**. Shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Rasulullah SAW yang telah mengajarkan kepada manusia berbagai ilmu pengetahuan dan meninggalkan dua pusaka (Alqur’an dan Hadits) sebagai pedoman kehidupan di dunia dan di akhirat.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan kuliah penulis guna meraih gelar sarjana strata satu (SI) pada Jurusan Ekonomi Syariah Kosentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih terutama kepada Ayahanda tercinta( Aman Sutrisno), Ibunda tercinta (Asnidar) telah memberikan do’a dan kasih sayang tak terhingga merupakan semangat terbesar demi kesuksesan peneliti, dan buat adikku tercinta (Siti Nur Isnaini) dan (Putri Nur Halizah) yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan moril maupun materil untuk selesainya penulisan ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, Bapak Dr. H. Kasmuri MA.
2. Dekan Falkutas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, Bapak Nasfizar Guspendri, SE.,M.Si
3. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, Bapak Gampito,SE., M.Si.

4. Kedua pembimbing yaitu Bapak Gampito,SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Elfina Yenti, SE.,Akt.,M.Si.,CA selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
5. Penasehat Akademik yaitu Dr.Nofrivul. M.M
6. Penguji I yaitu Ibu Sri Adela Fitri,SE.,M.Si dan penguji II yaitu Ibu Suzana, SE.,M.Si.
7. Seluruh dosen dan staff administrasi IAIN Batusangkar yang menaruh perhatian dan bantuan kepada Penulis sehingga selesainya skripsi ini.
8. Seluruh Karyawan CV. Maju Bersama Payakumbuh.
9. Ucapan terimakasih kepada teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah Kosentrasi Akuntansi Syariah Angkatan 12 yang telah bekerja sama dalam berbagai ilmu serta motivasi dan arahan yang mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan sumbangan berupa kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini Kemudian, mohon maaf bila ada kesalahan dalam penulisan ataupun dalam penyusunannya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lain.

Batusangkar, 05 Januari 2017

Penulis,

**Rahma Daniati**  
**NIM.12 231 061**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

A. Anggaran	
1. Pengertian Anggara .....	8
2. Tujuan Dan Manfaat Penyusunan Anggaran.....	11
3. Fungsi Anggaran .....	13
4. Keuntungan Dan Keterbatasan Anggaran .....	15
5. Karateristik Anggaran .....	15
6. Jenis-Jenis Anggaran .....	16
7. Proses Penganggaran .....	19
8. Langkah-langkah Penyusunan Anggaran .....	21

B. Penjualan	
1. Pengertian Penjualan .....	24
2. Tujuan Penjualan .....	25
3. Jenis-Jenis Penjualan .....	25
4. Faktor-Faktor Mempengaruhi Penjualan.....	26
5. Proses Penjualan .....	27
C. Anggaran Penjualan	
1. Pengertian Anggaran Penjualan.....	28
2. Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan .....	30
3. Fungsi Dasar Anggaran Penjualan .....	31
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan ....	32
5. Langkah-Langkah Penyusunan Anggaran Penjualan .....	34
D. Efektivitas penjualan .....	35
E. Konsep Tentang Peranan.....	37
F. Hubungan Peranan Anggaran Penjualan Dengan Efektivitas Penjualan .....	37
G. Penelitian Terdahulu .....	39
H. Defenisi operasional .....	41
I. Kerangka Berpikir .....	42

### **BAB III : METOD E PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	43
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
C. Sumber Data .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data .....	44
E. Teknik Analisis Data .....	47

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian	
1. Sejarah Berdirinya CV. Maju Bersama Payakumbuh .....	49
2. Visi dan Misi CV. Maju Bersama Payakumbuh .....	50
3. Struktur organisasi .....	51

4. Prosedur penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh.....	53
5. Pencatatan Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh .....	54
6. Pelaksanaan Anggaran Penjualan .....	54

**B. Pembahasan**

1. Peranan Anggaran Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh.....	55
2. Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh .....	62
3. Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.....	68
4. Perhitungan Kuesioner .....	68

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	71

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Anggaran Penjualan Dan Total Realisasi Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh .....	5
Tabel 3.1 Variabel, indicator, Instrumen .....	45
Tabel 4.1 Rencana Anggaran Penjualan Tahun 2015 .....	59
Tabel 4.2 Rencana Anggaran Penjualan Tahun 2015 .....	60
Tabel 4.3 Total Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan.....	61
Tabel 4.4 Rencana Anggaran dan Realisasi Anggaran Dalam Bentuk Non Keuangan .....	63
Tabel 4.5 Laporan Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh tahun 2015.....	63
Tabel 4.6 Efektivitas Total Anggaran Penjualan dan Realisasi .....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Maju Bersama Payakumbuh.....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan yang dirasakan oleh semua perusahaan semakin berat. Hal ini seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, Perkembangan tersebut akan menjadi tantangan bagi perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba yang optimal dengan pengeluaran biaya yang wajar. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan pengeluaran pengelolaan yang efektif terhadap seluruh aspek kegiatan perusahaan. Sehingga produk yang dihasilkan dapat diserap pasar dengan jumlah besar dan harga yang sesuai ditengah persaingan yang semakin ketat, demi terjaminnya kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan.<sup>1</sup>

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan akan menghadapi banyak masalah dan rintangan. Oleh karena itu untuk menghindari kegagalan suatu usaha maka perlu dilakukan suatu perencanaan. Dimana perencanaan merupakan kunci sukses dalam melaksanakan fungsi manajemen keuangan. Perencanaan keuangan dapat dilakukan didalam berbagai bentuk, namun perencanaan yang baik adalah perencanaan yang harus didasarkan pada keunggulan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan saat ini.

Perencanaan adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu. Sedangkan pengendalian adalah melihat ke belakang, menentukan apakah yang sebenarnya telah terjadi, dan membandingkannya dengan hasil yang direncanakan sebelumnya.<sup>2</sup>

Agar perencanaan dan pengendalian dapat berjalan dengan lancar maka diperlukan suatu alat manajemen, salah satunya adalah anggaran. Anggaran

---

<sup>1</sup>Jusuf Udaya Dkk, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 23-24

<sup>2</sup> Hansen dan Mowen, *"Akuntansi Manajerial"*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 422-423

merupakan rencana terperinci untuk pemerolehan dan pemakaian sumber daya, keuangan dan lain-lain selama periode waktu tertentu, khususnya satu tahun fisikal.<sup>3</sup>

Nilai suatu anggaran tergantung pada perencanaan dan pengendalian anggaran, apabila terjadi penyimpangan atas pelaksanaan anggaran dikarenakan terlalu tinggi dalam penetapannya, maka diperlukan cara untuk mengendalikannya yaitu dengan cara meninjau kembali hasil penetapan anggaran sebelumnya. Dalam pelaksanaannya dapat terwujud dengan baik serta dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian anggaran tersebut, sehingga pada periode yang akan datang dapat dijadikan sebagai perbaikan yang positif. Dengan demikian anggaran dapat berfungsi sebagai alat bantu manajemen dalam mengendalikan kegiatan perusahaan khususnya kegiatan penjualan melalui penerapan anggaran penjualan.<sup>4</sup>

Kegiatan penjualan harus direncanakan dan dikendalikan dengan sebaik-baiknya, karena dari penjualan tersebut diharapkan dapat memperoleh laba yang maksimal sehingga kelanjutan perusahaan dapat terjamin. Allah berfirman dalam surat An-Nisaa' ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Edward, dkk, *Cost Management: A Strategic Emphais*, terj. David Wijaya, "Manajemen Biaya Penekanan Strategis", (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 5 - Jilid 1, 2011), hal. 563

<sup>4</sup> Justine T.Sirait, "Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen", ( Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), hal 92

<sup>5</sup>Al-Hikmah, *Al-Quran dan Terjemahan, Surat An-Nisaa' Ayat 29*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010),Hal 83

Sistem penjualan dalam islam telah diatur secara terperinci dan sedemikian rupa. Islam tidak menganut apa yang diajarkan dalam prinsip ekonomi barat, (modal yang sedikit dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi). Meskipun tujuan perdagangan dalam islam adalah untuk memperoleh keuntungan, tetapi pada prinsipnya aturan perdagangan dalam islam telah memberikan batas-batas tertentu dengan memperhatikan kemaslahatan pada masyarakat.<sup>6</sup>

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam perusahaan. Pengelolaan penjualan yang baik dapat menjadi pendorong yang kuat untuk mencapai tujuan perusahaan dan sebaliknya pengelolaan perusahaan yang buruk dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Anggaran penjualan merupakan dasar untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang lain dan anggaran penjualan disusun lebih awal dari anggaran lainnya. Untuk membuat anggaran penjualan yang efektif, maka anggaran penjualan harus di susun dengan memperhatikan berbagai hal, diantaranya tujuan umum dan strategi perusahaan.

Sesuai dengan fungsi anggaran dapat membantu manajemen dalam pengendalian, maka anggaran penjualan dapat digunakan untuk membantu untuk meningkatkan efektivitas penjualan yaitu dengan membandingkan hasil pelaksanaan dengan anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Namun sebagai alat bantu, anggaran khususnya anggaran penjualan disusun berdasarkan proyeksi masa depan. Anggaran penjualan (*sales budget*) adalah proyeksi yang disetujui komite anggaran yang menjelaskan penjualan yang diharapkan dalam satuan unit dan uang.<sup>7</sup>

Anggaran penjualan pada waktu penyusunannya harus dapat melihat kepada faktor-faktor yang berhubungan dengan efektivitas penjualan yaitu harga penjualan, distribusi penjualan serta pesaing dalam penjualan. Efektivitas penjualan dapat diketahui dari kemajuan prestasi perusahaan,

---

<sup>6</sup>Hulwati, *ekonomi islam*,( Padang: ciputat press group, 2009), hal. 30

<sup>7</sup> Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajerial*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), hal. 427

prestasi ini dapat dilihat dari anggaran yang menjadi tanggungjawab manajer penjualan.

Efektivitas penjualan perusahaan juga di pengaruhi oleh sistem pemasaran (*marketing*) dari perusahaan tersebut apakah sistem pemasarannya sudah tersusun dengan rapi atau belum.<sup>8</sup> Salah satu unsur efektivitas penjualan adalah rencana penjualan yang realistis berdasarkan analisis terhadap penjualan dimasa lalu dan keadaan pasar pada masa kini.

Pada akhir-akhir ini banyak sekali perusahaan yang sulit untuk menentukan banyaknya produk yang terjual di pasaran, serta realisasi dari anggaran penjualan tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan tidak mendapatkan laba yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Dengan peranan anggaran penjualan yang baik perusahaan dapat mengawasi kegiatan penjualannya. Jika realisasi penjualan tidak mencapai target yang diinginkan maka ada kemungkinan perusahaan akan mengalami kerugian, dan peranan anggaran penjualan yang digunakan sebagai alat perencanaan dan pengawasan sangat mendukung pelaksanaan efektivitas penjualan, serta meningkatkan penjualan perusahaan.

CV. Maju Bersama Payakumbuh merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang pembuatan kertas telur (*egg tray*) CV. Maju Bersama menetapkan anggaran penjualannya melihat dari beberapa faktor yaitu kemampuan mesin untuk memproduksi, ketersediaan bahan baku, dan pemasaran produk dengan maksud dapat menunjang efektivitas penjualannya. Berikut laporan penjualan CV.Maju Bersama pada tahun 2015.

---

<sup>8</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2010), Hal 373

**Tabel 1.1**  
**Total Anggaran Penjualan Dan Total Realisasi Penjualan**  
**CV. Maju Bersama Payakumbuh**  
**Tahun 2015**

<b>Bulan</b>	<b>Anggaran</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Selisih</b>
Januari	Rp 750.000.000	Rp 936.000.000	Rp 186.000.000
Februari	Rp 825.000.000	Rp 897.000.000	Rp 72.000.000
Maret	Rp 768.250.000	Rp 717.500.000	Rp (50.750.000)
April	Rp 867.500.000	Rp 725.000.000	Rp (142.500.000)
Mei	Rp 762.650.000	Rp 877.000.000	Rp 114.850.000
Juni	Rp 922.500.000	Rp 687.600.000	Rp (234.900.000)
Juli	Rp 866.000.000	Rp 510.300.000	Rp (355.700.000)
Agustus	Rp 786.150.000	Rp 620.100.000	Rp (166.050.000)
September	Rp 716.000.000	Rp 585.000.000	Rp (131.000.000)
Oktober	Rp 566.000.000	Rp 631.800.000	Rp 65.800.000
November	Rp 678.350.000	Rp 530.400.000	Rp (147.950.000)
Desember	Rp 787.000.000	Rp 686.400.000	Rp (100.600.000)
<b>JUMLAH</b>	<b>Rp 9.295.400.000</b>	<b>Rp 8.404.600.000</b>	<b>Rp (890.800.000)</b>

Sumber : CV. Maju Bersama Payakumbuh Payakumbuh

Dari total anggaran penjualan dan total realisasi penjualan, dapat dilihat penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh selama tahun 2015 hanya beberapa bulan yang penjualan melebihi target penjualan. Penjualan pada bulan Januari 2015 sebesar Rp 186.000.000 merupakan penjualan yang cukup tinggi karena melebihi target, sementara penjualan yang melebihi target penjualan terlihat pada bulan Februari sebesar Rp 72.000.000 dan bulan Mei sebesar Rp 114.500.000, bulan Oktober sebesar Rp 65.800.000. Sementara pada bulan-bulan lainnya tidak ada yang memenuhi target penjualan bahkan jauh di bawah target penjualan, sehingga jumlah anggaran yang direncanakan dengan realisasi anggaran memiliki selisih yang cukup besar.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan memilih judul : **“Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis dapat mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.
2. Efektivitas penjualan pada CV. Maju Besama Payakumbuh.
3. Peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.
4. Faktor yang mempengaruhi tidak tercapainya target penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi dan merumuskan permasalahan ini adalah :

1. Bagaimana efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh?
2. Bagaimana peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh?

## **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah ini dilakukan dengan maksud agar penelitian yang penulis lakukan dapat lebih terfokus. Adapun penulis merumuskan permasalahan penelitian pada “ Bagaimana Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh”

## **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan penelitian ini adalah:

1. Memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana strara satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri Batusangkar (IAIN).
2. Untuk mengetahui efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.

3. Untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

## **F. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan wawasan dalam bidang Anggaran penjualan dan efektivitas, khususnya tentang peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh serta Sebagai salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan studi pada Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

2. Bagi tempat peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai suatu masukan bagi perusahaan dalam pembuatan anggaran penjualan dan untuk melihat peranan anggaran dalam menunjang efektivitas penjualan.

3. Bagi pihak-pihak lain

Hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat dijadikan bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada serta dapat menambah sumber informasi.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Anggaran

##### 1. Pengertian Anggaran

Anggaran (*budget*) adalah rencana terperinci tentang pemerolehan dan penggunaan sumber daya keuangan dan sumber daya lainnya selama satu periode waktu tertentu. Anggaran menunjukkan rencana masa depan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif yang formal.<sup>9</sup>

Menurut Anthony, dkk, (dalam Khamarudin Ahmad), anggaran operasi sebenarnya adalah rencana tindakan yang dinyatakan dalam satuan uang untuk satu periode tertentu, biasanya satu tahun. Sedangkan *Budget*, adalah rencana manajemen, dengan anggaran bahwa penyusun anggaran akan mengambil langkah-langkah positif untuk merealisasi rencana yang telah disusun.

Menurut Gunawan Adisaputra dan Marwan Asri (dalam Khamarudin Ahmad), *budget* merupakan kata benda, yakni hasil yang diperoleh setelah menyelesaikan tugas perencanaan. Sedangkan penganggaran menunjukan suatu proses sejak dari tahap persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya penyusunan rencana, pengumpulan berbagai data dan informasi yang perlu, pembagian tugas, dan pelaksanaan rencana tersebut sampai pada akhirnya, tahap pengawasan dan evaluasi dari hasil pelaksanaan rencana itu.<sup>10</sup>

Anggaran merupakan rencana terperinci untuk pemerolehan dan pemakaian sumber daya keuangan dan lain-lain selama periode waktu tertentu khususnya satu tahun fiskal. Anggaran mencakup aspek keuangan dan nonkeuangan dari operasi dan proyek dan yang direncanakan. Anggaran untuk satu periode merupakan garis pedoman operasi dan

---

<sup>9</sup> Ray H. Garrison Dkk, *Managerial Accounting*, (Jakarta, Selemba Empat: 2007), hal 4

<sup>10</sup> Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada: 2011), hal. 18

proyeksi hasil operasi untuk periode yang dianggarkan. Proses penyiapan anggaran disebut penganggaran (*budgeting*).<sup>11</sup>

M. Munandar menyatakan anggaran (*budget*) adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam satuan keuangan (unit moneter), dan berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang.<sup>12</sup>

Dari pengertian tersebut nampaklah bahwa suatu anggaran memiliki empat unsur yaitu:

1) Rencana

Rencana ialah suatu penentuan terlebih dahulu tentang aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Anggaran juga merupakan suatu rencana, karena anggaran merupakan penentuan terlebih dahulu tentang kegiatan-kegiatan perusahaan di masa yang akan datang. Ada beberapa alasan yang mengharuskan sebuah perusahaan menyusun sebuah rencana untuk menghadapi masa yang akan datang, antara lain:

- a) Masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian, sehingga jauh-jauh sebelum masa tersebut tiba, perusahaan harus mempersiapkan diri untuk menghadapinya.
- b) Masa yang akan datang penuh dengan berbagai alternatif pilihan yang mau tidak mau perusahaan harus memilih. Untuk memilih alternative yang tepat dibutuhkan berbagai analisa, berbagai penelitian, yang kadang-kadang membutuhkan waktu yang tidak singkat.
- c) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai pedoman kerja bagi para karyawan, sehingga sebelum rencana tersebut dilaksanakan

---

<sup>11</sup> Edward, dkk, *Cost Management: A Strategic Emphasis*, terj. David Wijaya, "Manajemen Biaya Penekanan Strategis", (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 5 - Jilid 1, 2011), hal, 564

<sup>12</sup> M. Munandar, *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja Dan Pengawasan Kerja, Edisi Ke 2*, (Yogyakarta, Bpfe-Yogyakarta: 2013), Hal. 1

nanti, masing-masing karyawan sudah mengetahui tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan.

