

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN TIDAK  
TERCAPAINYA ANGGARAN PENJUALAN PADA  
PT. THAMRIN BROTHER CABANG  
SUNGAI LILIN**

**SKRIPSI**



**Nama : Hintaen Jiminiarsih  
NIM : 222014217**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN TIDAK  
TERCAPAINYA ANGGARAN PENJUALAN PADA  
PT. THAMRIN BRODHER CABANG  
SUNGAI LILIN**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi**



**Nama : Hintaen Jiminiarsih  
NIM : 222014217**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hintaen Jiminiarsih

Nim : 222014217

Konsentrasi : Sistem Pengendalian Manajemen

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Tidak Tercapainya

Anggaran Penjualan Pada PT. Thamrin Brother Cabang  
Sungai

*lilin.*

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulisan ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang,

2019



Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

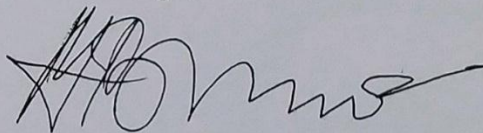
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Tidak  
Tercapainya Anggaran Penjualan PT.Thamrin  
Brother Cabang Sungai Lilin

Nama : Hintaen Jiminiarsih  
Nim : 222014217  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Mata Kuliah Pokok : Sistem Pengendalian Manajemen

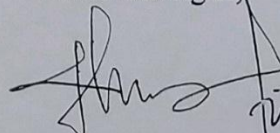
Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal 2018

Pembimbing I,



**H.M. Basyaruddin R.S.E., Ak., M.Si., CA**  
NIDN/NBM : 0226016901/765380

Pembimbing II,



**Nina Sabrina, S.E., M.Si**  
NIDN/NBM : 0216056801/851119

Mengetahui,  
Dekan

U.b. Ketua Program Studi Akuntansi

  
**Betri, S.E., M.Si., Ak., CA**  
NIDN/NBM : 0216106902/944806

## **ABSTRAK**

Hintaen Jiminiarsih/222014217/ Analisis faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin/Sistem Pengendalian Manajemen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tahamrin Brother Cabang Sungai Lilin. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan Motor Yamaha PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Thamrin Brother cabang Sungai Lilin. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data berupa data anggaran dan realisasi untuk memahami situasi dan kondisi obyek penelitian, kemudian menganalisa masalah faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Thamrin Brother cabang sungai lilin. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukan faktoer-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan yaitu faktor internal dan eksternal. faktor internal meliputi penjualan tahun lalu yang yang dijadikan patokan dalam menyusun anggaran tidak realistis, kebijakan perusahaan, tenaga penjualan, fasilitas-fasilitas penunjang, tersediannya modal kerja, sedangkan eksternal meliputi pesaing dan tingkat pesaing dipasar, posisi perusahaan, konsumen, elastisitas perminntaan terhadap produk.

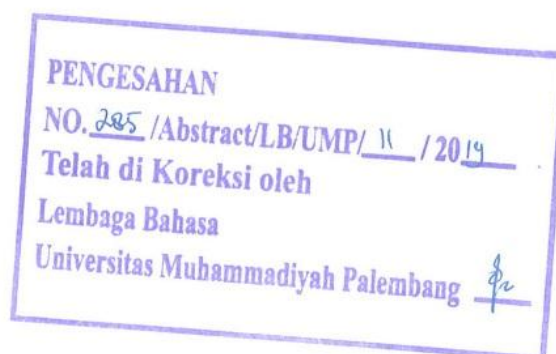
Kata Kunci : anggaran penjualan, motor, faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan

*Abstract*

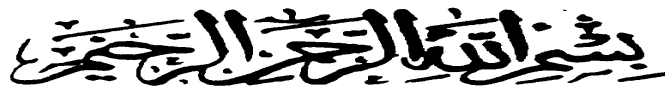
*Hintaen Jiminiarsih / 222014217 / 2019 / The Analysis of the causal factors for not achieving the sales budget at PT. Thamrin Brother Sungai Lilin Branch / Management Control System.*

*The formulation of the problem in this research was what factors caused the sales budget to not be reached at PT. Tahamrin Brother Sungai Lilin Branch. The purpose of this research was to find out the factors that caused were not achieved of the sales budget for Motor Yamaha PT. Thamrin Brother Sungai Lilin Branch. This type of research was descriptive. This research was conducted at PT. Thamrin Brother Sungai Lilin branch. The variables in this research were the causal factors were not achieved the sales budget. The data used were primary data and secondary data. Data collection techniques used in this research were interviews and documentation. The data analysis method used in this research was qualitative analysis. The data analysis technique used was data collection in the form of budget data and realization to understand the situation and condition of the object of the research, then analyze the problem of the causes of the failure to achieve the sales budget at PT. Thamrin Brother sungai lilin branch. Based on the results of the research showed the factors that cause was not achieved the sales budget, namely internal and external factors. Internal factors included last year's sales which were used as a benchmark in formulating unrealistic budgets, company policies, sales forces, supporting facilities, availability of working capital, while external includes competitors and competitors in the market, company position, consumers, demand elasticity for products.*

*Keywords: Sales Budget, motorcycle, Causal Factors not Achieving the Sale budget*



## PRAKATA



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillahirobbilalamin, segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya dan kita selaku umatnya.