- d) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat pengkoordinasian bagi seluruh kegiatan dari seluruh bagian yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya sebuah rencana maka kegiatan dari seluruh bagian dalam perusahaan akan dapat diatur, agar dapat menunjang, saling bahu membahu, terkoordinasikan, secara sinergis, dan secara bersama-sama menuju kesasaran yang telah ditetapkan.
- e) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat evaluasi kerja para karyawan, yaitu untuk menilai prestasi kerja para karyawan dalam melaksanakan atau merealisasikan rencana tersebut.

## 2) Meliputi seluruh kegiatan perusahaan

Meliputi seluruh kegiatan perusahaan yaitu mencakup semua kegiatan yang akan dilakukan oleh semua bagian-bagian yang ada dalam perusahaan. Mengingat bahwa anggarannya adalah suatu rencana yang nantinya akan dijadikan sebagai pedoman kerja, sebagai pengkoordinasian kerja, dan alat pengawasan kerja, maka sudah semestinya anggaran harus mencakup seluruh kegiatan perusahaan.

## 3) Dinyatakan dalam satuan keuangan.

Dinyatakan dalam satuan keuangan yaitu satuan yang dapat dengan mudah diterapkan pada berbagai kegiatan perusahaan yang beraneka-ragam. Satuan keuangan (unit moneter) yang berlaku di Indonesia adalah satuan "rupiah". Satuan keuangan ini sangat diperlukan, mengingat masing-masing kegiatan perusahaan yang beraneka macam itu memiliki satuan ukur sendiri-sendiri, yang berbeda antara yang satu dengan yang lain. Dengan satuan keuangan dapat diseragamkan semua satuan ukuran yang berbeda-beda tersebut, sehingga memudahkan untuk menganalisis, untuk membandingkan antara kegiatan yang satu dengan kegiatan yang lain.

#### 4) Berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang

Berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang, yaitu bahwa budget berlaku untuk masa yang akan datang, dengan batas waktu tertentu. Di luar batas waktu tersebut, budget yang bersangkutan tidak berlaku, sehingga tidak dapat dijadikan sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja, dan tidak dapat dijadikan sebagai alat evaluasi (pengawasan) kerja, bagi para karyawan. Budget berlaku untuk masa yang akan datang.

Dalam kaitannya dengan masalah jangka waktu (periode) berlakunya Budget, dikenal ada dua macam budget, yaitu :

- a) Budget Strategis (*strategical budget*), ialah Budget yang berlaku untuk jangka panjang, yaitu jangka waktu yang melebihi satu periode akuntansi, atau melebihi satu tahun.
- b) Budget taktis (*tactical budget*), ialah Budget berlaku untuk jangka waktu pendek, yaitu waktu satu periode akuntansi (satu tahun) atau kurang. Budget yang disusun untuk satu periode akuntansi sering disebut sebagai budget periodic jangka kurang dari satu periode akuntansi sering disebut sebagai budget bertahap.<sup>13</sup>

## 2. Tujuan Dan Manfaat Penyusunan Anggaran

Anggaran diperlukan karena ada tujuan dan manfaatnya. Anggaran merupakan alat manajemen yang sangat bermanfaat bagi manajemen dalam melaksanakan dan mengendalikan organisasi agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. Tujuan dan manfaat anggaran dapat dijelaskan seperti berikut :

- a. Digunakan untuk landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- b. Mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.

---

<sup>13</sup>M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 1-5

- c. Merinci jenis dan sumber dana yang dicari maupun jenis investasi dana, sehingga dapat mempermudah pengawasan.
- d. Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
- e. Menyempurnakan rencana yang disusun karena dengan anggaran menjadi lebih jelas dan nyata terlihat.
- f. Menampung dan menganalisis serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan.

Sedangkan manfaat anggaran adalah sebagai berikut:

- a. Semua kegiatan dapat mengarah pada pencapaian tujuan bersama.
- b. Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan karyawan.
- c. Dapat memotivasi karyawan.
- d. Menimbulkan tanggungjawab tertentu pada karyawan.
- e. Menghindari pemborosan dan pembayaran yang tidak perlu.
- f. Sumber daya (seperti tenaga kerja, peralatan, dan dana) dapat dimanfaatkan seefisien mungkin.
- g. Alat pendidikan bagi para manajer.<sup>14</sup>

Anggaran di samping mempunyai banyak manfaat, namun juga mempunyai beberapa kelemahan, antara lain :

- a. Anggaran dibuat berdasarkan taksiran dan anggapan sehingga mengandung unsur ketidakpastian.
- b. Menyusun anggaran yang cermat memerlukan waktu, uang, dan tenaga yang tidak sehingga tidak semua perusahaan mampu menyusun anggaran secara lengkap (komprehensif) dan akurat.
- c. Bagi pihak yang merasa dipaksa untuk melaksanakan anggaran dapat mengakibatkan mereka menggerutu dan menentang sehingga anggaran tidak akan efektif.

---

<sup>14</sup> M.Nafarin, *penganggaran perusahaan*, (Jakarta, selamba empat : 2007), hal.19

### 3. Fungsi Anggaran

Dalam upayanya perusahaan untuk mencapai tujuannya didirikannya perusahaan, organisasi perusahaan memiliki berbagai fungsi yang berkaitan dengan pencapaian tujuan tersebut, fungsi anggaran adalah

#### a. Alat perencanaan

Sebagai bagian dari fungsi perencanaan (*planning*), anggaran merupakan rencana kerja yang menjadi pedoman bagi anggota organisasi dalam bertindak. Anggaran merupakan rencana yang diupayakan untuk direalisasikan. Karena itu, dalam fungsi perencanaan anggaran memiliki beberapa manfaat yang saling berkait satu dengan yang lainnya, yaitu :

- 1) Memberikan pendekatan yang terarah dan terintegrasi kepada seluruh anggota organisasi.
- 2) Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada tujuan umum, yaitu penapaian laba usaha.
- 3) Memaksa seluruh anggota organisasi untuk memiliki komitmen mencapai sasaran yang telah ditetapkan.
- 4) Mengarahkan penggunaan seluruh sumber daya pada kegiatan yang paling menguntungkan.
- 5) Mendorong pencapaian standar prestasi yang tinggi bagi seluruh anggota organisasi.

#### b. Alat pengendalian

Sebagai bagian dari fungsi pengendalian (*controlling*), anggaran berguna sebagai alat penilaian apakah aktivitas setiap bagian organisasi telah sesuai dengan rencana atau tidak. Dalam hal ini anggaran berfungsi sebagai standar / tolak ukur manajemen. Karena itu, dalam fungsi pengendalian, anggaran memiliki beberapa manfaat yang saling berkaitan satu dengan lainnya, yaitu :

- 1) Berperan sebagai tolak ukur atau standar bagi kegiatan organisasi.
- 2) Memberikan kesempatan untuk menilai dan mengevaluasi secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi.

3) Mendorong pihak manajemen secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi.<sup>15</sup>

Sedangkan menurut M. Munandar fungsi dan kegunaan anggaran sebagai berikut :

a. Sebagai Pedoman Kerja.

Budget sebagai pedoman kerja dan memberikan arah serta sekaligus memberikan tugas dan target-target, yang harus dicapai oleh para karyawan dalam jangka waktu tertentu yang akan datang.

b. Sebagai Alat Pengkoordinasian Kerja.

*Budget* berfungsi sebagai alat manajemen untuk mengkoordinasikan kerja seluruh bagian dalam perusahaan, agar saling menunjang, saling bekerja sama secara sinergis, dalam rangka menuju sasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian kelancaran jalannya usaha lebih terjamin.

c. Sebagai Alat Evaluasi (Pengawasan) Kerja

Budget berfungsi sebagai tolak ukur, sebagai alat perbandingan untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan perusahaan nanti. Ini berarti bahwa *budget* berfungsi sebagai alat manajemen untuk menilai kinerja para karyawan dalam menjalankan tugas dan kewajiban yang telah dibebankan kepada mereka. Dengan membandingkan antara apa yang tertuang didalam *budget*, dengan apa yang telah dicapai oleh realisasi kerja karyawan, dapatlah dinilai apakah perusahaan telah sukses bekerja, ataukah kurang sukses bekerja. Dari analisis perbandingan tersebut akan dapat diketahui pula sebab-sebab terjadinya penyimpangan-penyimpangan antara budget dengan realisasinya. Dengan demikian dapat diketahui kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, ( Jakarta, selamba Empat :2013), hal. 66-67

<sup>16</sup>M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 10

#### 4. Keuntungan Dan Keterbatasan Anggaran

- a. Keunggulan Anggaran adalah sebagai berikut :
  - 1) Meningkatkan koordinasi diantara subunit dalam perusahaan.
  - 2) Menyediakan kerangka kerja untuk menilai kinerja.
  - 3) Motivasi para menejer dan karyawan lainnya.<sup>17</sup>
- b. Keterbatasan (*limitations*) Anggaran adalah :
  - 1) *Budget planning* menggunakan taksiran-taksiran yang tidak selalu tepat.
  - 2) *Budget* terus menerus disesuaikan dengan keadaan yang berubah-ubah.
  - 3) Pelaksanaan *budget* tidak terjadi dengan otomatis, oleh karena itu manajemen pada semua tingkat harus ikut serta. Sehingga *budgeting* yang dimaksudkan mencapai prestasi yang lebih tinggi, maka akan menyebabkan timbulnya persoalan hubungan antarmanusia.
  - 4) *Budgeting* tidak menghilangkan kebutuhan akan *judgement* dari manajer yang berpengalaman.<sup>18</sup>

#### 5. Karakteristik Anggaran

Tidak setiap rencana kerja organisasi dapat disebut sebagai anggaran, karena anggaran memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan ramalan maupun proyeksi, antara lain :

- a. Dinyatakan dalam satuan unit moneter.

Penyusunan rencana kerja dalam satuan moneter bertujuan untuk memudahkan membaca dan usaha guna memahami rencana tersebut. Rencana kerja yang diwujudkan dalam satuan cerita panjang menyuitkan anggota organisasi untuk membaca atau memahami. Karena itu, anggaran harus disusun dalam bentuk kuantitatif moneter yang ringkas.

---

<sup>17</sup> Charles T.Horngren,dkk, *Akuntansi Biaya, Penekanan Manajerial*,( Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hal 214

<sup>18</sup>Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajeme*,..., hal. 186

- b. Umumnya mencakup kurun waktu satu tahun.

Batasan waktu dalam penyusunan anggaran akan berfungsi untuk memberikan batasan rencana kerja tersebut.

- c. Mengandung komitmen manajemen.

Dimana manajer setuju untuk menerima tanggung jawab atas pencapaian tujuan-tujuan anggaran.

- d. Usulan anggaran disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pelaksanaan anggaran.

Anggaran tidak dapat di susun sendiri-sendiri oleh setiap bagian organisasi tanpa persetujuan atasan pihak penyusun.

- e. Setelah ditinjau anggaran hanya diubah jika ada keadaan khusus

Anggaran boleh diubah jika situasi internal dan eksternal organisasi memaksa untuk mengubah anggaran tersebut. Perubahan asumsi internal dan eksternal memaksa untuk mengubah anggaran karena jika dipertahankan malah membuat anggaran tidak relevan lagi dengan situasi yang ada.

- f. Harus dianalisis penyebabnya, jika terjadi penyimpangan dalam pelaksanaannya.

Tujuan analisis penyimpangan adalah untuk mencari penyebab penyimpangan supaya tidak terulang lagi dimasa mendatang dan agar penyusunan anggaran di kemudian hari menjadi relevan dengan situasi yang ada.<sup>19</sup>

## **6. Jenis-Jenis Anggaran**

- a. Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan menyajikan jumlah unit barang atau jasa sekaligus harganya yang diharapkan dapat dijual oleh perusahaan di masa depan.

---

<sup>19</sup> Rudianto, *Akuntansi Manajemen...*, hal. 65-66

b. Anggaran Produksi

Anggaran produksi memperlihatkan jumlah barang jadi yang harus diproduksi oleh perusahaan dalam satu periode anggaran. Barang jadi yang akan diproduksi untuk setiap periode anggaran harus memperhatikan tingkat penjualan dalam unit, serta jumlah persediaan akhir dan awal barang jadi.

c. Anggaran Pembelian dan Pemakaian Bahan Langsung

1) Jumlah kebutuhan pemakaian bahan baku

Jumlah bahan baku yang diperlukan dalam satu periode anggaran ditentukan oleh jumlah barang jadi yang akan diproduksi dan standar kebutuhan bahan baku untuk setiap 1 unit barang jadi.

2) Nilai pembelian bahan baku dalam rupiah

Jumlah bahan baku yang akan dibeli dalam satu periode anggaran diperoleh dengan menambahkan bahan baku yang diperlukan untuk produksi dengan persediaan akhir bahan baku dan dikurangi dengan persediaan awal bahan baku yang ada di perusahaan. Kemudian nilai pembelian bahan baku dalam rupiah diperoleh dengan mengalikan jumlah bahan baku yang akan dibeli dengan perkiraan harga beli bahan baku per unitnya.

d. Anggaran Tenaga Kerja Langsung

Anggaran tenaga kerja langsung memperlihatkan jumlah jam tenaga kerja langsung yang dibutuhkan untuk memproduksi barang jadi yang ditetapkan dalam anggaran produksi. Selain itu, anggaran biaya tenaga kerja langsung juga memperlihatkan perkiraan tingkat upah yang akan diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsungnya.

e. Anggaran Overhead Produksi

Anggaran overhead produksi memperlihatkan perkiraan biaya overhead produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencapai target produksi seperti yang ditetapkan dalam anggaran produksi.

f. Anggaran Biaya Produksi

Anggaran biaya produksi memperlihatkan seluruh biaya produksi yang akan dikeluarkan pada suatu tahun anggaran. Anggaran produksi sebenarnya hanya mengumpulkan informasi-informasi yang terdapat pada anggaran pemakaian bahan baku, anggaran tenaga kerja langsung, dan anggaran overhead.

g. Anggaran Beban Operasi

Anggaran beban operasi memperlihatkan perkiraan beban operasi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam satu periode anggaran. Secara umum anggaran beban operasi dibagi dalam dua kelompok, yaitu beban penjualan (*selling expenses*) dan beban administrasi (*administration expenses*).

h. Anggaran Laba Rugi

Anggaran laba rugi disusun untuk memberikan informasi kepada manajemen tentang jumlah laba atau rugi bersih yang akan diperoleh perusahaan dalam suatu periode anggaran.

i. Anggaran Kas

Anggaran kas disusun oleh perusahaan agar pihak manajemen memperoleh informasi tentang likuidas perusahaan pada periode mendatang karena anggaran kas menyajikan informasi tentang perkiraan jumlah penerimaan dan pengeluaran kas pada periode suatu periode anggaran.

j. Anggaran Neraca

Anggaran neraca menyajikan informasi kepada manajemen tentang hasil akhir dari seluruh anggaran yang disusun sebelumnya (anggaran penjualan sampai anggaran kas). Anggaran neraca juga memperlihatkan kepada manajemen tentang pengaruh kebijakan yang diambil oleh manajemen terhadap asset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan dalam satu periode anggaran.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Catur Sasongko, *Anggaran*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), Hal 4

## **7. Proses Penganggaran**

### **a. Komite Anggaran**

Komite anggaran mengawasi seluruh masalah anggaran dan seringkali merupakan otoritas tertinggi dalam organisasi untuk seluruh masalah yang berkaitan dengan anggaran. Komite anggaran menetapkan dan menyetujui seluruh tujuan anggaran bagi seluruh unit bisnis utama, mengoordinasikan penyusunan anggaran, memecahkan konflik dan perbedaan yang mungkin muncul selama proses penyusunan anggaran, menyetujui anggaran akhir, memantau operasi di sepanjang tahun, serta meninjau ulang hasil operasi pada akhir periode.

### **b. Periode Anggaran**

Anggaran biasanya disusun untuk waktu yang telah ditetapkan, paling sering untuk tahun fiskal dengan anggaran sub-periode setiap triwulan atau bulan. Mensinkronisasikan periode anggaran dengan periode fiskal organisasi untuk tujuan pelaporan keuangan eksternal memudahkan penyusunan anggaran serta memfasilitasi hasil actual dengan jumlah yang dianggarkan.

### **c. Pedoman Anggaran**

Komite anggaran mengeluarkan pedoman setelah mempertimbangkan secara seksama mengenai pandangan umum terhadap perekonomian dan pasar; tujuan strategis organisasi, rencana jangka panjang, proyek strategis, dan hasil operasi yang diharapkan pada periode saat ini; keputusan dan kebijakan perusahaan spesifik.

### **d. Proposal Anggaran Awal**

Setiap pusat tanggung jawab menyiapkan proposal anggaran awal berdasarkan pedoman anggaran. Ada sejumlah faktor internal dan eksternal dalam menyiapkan proposal anggaran, mencakup:

#### **1) Faktor internal**

a) Perubahan peralatan atau fasilitas yang tersedia.

- b) Pemakaian proses operasi baru atau yang ditingkatkan dan perolehan efisiensi yang direncanakan.
- c) Perubahan desain atau bauran penawaran produk dan/atau jasa.
- d) Pengenalan produk dan jasa baru.
- e) Tingkat konsumsi aktivitas dan sumber daya untuk volume produk yang berulang serta bauran produk dan jasa.
- f) Perubahan ekspetasi atau proses operasi dari unit-unit anggaran lainnya.
- g) Perubahan faktor-faktor operasi lainnya atau ekspektasi atau proses operasi pada unit-unit anggaran lainnya yang mengandalkan pada suatu unit anggaran untuk memasok komponen bagi mereka.

2) Faktor Eksternal

- a) Pandangan terhadap industri dalam jangka pendek.
  - b) Tindakan competitor.
  - c) Ancaman untuk masuk
  - d) Produk substitusi.
  - e) Kekuatan tawar-menawar dari pelanggan.
  - f) Kekuatan tawar-menawar (ketersediaan dan harga) dari pemasok masukan (bahan mentah, komponen, dan tenaga kerja).
- e. Negosiasi, Peninjauan Ulang, dan Persetujuan
- Komite anggaran meninjau ulang anggaran mengenai konsistensinya dengan pedoman anggaran, pencapaian tujuan jangka pendek yang diinginkan dari sasaran strategis organisasi. Komite anggaran memberikan persetujuan akhir dan direktur utama kemudian menyetujui seluruh anggaran dan mengajukannya kepada dewan direksi.
- f. Revisi
- Tidak ada anggaran yang tidak pernah berubah. Prosedur revisi anggaran bervariasi antarorganisasi. Bagi organisasi yang

mempertimbangkan adanya revisi anggaran, revisi anggaran hanya dilakukan dalam keadaan khusus, memperoleh persetujuan untuk melakukan modifikasi anggaran dapat menjadi sulit.<sup>21</sup>

## **8. Langkah-langkah Penyusunan Anggaran**

### **a. Tahap mengumpulkan data dan informasi**

Secara garis besar, data dan informasi dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

- 1) Data dan informasi internal, yaitu data dan informasi yang terdapat dalam perusahaan sendiri, sehingga jika ingin mengetahui dan mengumpulkannya, cukup dengan melihat catatan-catatan perusahaan sendiri. Data ini misalnya:
  - a) Data penjualan di waktu-waktu lalu
  - b) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah harga jual, syarat pembayaran produk yang dijual, jaringan saluran distribusi, dan sebagainya.
  - c) Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan
  - d) Tenaga kerja (karyawan) yang dimiliki perusahaan, baik jumlah (kuantitas), maupun kemampuannya (kualitas).
  - e) Modal kerja yang dimiliki perusahaan
  - f) Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan
  - g) Kebijakan-kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perusahaan, yaitu fungsi pemasaran, fungsi produksi, fungsi keuangan, fungsi administrasi, dan fungsi pengelolaan sumber daya manusia.
- 2) Data dan informasi eksternal, yaitu data dan informasi yang terdapat di luar lingkungan perusahaan sendiri, tetapi dirasakan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kehidupan perusahaan. Data eksternal diantaranya:

---

<sup>21</sup> Edward, dkk, , *Manajemen Biaya Penekanan Strategis, ...* hal. 574

- a) Keadaan persaingan
- b) Kondisi perusahaan pesaing
- c) Jumlah penduduk
- d) Tingkat pertumbuhan penduduk
- e) Tingkat penghasilan penduduk
- f) Tingkat pendidikan penduduk
- g) Tingkat penyebaran penduduk
- h) Selera dan keinginan konsumen
- i) Agama, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat
- j) Ekspor dan impor barang
- k) Berbagai kebijakan pemerintah, baik di bidang ekonomi, politik, hukum, social, budaya maupun keamanan
- l) Kamajuan ilmu pengetahuan dan teknologi
- m) Keadaan perekonomian nasional maupun internasional dan sebagainya.<sup>22</sup>

b. Tahap mengolah data dan informasi

Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, maka tahap berikutnya adalah mengolah data dan informasi tersebut dalam rangka mendapatkan taksiran-taksiran yang akurat. Dalam tahap ini berperan ilmu penunjang yaitu, statistika dan matematika.

c. Tahap menyusun *budget* sementara

Berdasarkan hasil pengolahan data dan informasi, kemudian disusun lah budget sementara yang nantinya masih memungkinkan untuk diubah, ditambah, dikurangi, atau disempurnakan disana-

---

<sup>22</sup> M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 11

sini. Budget sementara ini sering disebut dengan konsep budget atau rancangan budget.

d. Tahap mendiskusikan *budget* sementara

Karena budget berfungsi sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja, dan sebagai alat evaluasi kerja bagi seluruh karyawan, maka sudah seharusnya para karyawan diminta tanggapan, pendapat, serta berbagai masukan terhadap budget sementara yang telah selesai disusun.

e. Tahap menyusun *budget Definitif*

Dari hasil diskusi kemudian disusun budget definitive yaitu budget yang sudah dinyatakan cukup baik dan sempurna, yang kemudian disahkan sebagai budget untuk periode tertentu yang akan datang.

f. Tahap Sosialisasi *Budget Definitif*

*Budget* definitif yang telah selesai disusun perlu disosialisasikan kepada seluruh karyawan. Hal ini penting sekali karena para karyawanlah yang nantinya akan melaksanakan jika waktunya telah tiba.<sup>23</sup>

Menurut Mulyadi (2001;493) dalam skripsi Luthfi Adriyanto prosedur penyusunan anggaran memerlukan berbagai tahapan sebagai berikut:

- a. Penetapan sasaran oleh manajer atas.
- b. Pengajuan usulan aktivitas dan taksiran sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan aktivitas tersebut oleh manajer bawah.
- c. Penelaahan (*review*) oleh manajer atas terhadap usulan anggaran yang diajukan oleh manajemen bawah.

---

<sup>23</sup> M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 13

- d. Persetujuan oleh manajer atas terhadap usulan anggaran yang diajukan manajer bawah.<sup>24</sup>

## **B. Penjualan**

### **1. Pengertian Penjualan**

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan suatu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan sipembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran, kegiatan negosiasi dengan pembeli dan pemindahan hak atau transaksi merupakan kegiatan pelaksanaan terjadinya penjualan.<sup>25</sup>

IAI dalam SAK No 23 paragraf 2 (2009) menyatakan, “penjualan barang meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagang yang dibeli pengencer atau lainnya.”<sup>26</sup>

Penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai pertimbangan.<sup>27</sup>

Menurut para ahli penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan

---

<sup>24</sup> Mulyadi dalam skripsi Luthfi Adriyanto, ” *Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung* ”, (Skripsi Universitas Kristen Maranatha, 2011), hal.13

<sup>25</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010),hal.24

<sup>26</sup> IAI, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23 paragraf 2 (2009), Pendapatan*, hal. 23

<sup>27</sup> Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan*, (Lampulo ALFABETA, 2011), hal. 99

dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atau barang jasa dari pihak penjual kepada pembeli.<sup>28</sup>

Jadi dapat disimpulkan penjualan merupakan aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa kepada pihak pembeli yang disertai dengan penyerahan imbalan.

## **2. Tujuan Penjualan**

Tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah di hasilkan dan apa yang akan di jual dalam perusahaan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Mencapai jumlah atau volume tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit-unit, ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual di bandingkan dengan produk yang tersedia yang dinyatakan dalam bentuk angka.

Mendapatkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan dari produsennya dengan pengelolaan yang baik dan mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya, namun hal ini perlu peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu barang atau jasa yang akan dijual tersebut.

## **3. Jenis-Jenis Penjualan**

Menurut akuntansi, penjualan dikelompokkan menjadi dua, yaitu penjualan reguler (penjualan biasa) dan penjualan angsuran. Penjualan reguler terdiri dari penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan tunai adalah Tidak ada jeda waktu yang cukup lama antara penjualan dan pembayaran.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, (Jakarta, Salemba Empat, Edisi Ketiga, Cetakan Kelima:2014), hal. 202

<sup>29</sup>Samiaji Sarosa, *Sistem Informasi Akuntansi*, ( Jakarta, Gramedia Widiasarana: 2009), hal. 39

Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut". Untuk menghindari tidak tertagihnya piutang, setiap penjualan kredit yang pertama kepada seorang pembeli selalu didahului dengan analisis terhadap dapat atau tidaknya pembeli tersebut diberi kredit.<sup>30</sup>

#### **4. Faktor-Faktor Mempengaruhi Penjualan**

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan penjualan atau sebaliknya, oleh karena itu manajer penjualan harus memperhatikan faktor-faktor tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual. Beberapa masalah penting yang berkaitan dengan kondisi dan kemampuan penjual adalah:

- 1) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Harga produk dan jasa
- 3) Syarat penjual, seperti: pembayaran dan pengiriman

b. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan.

c. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk memperbesar usaha.

---

<sup>30</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi...*, hal 202

<sup>31</sup> Swasta Basu, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung, Alfabeta: 2009), hal. 27

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

e. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lainnya seperti periklanan, peragaan dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

## 5. Proses Penjualan

Tahapan-tahapan dalam proses penjualan meliputi:<sup>32</sup>

a. Persiapan sebelum penjualan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjual dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang akan dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

b. Penentuan lokasi pembeli potensial

Dari lokasi ini dapat dibuat daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

c. Pendekatan pendahuluan

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesuksesan dan sebagainya. Semua kegiatan itu dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

d. Melakukan penjualan

Penjualan dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon pembeli, kemudian diusahakan untuk menarik daya.

---

<sup>32</sup> Swasta Basu, *Manajemen Pemasaran. . .* , hal. 35

## C. Anggaran Penjualan

Dalam menyusun anggaran operasional perusahaan, biasanya kegiatan pertama yang harus dilakukan adalah membuat anggaran penjualan. Anggaran penjualan adalah titik awal di dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan. Anggaran penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan. Titik kritis penyusunan anggaran penjualan adalah memprediksi penjualan dimasa yang akan datang. Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran yang lainnya.

### 1. Pengertian Anggaran Penjualan

Menurut M. Munandar *Budget* penjualan adalah *budget* yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis kualitas barang yang akan dijual, jumlah kuantitas barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat pemasaran.<sup>33</sup>

Menurut Horngren dan Harrison anggaran penjualan (*sales budget*) adalah rencana mendetail mengenai pendapatan penjualan dalam periode mendatang. Menejer penjualan menggunakan informasi ini untuk merencanakan aktivitas penjualan dan iklannya. Manajer operasi menggunakan informasi ini untuk merencanakan pembelian barang, penjadwalan karyawan, dan penyewaan tempat. Total penjualan yang dianggarkan untuk setiap produk dihitung sebagai berikut :<sup>34</sup>

Penjualan Yang Di Anggarkan Untuk Setiap Produk	=	Harga Jual Per Unit	X	Jumlah Unit Yang Diharapkan Terjual
---	---	------------------------	---	--

---

<sup>33</sup>M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 41

<sup>34</sup> Charles T. Horngoren dan walter T. Harrison Jr, *Akuntansi*,(Jakarta : PT.Gelora Aksara Pratama,2007),hal.409

Anggaran penjualan ini merupakan dasar penyusunan anggaran produksi dan anggaran laba rugi. Agar anggaran penjualan dapat disusun dengan baik perlu diperhatikan:

- a. Penjualan perusahaan di tahun-tahun per-kelompok produk dan margin laba.
- b. Faktor-faktor luar biasa yang mempengaruhi penjualan masa lalu.
- c. Volume rata-rata industri untuk produk sejenis.

Titik awal dalam penyusunan anggaran penjualan adalah ramalan penjualan (*forecast*). *Forecast* penjualan adalah taksiran-taksiran tentang keadaan atau posisi keuangan perusahaan pada saat tertentu dimasa yang akan datang. Ramalan penjualan yang tidak akurat dapat menyebabkan seluruh anggaran menjadi sia-sia.

Peramalan penjualan menurut sifatnya, sebagian besar bersifat subjektif. Untuk mengurangi subjektivitas ramalan, banyak perusahaan menghasilkan lebih dari satu ramalan penjualan bebas sebelum menyusun anggaran penjualan untuk periode yang bersangkutan. Faktor-faktor berikut ini seharusnya di pertimbangkan dalam peramalan penjualan:<sup>35</sup>

- a. Tingkat penjualan pada saat ini dan treen penjualan pada beberapa tahun yang lalu.
- b. Kondisi ekonomi dan industry secara umum.
- c. Kebijakan competitor dan rencana operasi.
- d. Kebijakan kredit.
- e. Aktivitas periklanan dan promosi.
- f. Pesanan yang tidak dapat dipenuhi.

Untuk menyusun Anggaran diperlukan penaksiran-penaksiran (*forecasting*). Menurut sifatnya, cara untuk melakukan penaksiran tersebut dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Yang bersifat kualitatif, ialah cara penaksiran yang menitik beratkan pada pendapat seseorang. Cara seperti ini mempunyai kelemahan menonjol yaitu pendapat seseorang seringkali bantak diwarnai oleh

---

<sup>35</sup> Edward, dkk, *Cost Management: A Strategic Emphais...*, hal.557

hal-hal yang bersifat subjektif, daripada yang bersifat objektif. Adapun beberapa cara penaksiran kualitatif semacam ini antara lain:

- a. Pendapat pimpinan bagian pemasaran
  - b. Pendapat para petugas penjualan
  - c. Pendapat lembaga-lembaga penyalur
  - d. Pendapat konsumen
  - e. Pendapat para pengamat atau para ahli yang dipandang memahami.
2. Yang bersifat kuantitatif, ialah cara penaksiran yang menitikberatkan pada penghitungan-penghitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistika. Dengan menggunakan cara penaksiran kuantitatif diharapkan dapat menghilangkan unsure-unsur subjektif. Namun metode ini mempunyai kelemahan yaitu ada hal-hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif misalnya selera konsumen, kebiasaan konsumen, tingkat pendidikan dan cara berpikir masyarakat.<sup>36</sup>

## **2. Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan**

Tujuan penyusunan anggaran penjualan adalah Untuk merencanakan setepat mungkin tingkat penjualan pada periode yang akan datang dengan memperhatikan data yang merupakan pencerminan kejadian yang dialami perusahaan dimasa lalu, khususnya di bidang penjualan.

Sedangkan kegunaan anggaran penjualan adalah sebagai pedoman kerja , alat koordinasi serta sebagai dasar bagi penyusunan *budget-budget* lainnya.<sup>37</sup>

Menurut Munandar kegunaan Budget Penjualan mempunyai beberapa kegunaan penting, antara lain :

---

<sup>36</sup>M. Munandar, *Budgeting...*, hal. 44

<sup>37</sup>Tendi Haruman dan Sri Rahayu, *Penyusunan Anggaran Perusahaan*, Cetakan Pertama (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2007), hal. 45

- a. Sebagai dasar untuk menyusun Budgeting unit yang akan diproduksi, karena jumlah satuan (unit) yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh beberapa banyak perusahaan yang bersangkutan maupun menjualnya.
- b. Sebagai dasar untuk menyusun Budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan pemasukan kas.
- c. Sebagai dasar penyusunan Budget piutang, karena penjualan kredit akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.<sup>38</sup>

### 3. Fungsi Dasar Anggaran Penjualan

Secara khusus, *budget* penjualan mempunyai beberapa kegunaan penting, antara lain:

- a. Sebagai dasar untuk menyusun *budget* unit yang akan diproduksi, karena jumlah satuan (unit) yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh berapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya.
- b. Sebagai dasar untuk menyusun budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan pemasukan kas.
- c. Sebagai dasar untuk menyusun *budget* piutang, karena penjualan kredit akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.<sup>39</sup>

Manfaat dari anggaran penjualan adalah sebagai alat pengendali sehingga bila terdapat perubahan dalam penjualan dapat segera diketahui oleh manajemen, dan manajemen akan mengambil tindakan yang diperlukan dan menganalisis sehingga perubahan tersebut tidak menjadi penghambat untuk mencapai tujuan.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> M. Munandar, *Budgeting...*, hal 42

<sup>39</sup> Munandar, *Budgeting...*, hal. 42

<sup>40</sup> Husnayetty, *Anggaran Penjualan dan Pengendalian Tingkat Produksi: Simulasi Teoritik*: Jurnal Liquidity, STIE Ahmad Dahlan, Jakarta, 2013

#### **4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan.**

Faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran penjualan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. Faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat dalam perusahaan itu sendiri. Faktor-faktornya antara lain berupa:
  - 1) Penjualan tahun-tahun lalu meliputi baik kualitas, kuantitas harga, waktu maupun tempat (daerah) penjualan.
  - 2) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan seperti tentang pemilihan saluran distribusi, pemilihan media-media promosi, cara (metode) penetapan harga jual dan sebagainya.
  - 3) Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.
  - 4) Tenaga kerja yang tersedia, baik jumlahnya (kuantitatif) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitatif), serta kemungkinan pengembangannya di waktu yang akan datang.
  - 5) Modal kerja yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan penambahan di waktu yang akan datang.
  - 6) Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.<sup>41</sup>
- b. Faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat di luar perusahaan tetapi mempunyai pengaruh terhadap anggaran penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain:
  - 1) Keadaan persaingan pasar.
  - 2) Posisi perusahaan dalam persaingan.
  - 3) Tingkat pertumbuhan penduduk.
  - 4) Tingkat penghasilan masyarakat.
  - 5) Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan..
  - 6) Kebijakan-kebijakan pemerintah yang berpengaruh.

---

<sup>41</sup>Tendi Haruman dan Sri Rahayu, *Penyusunan Anggaran Perusahaan*,..hal. 45

Sedangkan faktor yang lainnya adalah antara lain:

1) Pemasaran (*Marketing*)

Faktor pemasaran yang perlu dipertimbangkan, seperti: Luas pasar, apakah bersifat pasar lokal, regional atau nasional. Keadaan pesaing, apakah bersifat monopoli, oligopoly atau bebas. Keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen, tingkat daya beli konsumen (apakah konsumen akhir atau konsumen industri).

2) Keuangan (*finance*)

Adalah kemampuan perusahaan, khususnya dalam pendayagunaan dan untuk mendukung target penjualan sesuai dengan hasil ramalan penjualan yang ada, maka akan timbul kekuatan akan kekurangan modal justru akan mengurangi liquiditas perusahaan serta gangguan pelaksanaan produksi penjualan.

3) Ekonomis (*Economic*)

Kemampuan ekonomis adalah bahwa dengan adanya penjualan perusahaan masih bergerak dalam bidang skala ekonomis. Perubahan volume penjualan dapat menambah keuntungan perusahaan tersebut. Tetapi jika penambahan volume penjualan ini dilakukan secara terus menerus sampai saat tertentu, penambahan keuntungan ini akan terhenti dan akhirnya justru yang berbeda dalam tingkat produksi yang merugikan perusahaan.

4) Teknis (*technical*)

Kemampuan teknis adalah kemampuan perusahaan dilihat dari segi aspek teknis, yang disebut sebagai kapasitas yang tersedia dari hasil ramalan penjualan produk perusahaan tersebut, perlu diperhatikan apakah kapasitas yang terpasang ada di alam perusahaan jika tidak tentunya harus membatasi diri dengan kapasitas yang terjadi kecuali dapat diupayakan dengan cara lain, misalnya dengan perluasan perusahaan.

5) Kebijakan perusahaan (*policies company*)

Yaitu seperti kebijakan membuat produk dengan kualitas nomor satu sehingga kesempatan untuk menjual produk nomor dua dan nomor tiga menjadi tertutup.

6) Perkembangan produk (*development product*)

Faktor perkembangan penduduk juga mempengaruhi anggaran, misalnya peningkatan kelahiran dapat meningkatkan konsumsi susu, pakaian, mainan dan lain-lain.

7) Faktor Kondisi Politik, Sosial, Budaya, Pertahanan dan Keamanan.

8) Faktor Teknis

Apakah kapasitas seperti mesin dan alat mampu memenuhi target penjualan yang dianggarkan apakah bahan baku dan tenaga kerja mudah dan murah.

9) Faktor Lainnya

Apakah pada musim tertentu anggaran penjualan ditambah, apakah kebijaksanaan pemerintah tidak berubah sampai lama anggaran yang disusun harus dapat dipertahankan.<sup>42</sup>

## 5. Langkah-Langkah Penyusunan Anggaran Penjualan<sup>43</sup>

Untuk menyusun anggaran penjualan, maka diperlukan langkahlangkah sebagai berikut:

- a. Langkah pertama membuat pedoman perencanaan penjualan oleh manajemen.

Semua pihak manajemen yang ikut ambil bagian dalam proses perencanaan harus diberi pedoman tertentu, yang harus diikuti dalam perencanaan penjualan. Tujuan pedoman tersebut adalah untuk memberikan koodinasi dan keseragaman dalam proses perencanaan penjualan. Pedoman harus menekan pada tujuan, sasaran dan strategi penjualan perusahaan.

---

<sup>42</sup> M.Nafarin, *penganggaran perusahaan*: Edisi ketiga...,hal 169

<sup>43</sup>Justine T. Sirait, *Anggaran Sebagai Alat Bantu Manajemen*, (Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia: 2006), hal. 68-69

- b. Langkah kedua pembuatan ramalan penjualan.

Setiap ramalan harus menggunakan asumsi, yang harus dijelaskan dalam ramalan tersebut. Ramalan harus berisi ramalan strategi dan taktik yang sejalan dengan dimensi waktu yang digunakan dalam rencana laba terpadu.

- c. Langkah ketiga mengumpulkan data yang relevan untuk menyusun rencana penjualan terpadu.

Semua informasi yang relevan untuk membuat rencana penjualan yang realistis harus dikumpulkan dan di evaluasi. Informasi harus mengungkapkan kendala maupun kesempatan yang dihadapi perusahaan.

#### **D. Efektivitas penjualan**

Efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target atas kebijakan yang ditetapkan oleh organisasi. Tujuan efektivitas adalah :

1. Tujuan harus bersifat spesifik dan terukur. Jika memungkinkan, tujuan operasional harus dinyatakan secara kuantitatif tapi tidak semua tujuan dapat dinyatakan secara kuantitatif, tetapi tujuan yang samar tidak banyak memotivasi pegawai. Tergantung kebutuhan, tujuan bisa bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Hal yang terpenting, tujuan harus ditetapkan dengan jelas dan dapat diukur kemajuannya.
2. Tujuan efektif juga memiliki jangka waktu tertentu yang menetapkan tanggal pasti pencapaiannya.
3. Tujuan harus mencakup hasil-hasil penting. Tujuan tidak bisa mencakup semua aspek perilaku pegawai atau kinerja perusahaan, karena jika demikian maka jumlahnya akan sangat banyak dan menjadi tidak berguna. Sebaliknya, para manajer menetapkan tujuan berdasarkan pilihan dan kejelasan.
4. Manajer harus menetapkan tujuan yang menantang tapi realistis. Jika tidak realistis, jika tidak realistis, tujuan tidak akan dicapai pegawai dan

menurunkan semangat mereka. Namun jika terlalu mudah, pegawai tidak akan termotivasi.

5. Tujuan juga harus dikaitkan dengan imbalan. Dampak akhir tujuan bergantung kepada sejauh mana kenaikan gaji, promosi, dan penghargaan dikaitkan dengan pencapaian tujuan. Pegawai memperhatikan hal-hal yang diutamakan dan dihargai oleh perusahaan.<sup>44</sup>

Mengukur kesuksesan organisasi, program, atau aktivitas dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Pengukuran efektivitas mengukur hasil akhir suatu pelayanan dikaitkan dengan *output*-nya. Pengukuran efektivitas tidak mungkin bisa dilakukan tanpa mengukur outcome. Suatu pelayanan mungkin diproduksi secara efisien akan tetapi tidak efektif karena tidak menambah nilai bagi pelanggan.<sup>45</sup>

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang telah tercapai oleh manajemen, yang mana target tersebut ditentukan terlebih dahulu. Tingkat efektivitas dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasilnya yang telah diwujudkan.

Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-sebesaranya dari kegiatan produksinya, oleh karena itu perusahaan dengan manajemen didalamnya akan menargetkan penjualan yang akan dicapai dalam satu periode, penjualan ini dapat dikatakan efektif apabila perusahaan dapat mencapai penjualan yang ditargetkan oleh pihak manajemen.

Berdasarkan kutipan di atas menyimpulkan bahwa efektivitas dapat diukur dengan membandingkan rencana/ target/sasaran dengan realisasi/hasil nyata yang sesungguhnya. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi penjualan}}{\text{Anggaran penjualan}} \times 100\%$$

---

<sup>44</sup>Richard L. Daft, *Era Baru Manajemen*,( Jakarta : selmba empat, 2010), hal 223

<sup>45</sup> Mahmudi, *Manajemen Kinerja sektor publik*, (Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN, 2015),hal 105

Secara umum, nilai efektivitas dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Sangat efektif : >100%
2. Efektif : 100%
3. Cukup Efektif : 90%-99%
4. Kurang Efektif : 75%-89%
5. Tidak Efektif : < 75%

#### **E. Konsep Tentang Peranan**

Pengertian peranan menurut adalah

1. Bagian tugas utama yang harus dilakukan oleh seseorang dalam manajemen
2. Pola perilaku yang utama di harapkan dapat menyertai suatu status
3. Bagian atau fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya
5. Fungsi setiap variabel hubungan sebab akibat<sup>46</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peranan merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan yang ditetapkan.

Pengertian peranan dalam penelitian ini adalah peranan merupakan bagian dari tugas yang harus dilakukan seseorang manajemen dalam menjalankan fungsi dan kegiatan dalam menyusun anggaran.

#### **F. Hubungan Peranan Anggaran Penjualan Dengan Efektivitas Penjualan**

Secara umum, Anggaran penjualan mempunyai manfaat sebagai pedoman kerja, sebagai alat pegkoordinasian kerja, dan juga sebagai alat pengawasan kerja. Pada prinsipnya, manajemen perusahaan memanfaatkan anggaran adalah untuk memudahkan dalam mengawasi sesuatu kegiatan menuju tujuan yang akan di capai.

Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba yang optimal dengan pengeluaran biaya yang wajar. Untuk mencapai

---

<sup>46</sup> Kamarudin, *Ensiklopedia Manajemen*, (Bandung : Alfabeta,2005), hal 768

tujuan tersebut, maka diperlukan pengeluaran pengelolaan yang efektif terhadap seluruh aspek kegiatan perusahaan. Sehingga produk yang dihasilkan dapat diserap pasar dengan jumlah besar dan harga yang sesuai ditengah persaingan yang semakin ketat, demi terjaminnya kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan.<sup>47</sup>

Dengan pemanfaatan anggaran penjualan perusahaan mempunyai perencanaan penjualan yang baik dan terarah, karena di dalamnya terkandung tujuan bersama yang telah disepakati oleh setiap bagian yang terkait dalam penyusunan anggaran penjualan sehingga perusahaan memiliki pedoman kerja. Anggaran penjualan dijadikan dasar penyusunan anggaran yang ada diperusahaan dimana mencakup bagian-bagian yang terkait satu sama lain sehingga dalam pelaksanaannya terjadi koordinasi yang baik.<sup>48</sup> Dalam hal pengawasan, anggaran penjualan mendukung pelaksanaan efektivitas penjualan di perusahaan, yaitu sebagai dasar perbandingan dan dasar analisis.

Anggaran penjualan sebagai dasar perbandingan dan analisis dalam efektivitas penjualan, manajemen perusahaan dapat melakukan analisis dan penelitian terdapat kemungkinan terjadinya penyimpangan-penyimpangan dan kemudian dari penyimpangan tersebut dilakukan tindakan koreksi dengan segera yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi intern maupun eksteren perusahaan, sehingga pengawasan penjualan dapat dilaksanakan dengan efektif.

Jadi anggaran penjualan yang digunakan sebagai alat perencanaan dan pengawasan, sangat mendukung pelaksanaan efektivitas penjualan oleh manajemen pada perusahaan. Perencanaan yang baik tanpa dukungan oleh pengawasan yang efektif mengakibatkan pemborosan dana dan waktu, demikian juga sebaliknya, tanpa perencanaan maka tidak dapat dilakukan pengawasan ke arah tujuan yang dicapai.

Apabila anggaran penjualan yang telah disahkan oleh pimpinan perusahaan dapat tercapai jika aktivitas perusahaan secara operasional telah berjalan

---

<sup>47</sup>Jusuf Udaya Dkk, *Manajemen Strategik*,..hal. 23

<sup>48</sup> Justine T.Sirait, “*Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen*...”,hal 55

dengan baik. Dengan demikian anggaran penjualan memberikan manfaat bagi manajemen perusahaan dalam mendukung pelaksanaan efektivitas penjualan.

## **G. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil peninjauan penulis dari beberapa penelitian senelunya, khususnya yang berhubungan dengan aspek yang akan penulis teliti, yaitu penelitian tentang peranan anggaran dalam menunjang efektivitas penjualan telah ada sebelumnya, penelitian sebelumnya dilakukan oleh Firdaus, Aini Susanti (2010) dengan judul “Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan Pada PT Rianda Usaha Mandiri Pekanbaru”.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik yang digunakan adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan di peroleh melalui wawancara, observasi dan kuesioner sementara penelitian kepustakaan di peroleh melalui literatur-literatur yang telah di pelajari.<sup>49</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dan Aini Susanti terdapat perbedaan dengan yang penulis lakukan yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan pada perusahaan. Sementara penulis membahas tentang peranan anggaran dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh. Persamaannya adalah sama-sama memperlihatkan penyusunan anggaran penjualan.

Selanjutnya penelitian dari Luthfi Ariyanto (2011) dengan judul “Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan (Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung), metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan ini adalah deskriptif analitis dengan pendekatan studi khusus. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer yaitu dengan

---

<sup>49</sup> Firdaus, Aini Susanti, ”Peranan Anggaran Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan Pada PT Rianda Usaha Mandiri Pekanbaru”, (Skripsi Sarjana Universitas Widyatama, 2010), Hal. 34

wawancara, observasi dan kuesioner, dan data sekunder diperoleh dari berbagai buku referensi dan sumberlainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis.<sup>50</sup>

Berdasarkan penelitan yang dilakukan oleh Luthfi Ariyanto terdapat perbedaan dengan penulis lakukan, penelitian yang dilakukan Lutfhi untuk mengetahui anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan. Sementara penulis membahas peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh. Persamaannya adalah sama-sama untuk mengetahui peranan anggaran dan efektivitas penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novi Nirmalasari dengan judul: Pengaruh Efektivitas Anggaran Penjualan Terhadap Pencapaian Target Laba Bersih (Studi Kasus Pada Divisi JTS PT INTI (Persero). Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan analisis regresi, korelasi Product Moment, koefisien determinasi, dan program SPSS (Statistical Product and Service Solution). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara variable. untuk menyelidiki hubungan antara variable.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Novi Nirmalasari terdapat perbedaan dengan yang penulis lakukan yaitu peneliatian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh efektifitas anggaran penjualan terhadap pencapaian laba bersih perusahaan. Sedangkan penulis membahas mengenai peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan di CV. Maju Bersama Payakumbuh Payakumbuh. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama memperlihatkan prosedur penyusunan anggaran penjualan dan efektifitas anggaran penjualan.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Luthfi Adriyanto, ” *Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung* ”, (Skripsi Universitas Kristen Maranatha, 2011), hal.8

<sup>51</sup> Novi Nirmalasari, *Pengaruh Efektivitas Anggaran Penjualan Terhadap Pencapaian Target Laba Bersih (Studi Kasus Pada Divisi JTS PT INTI (Persero)*”, (Skripsi Universitas pendidikan indonesia, 2008),hal.12

## **H. Defenisi operasional**

Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Peranan anggaran penjualan**

Pengertian peranan dalam penelitian ini adalah peranan merupakan bagian dari tugas yang harus dilakukan seseorang manajemen dalam menjalankan fungsi dan kegiatan dalam menyusun anggaran pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.

### **2. Efektivitas penjualan**

Efektivitas penjualan merupakan ketercapaian realisasi anggaran penjualan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini memperlihatkan persentase efektivitas anggaran penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.

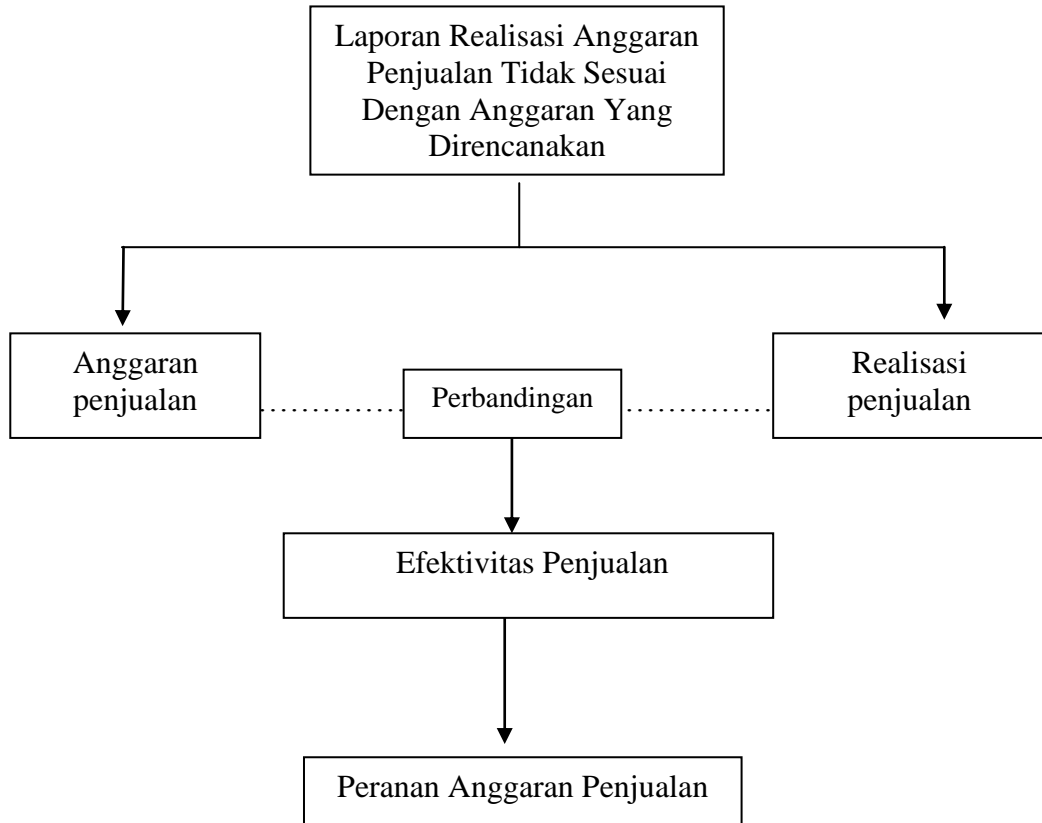
### **3. Anggaran Penjualan**

Anggaran penjualan merupakan suatu anggaran yang menerangkan secara terperinci dan juga teliti tentang penjualan dimasa yang akan datang. Dalam hal ini proses penyusunan anggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh.

## I. Kerangka Berpikir

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Bagan 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang dipakai adalah *Field Research* (Penelitian Lapangan) yang bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu bertujuan untuk memberikan gambaran nyata mengenai keadaan yang ada di perusahaan. Data yang berhasil dikumpulkan selama penelitian akan disusun, dianalisis sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Data yang diteliti adalah anggaran penjualan dan data kuesioner yang dibagikan mengenai peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Agustus-Oktober 2016 yang dilakukan di CV. Maju Bersama Payakumbuh yang beralamat di Payakumbuh.

#### **C. Sumber Data**

##### 1. Sumber data primer

Sumber data primer dari penelitian ini di dapatkan dari Direktur, bagian marketing, bagian penjualan, bagian akuntansi dan keuangan, bagian produksi CV. Maju Bersama Payakumbuh.

##### 2. Sumber data sekunder

Dalam penelitian ini Sumber data sekundernya yaitu berupa laporan anggaran penjualan dan laporan realisasi penjualan yang penulis dapatkan dari CV. Maju Bersama Payakumbuh.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dalam pengumpulan data dan informasi pada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan tanya jawab langsung dengan pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang di peroleh mengenai permasalahan yang akan diteliti. Dokumennya berupa laporan anggaran penjualan dan laporan realisasi penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh Tahun 2015.
3. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada para responden yang terkait dengan permasalahan yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup karena kuesioner lebih mudah di administrasikan dan dapat diperbandingkan jawaban antara satu responden dengan responden yang lain dan alternatif jawaban yang diberikan terstruktur.

Daftar pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang diajukan kepada :

- a. Direktur
- b. Bagian Marketing
- c. Bagian produksi
- d. Bagian Akuntansi dan keuangan

**Tabel 3.1**  
**Variabel, Indikator, Instrument**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Instrument</b>
Peranan Anggaran Penjualan	1. Tepatnya efektivitas penyusunan anggaran : a. Menganalisis informasi masa lalu dan perubahan lingkungan eksternal. b. Menentukan perencanaan strategik. c. Mengkomunikasikan tujuan perusahaan dan rencana jangka panjang. d. Memilih teknik mengkoordinasi kegiatan, dan mengawasi kegiatan. e. Menyusun usulan anggaran. f. Menyerahkan revisis usulan anggaran. g. Menyetujui dan merakit menjadi anggaran perusahaan. h. Revisi dan pengesahan anggaran penjualan.	Kuesioner

	<p>2. Karakteristik anggaran.</p> <p>a. Anggaran dinyatakan dalam bentuk nilai stuan uang, dan satuan selain uang.</p> <p>b. Anggaran umumnya menyangkut jangka waktu satu tahun.</p> <p>c. Mengandung komitmen manajemen, artinya, para manajer setuju untuk menerima tanggung jawab pencapaian sasaran yang dianggarkan.</p> <p>d. Usulan anggaran dibahas dan disetujui oleh pihak yang berwenang yang lebih tinggi dari penyusunan anggaran.</p> <p>e. Anggaran hanya dapat diubah pada kondisi tertentu.</p> <p>f. Harus dianalisis penyebabnya, jika terjadi penyimpangan dalam pelaksanaannya.</p>	Kuesioner
	<p>3. Berfungsi anggaran penjualan</p> <p>a. Perencanaan.</p> <p>b. Pedoman pelaksanaan.</p> <p>c. Koordinasi.</p> <p>d. Pengawasan.</p> <p>e. Penilaian/ evaluasi.</p>	Kuesioner
Efektivitas Penjualan	<p>Proses penjualan</p> <p>a. Menetapkan standar pengukuran.</p> <p>b. Membandingkan pelaksanaan penjualan sebenarnya dengan</p>	Kuesioner

	<p>anggaran penjualan.</p> <p>c. Menganalisis sebab-sebab penyimpangan.</p> <p>d. Mengambil tindakan perbaikan.</p>	
--	---	--

Sumber : Bertha Elvina TR, Skripsi, 2004

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan kuesioner yang diperoleh dari empat orang responden tersebut adalah :

- a. Memisahkan tiap-tiap jawaban responden sesuai dengan yang tersedia, yaitu “ya” dan “tidak”.
- b. Menjumlahkan hasil jawaban “Ya” dan “ Tidak”
- c. Dari semua hasil jawaban “ Ya”, dibagi dengan semua jumlah jawaban kuesioner kemudian dikalikan dengan 100%.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan penafsiran penelitian terhadap data yang diolah yang memberikan uraian atau gambaran secara tertulis tanpa data-data statistik. Dalam hal ini penulis memakai analisis efektivitas penjualan dan kuesioner :

##### **1. Analisis Efektivitas penjualan.**

Penulis melakukan analisis terhadap data dan laporan-laporan yang diperoleh dari perusahaan untuk mendukung pengujian penelitian yang penulis lakukan. Efektivitas penjualan dicapai jika volume penjualan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, jika tidak memenuhi kuantitas yang telah ditetapkan, penjualan dianggap tidak memenuhi target atau tidak efektif. Menghitung tingkat efektivitas penjualan yaitu dengan membandingkan realisasi penjualan dengan anggaran penjualan pada periode yang sama dalam bentuk persentase.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup>Mahmudi, Manajemen Kinerja Sektor Publik, (Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015), Hal 105

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi penjualan}}{\text{Anggaran penjualan}} \times 100\%$$

## 2. Data kuesioner

Untuk data variabel kuesioner, penulis menghitung persentase yang menunjukkan sejauh mana anggaran penjualan berperan dalam menunjang efektivitas penjualan, yang akan dihitung dengan menggunakan perhitungan persentase yang dikemukakan oleh Dean J. Champion, yaitu dengan menghitung jumlah total jawaban “Ya” kemudian dilakukan perhitungan dengan cara berikut :<sup>53</sup>

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Jumlah jawaban "Ya"}}{\text{Jumlah jawaban seluruh responden}} \times 100\%$$

Hasil jawaban yang diperoleh dengan cara perhitungan diatas berguna untuk pengambilan kesimpulan, seperti yang telah dikemukakan oleh Dean J. Champion (1981 : 302) , hasil persentase akan di klasifikasikan ke dalam skala kriteria sebagai berikut :

Dan untuk keperluan penelitian hasil perhitungan persentase, penulis menerapkan klasifikasi sebagai berikut:

- a. 0% - 25% Peranan anggaran penjualan tidak berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan.
- b. 26%-50% Peranan anggaran penjualan kurang berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan.
- c. 51%-75% Peranan anggaran penjualan cukup berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan.
- d. 76%-100% Peranan anggaran penjualan sangat berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan.

---

<sup>53</sup> Dean J. Champion (1981:302) dalam E-Journal Devita Mardiana Suprapti, ” Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Kendali Manajemen Pendapatan An Pengembangan Usaha”, (E-jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 3, Nomor 1, 2015),hal. 210

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya CV. Maju Bersama Payakumbuh**

CV. Maju Bersama Payakumbuh merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang pembuatan tempat telur karton (Egg tray) yang terletak di Jalan Panglima Polim Lingkar Selatan Kaluek, Kelurahan Payobasung, Kecamatan Kota Payakumbuh Timur, Kota Payakumbuh.

CV. Maju Bersama Payakumbuh didirikan pada tahun 2011, pertama berdiri hanya mempunyai satu mesin produksi . Kini seiring berjalannya waktu dengan kerja keras dan usaha yang tidak henti CV. Maju Bersama Payakumbuh telah menambah satu mesin lagi dengan 45 karyawan. Kegiatan produksi CV. Maju Bersama Payakumbuh dimulai pada Senin sampai Sabtu yang dibagi menjadi tiga sift yaitu sift pagi, sift siang, sift malam.

CV. Maju Bersama Payakumbuh ini didirikan karena melihat potensi kebutuhan karpet telur khususnya daerah Payakumbuh dan 50 Kota dan sekitarnya. Dengan jumlah populasi ayam ras petelur yang banyak, jumlah pabrik pencetak karpet telur hanya bisa dihitung dengan jari. Belum lagi populasi ayam buras petelur dan itik petelur, yang juga membutuhkan karpet telur.

Selain itu jika dilihat dari pertumbuhan di daerah payakumbuh dan sekitarnya sangat memungkinkan bagi CV. Maju Bersama Payakumbuh untuk memasuki pasaran karpet telur. Sampai saat ini CV. Maju Bersama Payakumbuh masih terus menerus mengevaluasi diri dan berbenah diri untuk menjadi lebih baik dalam segala hal dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup>Wawancara, Bapak Hendra,(Direktur), Jum'at 16 September 2016

## 2. Visi dan Misi CV. Maju Bersama Payakumbuh<sup>55</sup>

### Visi :

Menjadi perusahaan manufaktur karpet telur terkemuka di Indonesia dengan kemampuan bersaing secara global.

### Misi

1. Menghasilkan karpet telur berkualitas tinggi.
2. Meningkatkan produktivitas dan penguasaan pasar di wilayah Indonesia.
3. Memperlakukan seluruh karyawan dengan cara yang adil dan terhormat.

## 3. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran tentang satuan-satuan kerja dan hubungan dalam satuan organisasi serta wewenang dan garis pertanggung jawaban dari atas kebawah maupun sebaliknya. Berikut adalah struktur organisasi CV. Maju Bersama Payakumbuh :<sup>56</sup>

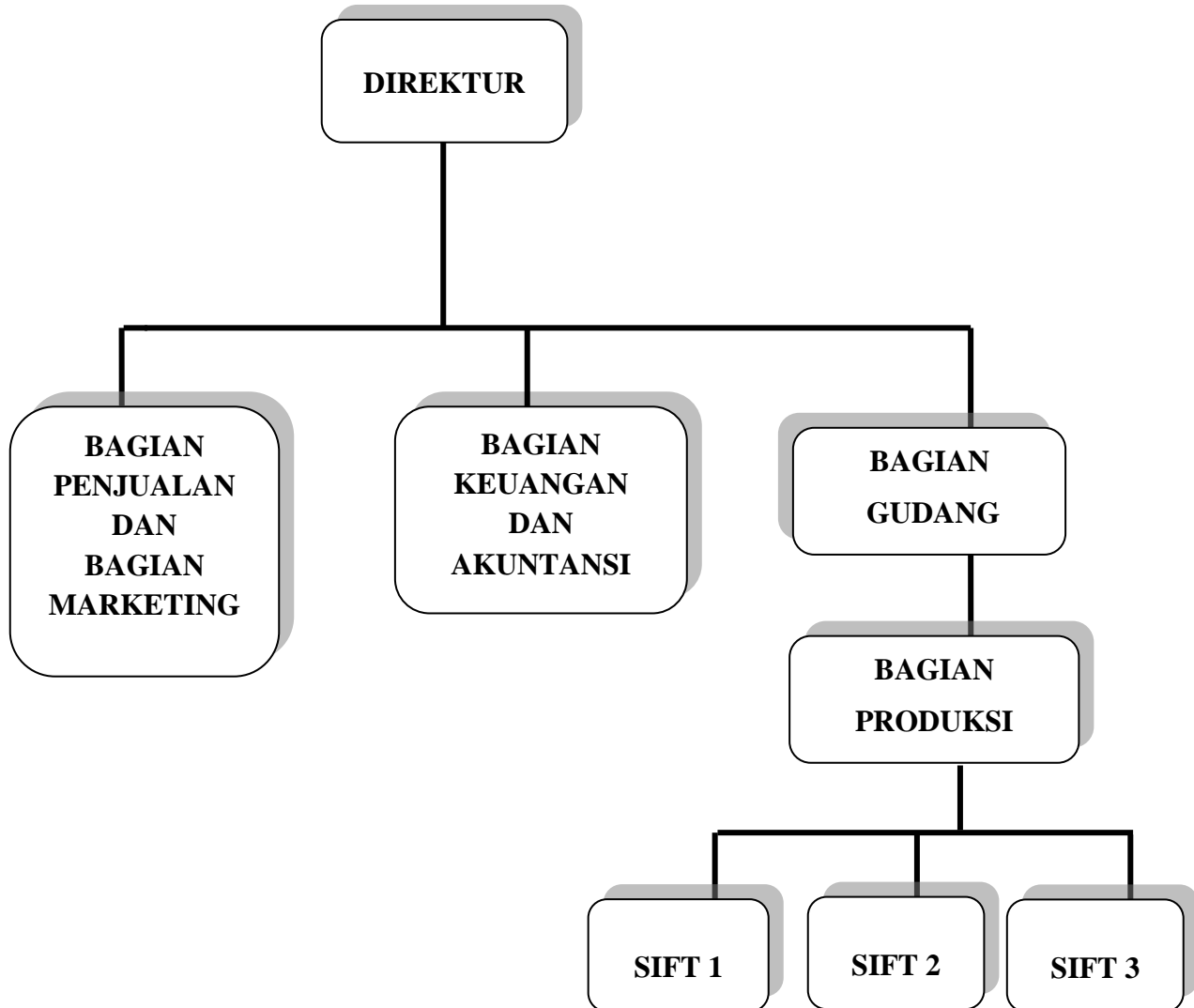
Direktur	: Hendra
Bagian penjualan dan Bagian marketing	: Giarno.M.Suganda, S.T
Bagian produksi dan gudang	: Agus Prasetia
Bagian keuangan dan akuntansi	: Safrisna

---

<sup>55</sup> Wawancara, Bapak Hendra,(Direktur), Jum'at 16 September 2016

<sup>56</sup> Wawancara, Bapak Hendra,(Direktur), Jum'at 16 September 2016

Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV. Maju Bersama Payakumbuh



## **Tugas dan wewenang**

Pembagian tugas dan wewenang pada CV. Maju Bersama Payakumbuh Payakumbuh adalah sebagai berikut :<sup>57</sup>

### a. Direktur

Direktur merupakan pimpinan tertinggi dalam operasi sebuah perusahaan sehari-hari.

Direktur mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Mengelola dan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan secara keseluruhan.
2. Merumuskan tujuan perusahaan dan menetapkan garis besar kebijaksanaan perusahaan.
3. Mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan yang dianggap perlu untuk kebaikan dan kemajuan perusahaan. .

### b. Bagian Keuangan dan Akuntansi

Manajer Keuangan dan Akuntansi tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menyiapkan laporan keuangan per periode akuntansi.
2. Memberi laporan kepada direktur mengenai lapangan keuangan perusahaan.
3. Merekapitulasi setiap transaksi yang terjadi.
4. Menyetujui setiap pengeluaran yang terjadi dalam perusahaan.

### c. Bagian Marketing

Tugas dan tanggung jawab bagian marketing antara lain :

1. Menentukan kebijakan pemasaran.
2. Membuat kebijakan jangka pendek maupun jangka panjang pemasaran.
3. Mengontrol aktivitas pemasaran.
4. Memberikan keputusan atas penilaian kerjasama dengan realisasi dan mengadakan pembinaan terhadap relasi-relasi.

---

<sup>57</sup>Wawancara, Bapak Hendra,(Direktur), Jum'at 23 September 2016

d. Bagian Penjualan

Tugas dan tanggung jawab bagian penjualan antara lain :

1. Mengkoordinir penjualan agar memenuhi target.
2. Menyusun rencana penjualan.
3. Mengikuti dan menganalisis perkembangan pasar
4. Menganalisa laporan penjualan dan mengadakan evaluasi
5. Memberikan saran dalam rangka peningkatan penjualan.

e. Bagian produksi

Tugas dan tanggung jawab bagian produksi yaitu :

1. Memberikan pembinaan dan pengarahan dalam melaksanakan teknis pekerjaan masing-masing bagian.
2. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas tiap bagian yang berada bawahnya, yaitu kepala sift produksi
3. Membantu direktur dan wakil direktur untuk menetapkan ketentuan-ketentuan pokok yang ada di lingkungan perusahaan
4. Membuat laporan kepada direktur sehubungan dengan tugas-tugas yang dilakukannya

#### 4. Prosedur penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh

CV. Maju Bersama Payakumbuh mempunyai 2 cara dalam penjualannya, yaitu :<sup>58</sup>

a. B2C (*Business to channel*)

Penjualan barang yang dilakukan oleh bagian penjualan kepada kios-kios pemasok pakan ayam (*outlet*), dan kios tersebut menjual lagi kepada *user* yang akan memakai kertas telur tersebut.

b. B2B (*Business to business*)

Penjualan barang yang dilakukan oleh bagian penjualan langsung kepada pembeli yang memiliki ternak ayam petelur (*costumer*) untuk dipakai sendiri.

---

<sup>58</sup> Wawancara, Bapak Giarno, (Bagian Marketing dan Penjualan), Jum'at 23 September 2016

Bagian penjualan akan menawarkan dan menjual produk kepada kios-kios pemasok dan untuk sistem penjualan B2B pembeli yang memiliki ternak ayam petelur langsung membeli ke perusahaan.

#### **5. Pencatatan Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh**

Pencatatan penjualan dilaksanakan oleh bagian penjualan, pencatatan dilakukan tepat waktu sesuai faktur yang masuk dan sesuai dengan klasifikasinya, setiap bulannya bagian penjualan membuat laporan bulanan mengenai jenis barang yang dijual dan harga barang.

#### **6. Pelaksanaan Anggaran Penjualan**

Masalah penjualan adalah masalah yang sangat penting dan perlu perencanaan sedemikian rupa, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan target perusahaan.

Begitu pula dengan CV. Maju Bersama Payakumbuh yang mempunyai pandangan bahwa dengan mempertahankan tingkat laba perusahaan dan penggunaan biaya yang efisien, maka kelangsungan hidup perusahaan akan dapat dipertahankan. Untuk mempertahankan hal tersebut, maka diperlukan suatu rencana penjualan yang didasarkan oleh tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah :<sup>59</sup>

- a. Pencapaian target penjualan.
- b. Meningkatkan kerjasama yang baik dengan konsumen.
- c. Memperluas daerah pemasaran.
- d. Memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan tujuan inilah yang mendorong perusahaan melakukan perencanaan penjualan dengan melihat faktor internal dan juga eksternal perusahaan. Berdasar faktor-faktor tersebut, dan analisis realisasi tahun

---

<sup>59</sup>Wawancara, Bapak Giarno (Bagian Marketing Dan Penjualan), Jum'at 23 September 2016

sebelumnya maka disusunlah anggaran penjualan yang juga akan dijadikan sebagai pedoman kerja.

Periode anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh dilakukan dalam periode satu tahun yang dimulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember. Dalam pelaksanaannya anggaran disusun dalam satu tahun.

Pembuatan anggaran berikutnya dimulai pada akhir periode tahunan yang sedang berjalan yaitu pada bulan Desember. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar sebelum periode berjalan habis, maka anggaran penjualan tahun berikutnya telah selesai dibuat dan disahkan dan dapat dilaksanakan tepat waktu.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Peranan Anggaran Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh**

Pembahasan hasil penelitian terhadap variabel ini digunakan indikator-indikator dari kuesioner yang terdiri dari tepatnya penyusunan efektivitas anggaran, karakteristik anggaran, dan berfungsinya anggaran secara normatif, adapun uraian pembahasan masing-masing indikatornya sebagai berikut :

#### **a. Proses Penyusunan Anggaran**

Perusahaan CV. Maju Bersama Payakumbuh melakukan penyusunan anggaran penjualan berdasarkan metode *bottom up* (dari bawah ke atas), yang menyusun anggaran penjualan adalah bagian marketing dan disahkan oleh Direktur, untuk kemudian dilaksanakan oleh bagian penjualan.

- 1) Menganalisis informasi masa lalu dan perubahan lingkungan internal dan eksternal.

Bagian marketing CV. Maju Bersama Payakumbuh membuat usulan anggaran penjualan berdasarkan realisasi anggaran tahun sebelumnya yang disesuaikan dengan kebutuhan di tahun

mendatang ditambah dengan kenaikan harga yang terjadi pada tahun tersebut. Selain itu, manajer marketing mempertimbangkan faktor intern dan ekstern yang dapat mempengaruhi suatu usulan anggaran.

Faktor-faktor internal dan eksternal yang menyebabkan perusahaan lingkungan adalah:

a) Faktor internal

(1) Penjualan produk pada tahun-tahun lalu

Dengan melihat data penjualan produk tahun lalu maka Bagian Marketing CV. Maju Bersama Payakumbuh dapat memperkirakan jumlah penjualan di tahun yang akan datang.

(2) Kemampuan produksi yang dimiliki perusahaan

Anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh disesuaikan dengan kapasitas produksi yang ada.

(3) Kemampuan manajemen perusahaan dalam melakukan peramalan penjualan serta dalam melihat peluang yang ada.

b) Faktor eksternal

(1) Keadaan perekonomian yang berubah-ubah

Anggaran penjualan selalu disesuaikan dengan keadaan perekonomian yang sewaktu-waktu berubah.

(2) Konsumen dan daya belinya

Produksi CV. Maju Bersama Payakumbuh disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen yang sesuai dengan daya belinya. sehingga dapat menunjang penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh

(3) Produsen lain yang sejenis

Manajer CV. Maju Bersama Payakumbuh memperhatikan berapa banyak produsen-prodesen lain yang sejenis yang mungkin dapat merebut pasar.

2) Menentukan perencanaan strategik

Penyusunan anggaran pada CV. Maju Bersama Payakumbuh, ikut mempertimbangkan rencana jangka panjang perusahaan dan mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan.

3) Mengkomunikasikan tujuan perusahaan dan rencana jangka panjang.

Penyusunan anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh selaras dengan tujuan perusahaan dan rencana jangka panjang perusahaan. Pada perusahaan Direktur selalu mengkomuikasikan kepada pihak yang terkait dengan penyusunan anggaran yang dibuat tidak menyimpang dari tujuan perusahaan dan rencana jangka panjang perusahaan.

4) Menyusun Usulan Anggaran

Manajer Marketing membuat usulan anggaran penjualan berdasarkan realisasi anggaran tahun sebelumnya yang disesuaikan dengan kebutuhan di tahun mendatang ditambah dengan kenaikan harga yang terjadi pada tahun tersebut.

Usulan anggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh akan dibahas dalam rapat yang dihadiri oleh Direktur sebagai pimpinan tertinggi perusahaan, serta bagian-bagian yang ikut terlibat dalam penyusunan anggaran penjualan. Pada rapat ini akan dibahas realisasi penjualan tahun sebelumnya. Pencapaian target tahun berjalan, dan gambaran penjualan untuk tahun anggaran yang akan datang. Jika usulan tersebut disetujui, maka usulan tersebut akan disahkan oleh Direktur untuk dijadikan anggaran penjualan. Jika rapat belum menyetujui usulan anggaran yang akan dikemukakan,

maka usulan tersebut dianalisis kembali oleh Manajer Marketing untuk dilakukan perbaikan.

5) Menyerahkan revisi usulan anggaran.

Jika usulan anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh yang diajukan tidak di setujui direktur, usulan tersebut dianalisis kembali oleh bagian marketing untuk di revisi.

6) Revisi dan pengesahan anggaran penjualan.

Setelah rancangan anggaran penjualan telah direvisi dan disahkan oleh Direktur, anggaran tersebut disampaikan kepada bagian penjualan agar dapat dijadikan pedoman kerja. Pada setiap akhir bulan akan dibuat laporan penjualan yang akan diperbandingkan dengan target yang dianggarkan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tercapainya realisasi pada target penjualan tersebut.<sup>60</sup>

Penulis menilai prosedur penyusunan anggaran penjualan ini sudah cukup baik, karena anggaran penjualan yang disusun telah mengikut sertakan partisipasi dari semua bagian untuk memberikan usulannya sesuai dengan kondisi dan kemampuan masing-masing. Partisipasi Direktur adalah dengan mengesahkan dan memberikan pengawasan terhadap pelaksanaan anggaran. Menyusun usulan anggaran.

## **b. Karakteristik Anggaran**

1) Dinyatakan dalam bentuk keuangan dan non-keuangan.

CV. Maju Bersama Payakumbuh menyatakan anggaran dalam bentuk satuan keuangan (rupiah) dan non-keuangan (ikat). Satu ikat kertas telur berjumlah 100 lebar kemas telur.

Hal ini terlihat dalam rancangan anggaran tahun 2015 seperti berikut :

---

<sup>60</sup> Wawancara, Bapak Giarno (Bagian Marketing Dan Penjualan), Sabtu 8 Oktober 2016

**Tabel 4.1**  
**Rencana Anggaran Penjualan**  
**Tahun 2015**

Bulan	Anggaran (Ikat)	Harga / Ikat	Total Anggaran
Januari	15.000	Rp 50.000	Rp 750.000.000
Februari	16.500	Rp 50.000	Rp 825.000.000
Maret	15.365	Rp 50.000	Rp 768.250.000
April	17.350	Rp 50.000	Rp 867.500.000
Mei	15.253	Rp 50.000	Rp 762.650.000
Juni	18.450	Rp 50.000	Rp 922.500.000
Juli	17.320	Rp 50.000	Rp 866.000.000
Agustus	15.723	Rp 50.000	Rp 786.150.000
September	14.320	Rp 50.000	Rp 716.000.000
Oktober	11.320	Rp 50.000	Rp 566.000.000
November	13.567	Rp 50.000	Rp 678.350.000
Desember	15.740	Rp 50.000	Rp 787.000.000
Total			Rp 9.295.400.000

Sumber : CV. Maju Bersama Payakumbuh

2) Umumnya mencakup kurun waktu satu tahun

Dapat terlihat dari rencana anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh tahun 2015 yang mencakup satu tahun yang dirinci dalam periode bulanan.

3) Mengandung komitmen manajemen.

Hal ini dapat dilihat dari prosedur penyusunan anggaran penjualan yang menyatakan adanya persetujuan dari direktur pada anggaran yang akan ditetapkan.

4) Usulan anggaran ditinjau dan disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pelaksana anggaran.

Hal ini dapat dilihat pada prosedur penyusunan anggaran. Anggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh yang diusulkan oleh bagian manager selalu dibahas dan disetujui terlebih dahulu oleh Direktur selaku pihak yang lebih tinggi dari penyusun anggaran tersebut.

5) Setelah disetujui, anggaran hanya dapat diubah pada keadaan khusus.

Perubahan anggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh tergantung dari situasi dan faktor yang mempengaruhinya baik itu faktor intern atau ekstern.

- 6) Laporan perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasinya akan dianalisis secara berkala.

CV. Maju Bersama Payakumbuh selalu membandingkan anggaran penjualan dengan realisasinya pada setiap bulannya. Hal ini dapat dilihat dari laporan penjualan tahun 2015 yang akan dibahas pada efektivitas penjualan.

**c. Berfungsinya anggaran secara normatif**

1) Perencanaan

CV. Maju Bersama Payakumbuh menyusun perencanaan seluruh kegiatan secara terpadu dengan mempergunakan anggaran, dan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh CV. Maju Bersama Payakumbuh tidak terlepas dari anggaran.

Rencana anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh tahun 2015 adalah seperti table di bawah ini :

**Tabel 4.2**  
**Rencana Anggaran Penjualan**  
**Tahun 2015**

Bulan	Anggaran (Ikat)	Harga/ Ikat	Total Anggaran
Januari	15.000	Rp 50.000	Rp 750.000.000
Februari	16.500	Rp 50.000	Rp 825.000.000
Maret	15.365	Rp 50.000	Rp 768.250.000
April	17.350	Rp 50.000	Rp 867.500.000
Mei	15.253	Rp 50.000	Rp 762.650.000
Juni	18.450	Rp 50.000	Rp 922.500.000
Juli	17.320	Rp 50.000	Rp 866.000.000
Agustus	15.723	Rp 50.000	Rp 786.150.000
September	14.320	Rp 50.000	Rp 716.000.000
Oktober	11.320	Rp 50.000	Rp 566.000.000
November	13.567	Rp 50.000	Rp 678.350.000
Desember	15.740	Rp 50.000	Rp 787.000.000
Total			Rp 9.295.400.000

Sumber : CV. Maju Bersama Payakumbuh

2) Pedoman pelaksanaan

Seluruh aktivitas penjualan yang dilakukan oleh CV. Maju Bersama Payakumbuh mengacu pada pencapaian target penjualan tiap bulannya. Dengan demikian seluruh aktivitas penjualan diharapkan tidak akan menyimpang dari anggaran penjualan.

3) Koordinasi

Penyusunan anggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh melibatkan seluruh bagian di dalamnya seperti bagian marketing, bagian keuangan dan akuntansi, Direktur. Sehingga di dalam perusahaan telah tercapainya koordinasi yang baik.

4) Pengawasan

Berdasarkan anggaran penjualan yang telah disusun, CV. Maju Bersama Payakumbuh melakukan pengawasan kegiatan penjualan, yaitu dengan cara membandingkan total anggaran penjualan dengan realisasinya.

Anggaran penjualan dengan realisasi CV. Maju Bersama Payakumbuh :

**Tabel 4.3**  
**Total Anggaran Penjualan dan**  
**Realisasi Penjualan**  
**Tahun 2015**

<b>Bulan</b>	<b>Total Anggaran</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Selisih</b>
Januari	Rp 750.000.000	Rp 936.000.000	Rp 186.000.000
Februari	Rp 825.000.000	Rp 897.000.000	Rp 72.000.000
Maret	Rp 768.250.000	Rp 717.500.000	Rp (50.750.000)
April	Rp 867.500.000	Rp 725.000.000	Rp (142.500.000)
Mei	Rp 762.650.000	Rp 877.000.000	Rp 114.850.000
Juni	Rp 922.500.000	Rp 687.600.000	Rp (234.900.000)
Juli	Rp 866.000.000	Rp 510.300.000	Rp (355.700.000)
Agustus	Rp 786.150.000	Rp 620.100.000	Rp (166.050.000)
September	Rp 716.000.000	Rp 585.000.000	Rp (131.000.000)
Oktober	Rp 566.000.000	Rp 631.800.000	Rp 65.800.000
November	Rp 678.350.000	Rp 530.400.000	Rp (147.950.000)
Desember	Rp 787.000.000	Rp 686.400.000	Rp (100.600.000)
<b>JUMLAH</b>	<b>Rp 9.295.400.000</b>	<b>Rp 8.404.600.000</b>	<b>Rp (890.800.000)</b>

Sumber : CV. Maju Bersama Payakumbuh Payakumbuh

5) Penilaian / evaluasi

Dilihat dari hasil perbandingan total anggaran penjualan dengan realisasinya terdapat adanya penyimpangan-penyimpangan. Hal ini disebabkan karena penganggaran CV. Maju Bersama Payakumbuh terlalu tinggi.<sup>61</sup>

**2. Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh**

Pembahasan hasil penelitian terhadap variabel ini di gunakan indikator terdapatnya proses penjualan. Adapun uraian pembahasan masing-masing indikator sebagai berikut:

a. Menetapkan Anggaran Penjualan.

Dalam melaksanakan kegiatannya penjualan tahun 2015, CV. Maju Bersama Payakumbuh telah menetapkan terlebih dahulu anggaran tahun 2015 sebagai dasar untuk mengevaluasi hasil penjualan. Laporan tersebut dibuat dalam satuan keuangan (Rupiah) dan non-keuangan (ikat). Berikut laporan penjualan pada CV. Maju Besama :

---

<sup>61</sup> Wawancara, Bapak Giarno (Bagian Marketing Dan Penjualan), Sabtu 8 Oktober 2016

**Tabel 4.4**  
**Rencana Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan**  
**Tahun 2015**  
**(dalam satuan ikat)**

Bulan	Anggaran	Realisasi
Januari	15.000	18.720
Februari	16.500	17.940
Maret	15.365	14.350
April	17.350	14.500
Mei	15.253	17.550
Juni	18.450	13.752
Juli	17.320	10.206
Agustus	15.723	12.402
September	14.320	11.700
Oktober	11.320	12.636
November	13.567	10.608
Desember	15.740	13.728

Sumber : CV. Maju Bersama Payakumbuh

**Tabel 4.5**  
**Laporan penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh**  
**tahun 2015**

Bulan	Anggaran (ikat)	Harga/ Ikat	Total Anggaran	Realisasi (ikat)	Harga/ Ikat	Total Realisasi
Januari	15.000	Rp 50.000	Rp 750.000.000	18.720	Rp 50.000	Rp 936.000.000
Februari	16.500	Rp 50.000	Rp 825.000.000	17.940	Rp 50.000	Rp 897.000.000
Maret	15.365	Rp 50.000	Rp 768.250.000	14.350	Rp 50.000	Rp 717.500.000
April	17.350	Rp 50.000	Rp 867.500.000	14.500	Rp 50.000	Rp 725.000.000
Mei	15.253	Rp 50.000	Rp 762.650.000	17.550	Rp 50.000	Rp 877.500.000
Juni	18.450	Rp 50.000	Rp 922.500.000	13.752	Rp 50.000	Rp 687.600.000
Juli	17.320	Rp 50.000	Rp 866.000.000	10.206	Rp 50.000	Rp 510.300.000
Agustus	15.723	Rp 50.000	Rp 786.150.000	12.402	Rp 50.000	Rp 620.100.000
September	14.320	Rp 50.000	Rp 716.000.000	11.700	Rp 50.000	Rp 585.000.000
Oktober	11.320	Rp 50.000	Rp 566.000.000	12.636	Rp 50.000	Rp 631.800.000
November	13.567	Rp 50.000	Rp 678.350.000	10.608	Rp 50.000	Rp 530.400.000
Desember	15.740	Rp 50.000	Rp 787.000.000	13.728	Rp 50.000	Rp 686.400.000

Sumber : Data Olahan Penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh

b. Membandingkan pelaksanaan penjualan yang sebenarnya

Dalam kegiatan penjualan, CV. Maju Bersama Payakumbuh Membandingkan pelaksana penjualan yang sebenarnya dengan anggaran penjualan yang telah ditetapkan.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Anggaran Penjualan}}{\text{Anggaran Penjualan}} \times 100\%$$

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh Payakumbuh pada tahun 2015 dapat diketahui dari pencapaian realisasi anggaran penjualan.

**Tabel 4.6**  
**Efektivitas Anggaran Penjualan**  
**dan Realisasi CV. Maju Bersama Payakumbuh**  
**Tahun 2015**

Bulan	Anggaran Penjualan	Realisasi Penjualan	% Efektivitas	Efektivitas
Januari	Rp 750.000.000	Rp 936.000.000	125%	Sangat efektif
Februari	Rp 825.000.000	Rp 897.000.000	109%	Sangat efektif
Maret	Rp 768.250.000	Rp 717.500.000	93%	Cukup efektif
April	Rp 867.500.000	Rp 725.000.000	83%	Kurang efektif
Mei	Rp 762.650.000	Rp 877.500.000	115%	Sangat efektif
Juni	Rp 922.500.000	Rp 687.600.000	74%	Tidak efektif
Juli	Rp 866.000.000	Rp 510.300.000	59%	Tidak efektif
Agustus	Rp 786.150.000	Rp 620.100.000	79%	Kurang efektif
September	Rp 716.000.000	Rp 585.000.000	82%	Kurang efektif
Oktober	Rp 566.000.000	Rp 631.800.000	112%	Sangat efektif
November	Rp 678.350.000	Rp 530.400.000	78%	Kurang efektif
Desember	Rp 787.000.000	Rp 686.400.000	87%	Kurang efektif
Jumlah	Rp 9.295.400.000	Rp 8.404.600.000	90%	Cukup efektif

Sumber : Data olahan penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa :

1) Januari

Realisasi penjualan pada bulan Januari berada diatas target anggaran yang telah dianggarkan sebesar Rp 936.000.000 atau persentase sebesar 125% hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran penjualan pada bulan Januari sudah sangat efektif.

2) Februari

Realisasi penjualan pada bulan Februari berada diatas target anggaran yang telah dianggarkan sebesar Rp 897.000.000 atau persentase sebesar 109% hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran penjualan pada bulan Februari sudah sangat efektif.

3) Maret

Realisasi penjualan pada bulan Maret dibawah target yang telah di anggarakan sebesar Rp 717.500.000 atau realisasi penjualannya hanya mencapai 93%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Maret cukup efektif.

4) April

Realisasi penjualan pada bulan April dibawah target yang telah di anggarakan sebesar Rp 725.000.000 atau realisasi penjualannya mencapai 83%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan April kurang efektif.

5) Mei

Realisasi penjualan pada bulan Mei diatas anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 877.500.000 atau realisasi penjualannya mencapai 115%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Mei sangat efektif.

6) Juni

Realisasi penjualan pada bulan Juni dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 687.600.000 atau realisasi penjualannya mencapai 74%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Juni tidak efektif.

7) Juli

Realisasi penjualan pada bulan Juni dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 510.300.000 atau realisasi penjualannya mencapai 59% Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Juli tidak efektif.

8) Agustus

Realisasi penjualan pada bulan Agustus dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 620.100.000 atau realisasi penjualannya mencapai 79%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Agustus Kurang efektif.

9) September

Realisasi penjualan pada bulan September dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 585.000.000 atau realisasi penjualannya mencapai 82%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan September kurang efektif.

10) Oktober

Realisasi penjualan pada bulan oktober diatas anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 631.800.000 atau realisasi penjualannya mencapai 112%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Oktober sangat efektif.

11) November

Realisasi penjualan pada bulan November dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 530.400.000 atau realisasi penjualannya mencapai 78%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan November kurang efektif.

12) Desember

Realisasi penjualan pada bulan Desember dibawah anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 686.400.000 atau realisasi penjualannya mencapai 87%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi anggaran pada bulan Desember kurang efektif.

Dari hasil perbandingan bulanan terdapat penyimpangan pada bulan Juni dan Juli. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal dan internal perusahaan. Bisa dipengaruhi oleh faktor kenaikan pakan ayam yang menyebabkan kurangnya peternak untuk mengisi kandang ayam sehingga mempengaruhi permintaan pada kertas telur. Walaupun penyimpangan tersebut tidak mempengaruhi hasil dalam

keseluruhan (Bulanan), tetap saja perusahaan harus menganalisis dan mencari alternatif tindakan koreksi mengatasi hal tersebut. Dalam mencari alternatif tersebut sebaiknya perusahaan membuat prosedur formal untuk mengatasinya agar dalam menindaklanjuti penyimpangan yang terjadi dapat dilakukan secara jelas dan konsisten.

Berdasarkan keseluruhan hasil perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasinya, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa CV. Maju Bersama Payakumbuh cukup efektif karena pada hasil keseluruhan dapat mencapai target yang telah dianggarkan yaitu anggaran yang telah di anggarakan sebesar Rp 8.404.600.000 atau realisasi penjualannya mencapai 90%.

c. Menganalisis sebab-sebab penyimpangan.

Dari wawancara peneliti kepada bagian marketing perusahaan sebab-sebab penyimpangan realisasi anggaran dengan anggaran yang paling dominan yaitu :

1. Kemampuan dalam memasarkan produk kurang maksimal.
2. Harga barang yang tidak sesuai dengan yang di harapkan konsumen (terlalu tinggi)
3. Kualitas produk yang di pasarkan.
4. Permintaan terhadap produk menurun.

d. Mengambil tindakan perbaikan

Setelah diketahui faktor-faktor penyimpangan maka CV. Maju Bersama Payakumbuh melakukan tindakan perbaikan agar hasil hasil penjualan untuk periode yang akan datang semakin meningkat. Tindakan perbaikan tersebut dilakukan dengan cara:

1. Mengoptimalkan kemampuan dalam memasarkan produk
2. Menyesuaikan harga barang yang dipasarkan dengan harga yang diharapkan konsumen
3. Meningkatkan kualitas produk

4. Meningkatkan promosi untuk menaikkan jumlah permintaan terhadap produk.

### **3. Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh.**

Anggaran penjualan sangat berperan dalam menunjang efektivitas penjualan. Anggaran yang disusun dijadikan pedoman dalam melakukan aktifitas perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih jelas jika terdapat penjualan yang efektif. Anggaran yang disusun oleh perusahaan merupakan alat pengendalian untuk yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengendalian ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan realisasi penjualan dengan target anggaran yang telah ditetapkan. Tujuan perusahaan untuk mencapai target anggaran yang telah ditetapkan. Dengan adanya anggaran penjualan yang memadai maka penjualan dapat efektif dan tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Oleh karena itu selain berperan dalam perencanaan, anggaran juga berperan sebagai alat pengendalian dalam mencapai rencana penjualan yang telah ditetapkan.

### **4. Perhitungan Kuesioner**

Berdasarkan jawaban atas pengisian kuesioner kepada empat responden karyawan CV. Maju Bersama Payakumbuh diperoleh hasil sebagai berikut:

#### **1. Peranan anggaran penjualan**

Penulis memperoleh jawaban “YA” sebanyak 117 dari 140 jawaban dan diperoleh hasil :

$$\begin{aligned}\text{Persentase} &= \frac{\text{jumlah jawaban "Ya"}}{\text{Jumlah Jawaban Kuesioner}} \times 100\% \\ &= \frac{117}{140} \times 100\% \\ &= 83\%\end{aligned}$$

Berdasarkan kesimpulan diatas, presentase peranan anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh sebesar 83 % ini menunjukkan bahwa peranan anggaran penjualan pada CV. Maju Bersama berperan.

## 2. Efektivitas Penjualan

Penulis memperoleh jawaban “YA” sebanyak 29 dari 40 jawaban dan diperoleh hasil:

$$\begin{aligned}\text{Persentase} &= \frac{\text{Jumlah Jawaban "Ya"}}{\text{Jumlah Jawaban Kuesioner}} \times 100\% \\ &= \frac{29}{40} \times 100\% \\ &= 72\%\end{aligned}$$

Berdasarkan kesimpulan diatas, presentase efektivitas penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh sebesar 72 % ini menunjukkan bahwa efektivitasnya Cukup efektif

## 3. Peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektifitas penjualan.

Penulis memperoleh jawaban “YA” sebanyak 146 dari 180 jawaban dan diperoleh hasil:

$$\begin{aligned}\text{Persentase} &= \frac{\text{Jumlah Jawaban "Ya"}}{\text{Jumlah Jawaban Kuesioner}} \times 100\% \\ &= \frac{146}{180} \times 100\% \\ &= 81\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas 81% maka menurut perhitungan dikemukakan oleh Dean. J Champion skala kriteria yang dikemukakan oleh Dean J. Champion 76%-100% menunjukkan bahwa Peranan anggaran penjualan perusahaan sangat berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan. dengan demikian anggaran penjualan CV. Maju Bersama Payakumbuh sangat Berperan secara signifikan dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut:

Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh. Dari hasil perhitungan dan pengelolaan data kuesioner, persentase peranan anggaran penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh dengan menggunakan rumus persentase yang dikemukakan oleh Dean J. Champion dan di dapat persentase sebesar 81%.

Penilaian hasil persentase di sesuai dengan skala kriteria yang di kemukakan oleh Dean J. Champion yang menjadi acuan untuk mengambil kesimpulan bahwa 76%-100% dengan kriteria peranan anggaran sangat berperan secara signifikan terhadap efektivitas penjualan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, penulis memberikan saran kepada CV. Maju Bersama Payakumbuh sebagai berikut :

1. Sebaiknya CV. Maju Bersama Payakumbuh membuat beberapa alternatif tindakan koreksi yang sifatnya berbeda untuk mengatasi berbagai penyimpangan yang mungkin terjadi di dalam pelaksanaan anggaran.
2. Perlunya prosedur formal mengenai tindak lanjut dari laporan hasil penjualan yang dihubungkan dengan anggaran, agar pelaksanaan revisi anggaran penjualan dapat dikoordinasi dengan baik.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al-Hikmah. 2010. *Al-Quran dan Terjemahan. Surat An-Nisaa' Ayat 29*. CV Penerbit Diponegoro. Bandung.
- Azuar Juliandi.dkk. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. UMSU PRESS. Medan.
- Catur Sasongko. (2013). *Anggaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Charles T.Horngren.dkk. (2008) *Akuntansi Biaya. Penekanan Manajerial*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Dean J. Champion (1981:302) dalam E-Jurnal Devita Mardiana Supradi. 2015. *Penerapan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Kendali Manajemen Pendapatan Dan Pengembangan Usaha*. E-Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Volume 3. Nomor 1.
- Edi Herman.(2006). *Penggaran Korporasi Suatu Pendekatan Terintegratif*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Edward. dkk. (2011) *Cost Management: A Strategic Emphais*. terj. David Wijaya. "Manajemen Biaya Penekanan Strategis. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen dan Mowen. 2009 "Akuntansi Manajerial". Salemba Empat. Jakarta
- Hulwati. (2009). *Ekonomi Islam*.Ciputat Press Group. Padang.
- Husnayetty. 2013. *Anggaran Penjualan dan Pengendalian Tingkat Produksi: Simulasi Teoritik*: Jurnal Liquidity. STIE Ahmad Dahlan. Jakarta.
- IAI. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23 paragraf 2 (2009). Pendapatan*.
- James M.Reeve Dkk. (2009). *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Jusuf Udaya Dkk. (2013). *Manajemen Strategik*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Justine T.Sirait. (2006). *Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Kamaruddin Ahmad. (2011). *Akuntansi Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mardiasno. (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Andi Ofiset. Yogyakarta

- Muindro Renyowijoyo. (2008). *Akuntansi Sektor Publik: Organisasi Non Laba*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Munandar. (2012). *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja Dan Pengawasan Kerja. Edisi Ke 2*. Bpfe-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Mulyadi. (2014). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta
- M.Nafarin. (2007). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Pransiska Panjaitan. (2014). *Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Putra. Surabaya*.
- Ray H. Garrison dkk. 2007. *Managerial Accounting*. Salemba Empat. Jakarta.
- Robert N. Antoni. (2005). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rulam Ahmadi. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta.
- Sawyer's, Dkk. (2006). *Audit Internal*. Salemba Empat. Jakarta
- Sofjan Assauri. (2010). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono (2012) dalam E-Jurnal Ni Luh Md. Pitria Dewi. (2013) Analisis Efektivitas Pengolahan Data Elektronik Dengan Program MYOB Pada UD. *Widyaa Pratama Di Gianyar*. (Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Tendi Haruman Dan Sri Rahayu. (2007). *Penyusunan Anggaran Perusahaan*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

Jl. Sudirman No.137 Kuburajo Lima Kaum Batusangkar 27213, Telp. (0752) 71150, Ext 135, Fax. (0752) 71879  
Website :www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

Nomor : B-425-b /In.27/L.I/TL.00/ 08 /2016  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Rangkap  
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

18 Agustus 2016

Yth. Pimpinan CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Payakumbuh

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.  
Dengan hormat,

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa Mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : **Rahma Daniati / 12231061**  
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh, 02 Februari 1994  
Kartu Identitas : NIK : 1376034202940002  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Alamat : Koto Panjang RT.001/002 Kelurahan Koto Panjang Kecamatan Payakumbuh Timur Kota Payakumbuh

akan melakukan pengumpulan data untuk proses Penulisan Laporan Hasil Penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : **Peranan Anggaran Penjualan dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada CV. Maju Bersama Payakumbuh**  
Lokasi Penelitian : CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Waktu Penelitian : 19 Agustus s.d 19 Oktober 2016  
Dosen Pembimbing 1 : Gampito, SE., M.Si.  
Dosen Pembimbing 2 : Elfina Yenti, SE., M.Si., Akt., CA.

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Ketua  
  
Ulya Asani, SH., M.Hum.  
NIP. 197503031999031004

Tembusan:

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

## **CV. MAJU BERSAMA PAYAKUMBUH**

Jl. Panglima Polim Lingkar Selatan Kaluek  
Kota Payakumbuh

### **SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Direktur CV. Maju Bersama Payakumbuh,  
dengan ini menerangkan :

Nama : RAHMA DANIATI  
Nim : 12 231 061  
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh, 02 Februari 1994  
Kartu Identitas : NIK : 1376034202940002  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Alamat : Koto Panjang RT. 001/002 Kelurahan Koto Panjang  
Kecamatan Payakumbuh Timur Kota Payakumbuh.

Yang namanya tersebut di atas telah melakukan penelitian dan mengumpulkan data untuk penulisan skripsi dengan judul **"Peranan Anggaran Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada CV. Maju Bersama Payakumbuh"**. Pada tanggal 19 Agustus s.d 19 Oktober 2016, sesuai dengan keterangan yang diterima dari IAIN Batusangkar No : B-425.b/ln.27/L.I/TL.00/08/2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Payakumbuh, 20 Januari 2017

Direktur CV. Maju Bersama Payakumbuh



Hendra

CV. Maju Bersama  
Anggaran Produksi  
Januari –Desember 2015

Bulan	Keterangan				
	Anggaran penjualan	Pers Akhir	Kebutuhan Produksi	Pers Awal	Anggaran Produksi
Januari	15000	738	14262	415	14677
Februari	16500	415	16085	430	16515
Maret	15365	430	14935	392	15327
April	17350	392	16958	390	17348
Mei	15253	390	14863	378	15241
Juni	18450	378	18072	454	18526
Juli	17320	454	16866	435	17301
Agustus	15723	435	15288	465	15753
September	14320	465	13855	410	14265
Oktober	11320	410	10910	271	11181
November	13567	271	13296	235	13531
Desember	15740	235	15505	372	15877

Hormat kami




Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama  
Anggaran penjualan  
Januari 2015- Desember 2015

Keterangan	Ikat	Harga/ Ikat	Jumlah
Januari	15000	Rp 50.000	Rp 750.000.000
Februari	16500	Rp 50.000	Rp 825.000.000
Maret	15365	Rp 50.000	Rp 768.250.000
April	17350	Rp 50.000	Rp 867.500.000
Mei	15253	Rp 50.000	Rp 762.650.000
Juni	18450	Rp 50.000	Rp 922.500.000
Juli	17320	Rp 50.000	Rp 866.000.000
Agustus	15723	Rp 50.000	Rp 786.150.000
September	14320	Rp 50.000	Rp 716.000.000
Oktober	11320	Rp 50.000	Rp 566.000.000
November	13567	Rp 50.000	Rp 678.350.000
Desember	15740	Rp 50.000	Rp 787.000.000
<b>Jumlah</b>	<b>185908</b>		<b>Rp 9.295.400.000</b>


Hormat kami

  
Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Anggaran kebutuhan Bahan Baku  
Januari- Desember 2015

Bulan	Jumlah Produksi	Bahan Baku Yang Dibutuhkan	
		Karton (Ton)	Kayu Bakar (Ton)
Januari	14677	147	120
Februari	16515	165	120
Maret	15327	153	120
April	17348	173	120
Mei	15241	152	120
Juni	18526	185	120
Juli	17301	173	120
Agustus	15753	158	120
September	14265	143	120
Oktober	11181	112	120
November	13531	135	120
Desember	15877	159	120
<b>Total</b>		<b>1855</b>	<b>1440</b>

Hormat Kami

  
Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Pembelian Bahan Baku  
 Januari- Desember 2015

Bulan	Bahan Baku Karton				
	Kebutuhan Produksi	Pers Akhir	Kebutuhan Bahan Baku	Pers Awal	Rencana Pembelian
Januari	147	15	162	7	155
Februari	165	14	179	6	173
Maret	153	17	170	5	165
April	173	19	192	3	189
Mei	152	14	166	12	154
Juni	185	3	188	14	174
Juli	173	14	187	17	170
Agustus	158	15	173	12	161
September	143	23	166	13	153
Oktober	112	12	124	14	110
November	135	13	138	10	128
Desember	159	18	177	15	162
	Total				1894

Hormat Kami

  
 Hendra  
 Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Anggaran Pembelian Bahan Baku  
Januari- Desember 2015

Bulan	Bahan Baku Kayu				
	Kebutuhan Produksi	Pers Akhir	Kebutuhan Bahan Baku	Pers Awal	Rencana Pembelian
Januari	120	6	126	5	121
Februari	120	2	122	3	119
Maret	120	2	122	4	118
April	120	3	123	7	116
Mei	120	4	124	3	121
Juni	120	15	135	5	130
Juli	120	7	127	6	121
Agustus	120	13	133	7	126
September	120	12	132	9	123
Oktober	120	8	128	7	121
November	120	9	129	5	124
Desember	120	11	131	6	125
		Total			1463

Hormat Kami

  
**Hendra**  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Pembelian Bahan Baku  
 Januari- Desember 2015

Bulan	Bahan Baku Yang Dibutuhkan						Total
	Karton			Kayu			
	Bahan baku (Ton)	Harga/ Ton	Jumlah	Bahan Baku (Ton)	Harga/ Ton	Jumlah	
Januari	155	Rp 1.400.000	Rp 217.000.000	121	Rp 200.000	Rp 24.200.000	Rp 241.200.000
Februari	173	Rp 1.400.000	Rp 242.200.000	119	Rp 200.000	Rp 23.800.000	Rp 266.000.000
Maret	165	Rp 1.400.000	Rp 231.000.000	118	Rp 200.000	Rp 23.600.000	Rp 254.600.000
April	189	Rp 1.400.000	Rp 264.600.000	116	Rp 200.000	Rp 23.200.000	Rp 287.800.000
Mei	154	Rp 1.400.000	Rp 215.600.000	121	Rp 200.000	Rp 24.200.000	Rp 239.800.000
Juni	174	Rp 1.400.000	Rp 243.600.000	130	Rp 200.000	Rp 26.000.000	Rp 269.600.000
Juli	170	Rp 1.400.000	Rp 238.000.000	121	Rp 200.000	Rp 24.200.000	Rp 262.200.000
Agustus	161	Rp 1.400.000	Rp 225.400.000	126	Rp 200.000	Rp 25.200.000	Rp 250.600.000
September	153	Rp 1.400.000	Rp 214.200.000	123	Rp 200.000	Rp 24.600.000	Rp 238.800.000
Oktober	110	Rp 1.400.000	Rp 154.000.000	121	Rp 200.000	Rp 24.200.000	Rp 178.200.000
November	128	Rp 1.400.000	Rp 179.200.000	124	Rp 200.000	Rp 24.800.000	Rp 204.000.000
Desember	162	Rp 1.400.000	Rp 226.800.000	125	Rp 200.000	Rp 25.000.000	Rp 251.800.000
<b>Total</b>	<b>1855</b>	<b>Rp 16.800.000</b>	<b>Rp 2.651.600.000</b>	<b>1463</b>	<b>Rp 2.400.000</b>	<b>Rp 293.000.000</b>	<b>Rp 2.944.600.000</b>

Hormat Kami

  
 Hendra  
 Direktur

CV. Maju Berama Payakumbuh  
 Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung  
 Januari- Desember 2015

No	Bulan	Gaji Bulanan		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Januari	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
2	Februari	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
3	Maret	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
4	April	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
5	Mei	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
6	Juni	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
7	Juli	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
8	Agustus	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
9	September	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
10	Oktober	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
11	November	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
12	Desember	Rp 27.300.000	Rp 28.080.000	Rp 55.380.000
<b>Total</b>		<b>Rp 327.600.000</b>	<b>Rp 336.960.000</b>	<b>Rp 664.560.000</b>

Hormat Kami

  
**Hendra**  
 Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Biaya Overhead Pabrik  
 Januari- Desember 2015

Bulan	Tali Rapia	Listrik Dan Air	Telpon	Pemeliharaan Mesin	Penyusutan Mesin	Total
Januari	Rp 800.000	Rp 60.150.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.840.000
Februari	Rp 800.000	Rp 60.125.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.815.000
Maret	Rp 800.000	Rp 61.150.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 82.840.000
April	Rp 800.000	Rp 62.132.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 83.822.000
Mei	Rp 800.000	Rp 60.230.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.920.000
Juni	Rp 800.000	Rp 62.123.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 83.813.000
Juli	Rp 800.000	Rp 62.150.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 83.840.000
Agustus	Rp 800.000	Rp 60.123.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.813.000
September	Rp 800.000	Rp 62.123.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 83.813.000
Oktober	Rp 800.000	Rp 60.000.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.690.000
November	Rp 800.000	Rp 60.231.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 81.921.000
Desember	Rp 800.000	Rp 61.123.000	Rp 390.000	Rp 8.000.000	Rp 12.500.000	Rp 82.813.000
<b>Total</b>	<b>Rp 9.600.000</b>	<b>Rp 731.660.000</b>	<b>Rp 4.680.000</b>	<b>Rp 96.000.000</b>	<b>Rp 150.000.000</b>	<b>Rp 991.940.000</b>

Hormat Kami

  
 Hendra  
 Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Harga Pokok Produksi  
 Januari- Desember 2015

<b>Januari- juni 2015</b>						
Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Biaya Bahan Baku	Rp 241.200.000	Rp 266.000.000	Rp 254.600.000	Rp 287.800.000	Rp 239.800.000	Rp 269.600.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 81.840.000	Rp 81.815.000	Rp 82.840.000	Rp 83.822.000	Rp 81.920.000	Rp 83.813.000
Jumlah biaya produksi	Rp 378.420.000	Rp 403.195.000	Rp 392.820.000	Rp 427.002.000	Rp 377.100.000	Rp 408.793.000
Jumlah Produksi	14677	16515	15327	17348	15241	18526
Harga Pokok Per-ikat	Rp 26.000	Rp 24.400	Rp 26.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 22.000
<b>Juli-Desember 2015</b>						
Keterangan	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Biaya Bahan Baku	Rp 262.200.000	Rp 250.600.000	Rp 238.800.000	Rp 178.200.000	Rp 204.000.000	Rp 251.800.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 83.840.000	Rp 81.813.000	Rp 83.813.000	Rp 81.690.000	Rp 81.921.000	Rp 82.813.000
Jumlah biaya produksi	Rp 401.420.000	Rp 387.793.000	Rp 377.993.000	Rp 315.270.000	Rp 341.301.000	Rp 389.993.000
Jumlah Produksi	17301	15753	14265	11181	13531	15877
Harga Pokok Per-ikat	Rp 23.000	Rp 25.000	Rp 26.500	Rp 28.000	Rp 25.200	Rp 24.500

Hormat Kami



Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Persediaan Bahan Baku  
 Januari- Desember 2015

Bulan	Karton					
	Pers Awal	Harga	Jumlah	Pers Akhir	Harga	Jumlah
Januari	7	Rp 1.400.000	Rp 9.800.000	15	Rp 1.400.000	Rp 21.000.000
Februari	6	Rp 1.400.000	Rp 8.400.000	14	Rp 1.400.000	Rp 19.600.000
Maret	5	Rp 1.400.000	Rp 7.000.000	17	Rp 1.400.000	Rp 23.800.000
April	3	Rp 1.400.000	Rp 4.200.000	19	Rp 1.400.000	Rp 26.600.000
Mei	12	Rp 1.400.000	Rp 16.800.000	14	Rp 1.400.000	Rp 19.600.000
Juni	14	Rp 1.400.000	Rp 19.600.000	3	Rp 1.400.000	Rp 4.200.000
Juli	17	Rp 1.400.000	Rp 23.800.000	14	Rp 1.400.000	Rp 19.600.000
Agustus	12	Rp 1.400.000	Rp 16.800.000	15	Rp 1.400.000	Rp 21.000.000
September	13	Rp 1.400.000	Rp 18.200.000	23	Rp 1.400.000	Rp 32.200.000
Oktober	14	Rp 1.400.000	Rp 19.600.000	12	Rp 1.400.000	Rp 16.800.000
November	10	Rp 1.400.000	Rp 14.000.000	13	Rp 1.400.000	Rp 18.200.000
Desember	15	Rp 1.400.000	Rp 21.000.000	18	Rp 1.400.000	Rp 25.200.000
Bulan	Kayu Bakar					
	Pers Awal	Harga	Jumlah	Pers Akhir	Harga	Jumlah
Januari	5	Rp 200.000	Rp 1.000.000	4	Rp 200.000	Rp 800.000
Februari	3	Rp 200.000	Rp 600.000	3	Rp 200.000	Rp 600.000
Maret	4	Rp 200.000	Rp 800.000	5	Rp 200.000	Rp 1.000.000
April	7	Rp 200.000	Rp 1.400.000	6	Rp 200.000	Rp 1.200.000
Mei	3	Rp 200.000	Rp 600.000	8	Rp 200.000	Rp 1.600.000
Juni	5	Rp 200.000	Rp 1.000.000	7	Rp 200.000	Rp 1.400.000
Juli	6	Rp 200.000	Rp 1.200.000	3	Rp 200.000	Rp 600.000
Agustus	7	Rp 200.000	Rp 1.400.000	9	Rp 200.000	Rp 1.800.000
September	9	Rp 200.000	Rp 1.800.000	8	Rp 200.000	Rp 1.600.000
Oktober	7	Rp 200.000	Rp 1.400.000	3	Rp 200.000	Rp 600.000
November	5	Rp 200.000	Rp 1.000.000	6	Rp 200.000	Rp 1.200.000
Desember	6	Rp 200.000	Rp 1.200.000	3	Rp 200.000	Rp 600.000

Hormat Kami



Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Persediaan Barang Jadi  
 Januari- Desember 2015

Bulan	Pers Awal	Harga	Jumlah	Pers Akhir	Harga	Jumlah
Januari	415	Rp50.000	Rp 20.750.000	738	Rp 50.000	Rp 36.900.000
Februari	430	Rp50.000	Rp 21.500.000	415	Rp 50.000	Rp 20.750.000
Maret	392	Rp50.000	Rp 19.600.000	430	Rp 50.000	Rp 21.500.000
April	390	Rp50.000	Rp 19.500.000	392	Rp 50.000	Rp 19.600.000
Mei	378	Rp50.000	Rp 18.900.000	390	Rp 50.000	Rp 19.500.000
Juni	454	Rp50.000	Rp 22.700.000	378	Rp 50.000	Rp 18.900.000
Juli	435	Rp50.000	Rp 21.750.000	454	Rp 50.000	Rp 22.700.000
Agustus	465	Rp50.000	Rp 23.250.000	435	Rp 50.000	Rp 21.750.000
September	410	Rp50.000	Rp 20.500.000	465	Rp 50.000	Rp 23.250.000
Oktober	271	Rp50.000	Rp 13.550.000	410	Rp 50.000	Rp 20.500.000
November	235	Rp50.000	Rp 11.750.000	271	Rp 50.000	Rp 13.550.000
Desember	372	Rp50.000	Rp 18.600.000	235	Rp 50.000	Rp 11.750.000
Total			Rp 232.350.000	Total		Rp 250.650.000

Hormat Kami

  
Hendra  
 Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Harga Pokok Penjualan  
 Januari- Desember 2015

Januari-Juni 2015							
No	Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	juni
1	Persediaan BB Awal	Rp 10.800.000	Rp 9.000.000	Rp7.800.000	Rp 5.600.000	Rp 17.400.000	Rp 20.600.000
2	Pembelian BB	Rp 241.200.000	Rp 266.000.000	Rp254.600.000	Rp 287.800.000	Rp 239.800.000	Rp 269.600.000
3	BB Siap Pakai (1+2)	Rp 252.000.000	Rp 275.000.000	Rp262.400.000	Rp 293.400.000	Rp 257.200.000	Rp 290.200.000
4	Persediaan BB Akhir	Rp 21.800.000	Rp 20.200.000	Rp24.800.000	Rp 27.800.000	Rp 21.200.000	Rp 5.600.000
5	Jumlah BB Terpakai (3-4)	Rp 230.200.000	Rp 254.800.000	Rp237.600.000	Rp 265.600.000	Rp 236.000.000	Rp 284.600.000
6	B. Tenaga Kerja Langsung	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000
7	B. Overhead Pabrik	Rp 81.840.000	Rp 81.815.000	Rp82.840.000	Rp 83.822.000	Rp 81.920.000	Rp 83.813.000
8	Biaya Pabrik (5+6+7)	Rp 367.420.000	Rp 336.615.000	Rp375.820.000	Rp 404.802.000	Rp 373.300.000	Rp 423.793.000
9	Barang Dalam Proses Awal	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
10	Barang Yang Tersedia (8+9)	Rp 367.420.000	Rp 336.615.000	Rp375.820.000	Rp 404.802.000	Rp 373.300.000	Rp 423.793.000
11	Barang Dalam Proses Akhir	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp-	Rp-
12	Harga Pokok Produksi (10-11)	Rp 367.420.000	Rp 336.615.000	Rp375.820.000	Rp 404.802.000	Rp 373.300.000	Rp 423.793.000
13	Barang Jadi Awal	Rp 20.750.000	Rp 21.500.000	Rp19.600.000	Rp 19.500.000	Rp 18.900.000	Rp 22.700.000

14	Barang Tersedia Dijual (12+13)	Rp 388.170.000	Rp 358.115.000	Rp 395.420.000	Rp 424.302.000	Rp 392.200.000	Rp 446.493.000
15	Barang Jadi Akhir	Rp 36.900.000	Rp 20.750.000	Rp 21.500.000	Rp 19.600.000	Rp 19.500.000	Rp 18.900.000
16	<b>Harga Pokok Penjualan (14-15)</b>	<b>Rp 351.270.000</b>	<b>Rp 337.365.000</b>	<b>Rp 373.920.000</b>	<b>Rp 404.702.000</b>	<b>Rp 372.700.000</b>	<b>Rp 427.593.000</b>
Juli-Desember 2015							
No	Keterangan	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Persediaan BB Awal	Rp 25.000.000	Rp 18.200.000	Rp 20.000.000	Rp 21.000.000	Rp 15.000.000	Rp 22.200.000
2	Pembelian BB	Rp 262.200.000	Rp 250.600.000	Rp 238.800.000	Rp 178.200.000	Rp 204.000.000	Rp 251.800.000
3	BB Siap Pakai (1+2)	Rp 287.200.000	Rp 268.800.000	Rp 268.800.000	Rp 199.200.000	Rp 219.000.000	Rp 274.000.000
4	Persediaan BB Akhir	Rp 20.200.000	Rp 22.800.000	Rp 33.800.000	Rp 17.400.000	Rp 19.400.000	Rp 25.800.000
5	Jumlah BB Terpakai (3-4)	Rp 267.000.000	Rp 246.000.000	Rp 225.000.000	Rp 181.800.000	Rp 199.600.000	Rp 248.200.000
6	B. Tenaga Kerja Langsung	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000	Rp 55.380.000
7	B. Overhead Pabrik	Rp 83.840.000	Rp 81.813.000	Rp 83.813.000	Rp 81.690.000	Rp 81.921.000	Rp 82.813.000
8	Biaya Pabrik (5+6+7)	Rp 406.220.000	Rp 383.193.000	Rp 364.193.000	Rp 318.870.000	Rp 336.901.000	Rp 386.393.000
9	Barang Dalam Proses Awal	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -

10	Barang Yang Tersedia (8+9)	Rp 406.220.000	Rp 383.193.000	Rp 364.193.000	Rp 318.870.000	Rp 336.901.000	Rp 386.393.000
11	Barang Dalam Proses Akhir	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp-	Rp -
12	Harga Pokok Produksi (10-11)	Rp 406.220.000	Rp 383.193.000	Rp 364.193.000	Rp 318.870.000	Rp 336.901.000	Rp 386.393.000
13	Barang Jadi Awal	Rp 21.750.000	Rp 23.250.000	Rp 20.500.000	Rp 13.550.000	Rp 11.750.000	Rp 18.600.000
14	Barang Tersedia Dijual (12+13)	Rp 427.970.000	Rp 406.443.000	Rp 384.693.000	Rp 332.420.000	Rp 348.651.000	Rp 404.993.000
15	Barang Jadi Akhir	Rp 22.700.000	Rp 21.750.000	Rp 23.250.000	Rp 20.500.000	Rp 13.550.000	Rp 11.750.000
16	<b>Harga Pokok Penjualan (14-15)</b>	<b>Rp 405.270.000</b>	<b>Rp 384.693.000</b>	<b>Rp 361.443.000</b>	<b>Rp 311.920.000</b>	<b>Rp 335.101.000</b>	<b>Rp 393.243.000</b>

Hormat Kami

  
Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Anggaran Biaya Administrasi Dan Umum  
Januari- Desember 2015

Bulan	Biaya Gaji	B.ATK	B.P Bangunan	B.Perjalanan	TOTAL
Januari	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Februari	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Maret	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
April	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Mei	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Juni	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Juli	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Agustus	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
September	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Oktober	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
November	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000
Desember	Rp 8000.000	Rp 500.000	Rp 2.500.000	Rp 200.000	Rp 11.000.000

Hormat Kami

  
Hendra  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
Anggaran Biaya penjualan  
Januari- Desember 2015

Bulan	Biaya Gaji	B. Penyusutan Kendaraan	B.Pemeliharaan Kendaraan	B, Bahan Bakar	Total
Januari	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Februari	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Maret	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
April	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Mei	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Juni	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Juli	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Agustus	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
September	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Oktober	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
November	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400
Desember	Rp 2000.000	Rp 833.400	Rp 300.000	Rp 2000.000	Rp 5.133.400

Hormat Kami

  
**Hendra**  
Direktur

CV. Maju Bersama Payakumbuh  
 Anggaran Laba Rugi  
 Januari- Desember 2015

Januari – Juni 2015							
No	Keterangan	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Penjualan	Rp 750.000.000	Rp 825.000.000	Rp 768.250.000	Rp 867.500.000	Rp 762.650.000	Rp 922.500.000
2	Harga pokok penjualan	Rp 351.270.000	Rp 337.365.000	Rp 373.920.000	Rp 404.702.000	Rp 372.700.000	Rp 427.593.000
3	<b>Laba kotor (1-2)</b>	<b>Rp 398.730.000</b>	<b>Rp 487.635.000</b>	<b>Rp 394.330.000</b>	<b>Rp 462.798.000</b>	<b>Rp 389.950.000</b>	<b>Rp 494.907.000</b>
4	Biaya operasional						
5	B. Adm dan Umum	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000
6	B. Penjualan	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400
7	<b>Jumlah biaya operasional</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>
8	<b>Laba operasional (3-7)</b>	<b>Rp 382.596.600</b>	<b>Rp 471.501.600</b>	<b>Rp 378.196.600</b>	<b>Rp 446.664.600</b>	<b>Rp 373.816.600</b>	<b>Rp 478.773.600</b>
<b>Anggaran Laba Rugi</b>							
Juli-Desember 2015							
		Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Penjualan	Rp 866.000.000	Rp 786.150.000	Rp 716.000.000	Rp 566.000.000	Rp 678.350.000	Rp 787.000.000
2	Harga pokok penjualan	Rp 405.270.000	Rp 384.693.000	Rp 361.443.000	Rp 311.920.000	Rp 335.101.000	Rp 393.243.000

3	<b>Laba kotor (1-2)</b>	<b>Rp 460.730.000</b>	<b>Rp 401.457.000</b>	<b>Rp 354.557.000</b>	<b>Rp 254.080.000</b>	<b>Rp 343.249.000</b>	<b>Rp 393.757.000</b>
4	Biaya operasional						
5	B. Adm dan Umum	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000	Rp 11.000.000
6	B. Penjualan	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400	Rp 5.133400
7	<b>Jumlah biaya operasional</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>	<b>Rp 16.133.400</b>
8	<b>Laba operasional (3-7)</b>	<b>Rp 444.596.600</b>	<b>Rp 385.323.600</b>	<b>Rp 338.423.600</b>	<b>Rp 237.946.600</b>	<b>Rp 327.115.600</b>	<b>Rp 377.623.600</b>

Hormat Kami

  
Hendra  
Direktur