Skripsi ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan Pada PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin” penulis bersyukur dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Adapun penelitian ini terbagi menjadi lima bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan dan bab simpulan dan saran. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kepada kedua orangtuaku yaitu Ayahku (Zainal Abidin) dan ibuku (Yunimar) juga saudaraku (rico sepriyanto, Lusi Pranita, dan Thyara Juwita Putri) yang tak pernah henti selalu memberikan doa, menguatkan dan memberi semangat baik moril dan materil. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada bapak H.M. Basyaruddin R.S.E.,Ak.,M.Si.,

CA dan ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si yang telah membimbing dan memberikan bimbingan dan memberikan saran serta masukan yang tulus dan ikhlas guna menyelesaikan skripsi ini, selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli,S.E.,M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Drs. H.Fauzi Ridwan,S.E.,M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Bapak Betri sirajuddin, S.E.,Ak.,M.Si.,CA dan Ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si selaku ketua program dan sekretaris program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Ibu Saekarini Yuliarchtri ,S.E.,Ak.,M.Si.,CA sebagai pembimbing Akademik
5. Bapak H.M. Basyaruddin R.S.E.,Ak.,M.Si.,CA dan ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu dan membantu memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Staf pegawai PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Llin.
8. Teman-teman paket15 dan teman-teman seperjuangan lainnya.
9. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu oleh penulis.



Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, Harapan penulis semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin.

*Akhirul Kalami, HadanallahuWaiyyakum Ajma'ain*

*Wassalamu'alaikum Warohmatullaahi Wa Barokaatuh*

Palembang, 2019

**Hintaen Jiminiarsih**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7

### **BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori.....	9
1. Anggaran .....	9
a. Pengertian Anggaran .....	9
b. Tujuan Anggaran .....	10
c. Karakteristik Anggaran .....	11
d. Manfaat Anggaran.....	12
e. Tahap Penyusunan Anggaran .....	13
f. Jenis-Jenis Anggaran .....	14

2. Penjualan .....	18
a. Pengertian Penjualan.....	18
b. Jenis-jenis Penjualan.....	19
c. Tahapan-tahapan Penjualan .....	20
d. Cara-cara Penjualan .....	21
3. Anggaran Penjualan.....	22
a. Pengertian anggaran penjualan .....	22
b. Unsur-unsur Anggaran Penjualan .....	23
c. Kegunaan budget penjualan .....	24
d. Alasan Menyusun Anggaran Penjualan .....	24
e. Tujuan Utama dari Anggaran Penjualan.....	25
f. Manfaat Anggaran Penjualan.....	26
g. Penyusunan Anggaran Penjualan.....	27
h. Faktor-faktor Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan.....	28
B. Penelitian Sebelumnya .....	31

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian .....	39
C. Operasionalisasi Variabel.....	40
D. Data yang Digunakan .....	41
E. teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	43
1. Analisis Data .....	43
2. Teknik Analisis Data.....	43

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

A. Hasil Penelitian .....	44
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
2. Visi dan misi .....	46

3. Logo Prusahaan.....	47
4. Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas.....	47
a. Struktur Organisasi.....	47
b. Pembagian Tugas .....	48
5. Perhitungan Biaya Upah Tenaga Marketing Per Satu Bulan .....	52
6. Anggaran PT Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin.....	53
7. Pedoman Anggaran Penjualan PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan .....	57
8. Tujuan Anggaran Penjualan PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan.....	58
9. Prosedur Penjualan PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan .....	58
10. Selatan .....	58
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
1. Faktor Internal .....	62
a. Penjualan Tahun-Tahun Lalu .....	62
b. Kebijakan Perusahaan .....	63
c. Kapasitas Produksi .....	66
d. Karyawan Yang Bertugas .....	66
e. Fasilitas-Fasilitas Penunjang.....	67
2. Faktor Eksternal .....	68
a. Pesaing Dan Tingkat Pesaing Dipasar .....	68
b. Posisi Dipasar.....	69
c. Penghasilan Rata-Rata Penduduk .....	70
d. Konsumen .....	71
e. Elastisitas Permintaan Terhadap Produk.....	72

**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan ..... 72  
B. Saran..... 73

**DAFTAR PUSTAKA..... 74**

**LAMPIRAN ..... 75**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan sebagai wadah kegiatan para pengusaha, mempunyai tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang optimal sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Setiap perusahaan dagang khususnya, harus sedapat mungkin unggul dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Perkembangan bidang ekonomi dan bisnis sekarang telah semakin mempertajam persaingan bisnis di Indonesia. Berdasarkan keadaan tersebut maka manajemen perusahaan dituntut untuk memiliki dan meningkatkan kemampuannya dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penentuan program perusahaan di masa depan serta penjabarannya menjadi rencana yang realistis, sederhana, kuantitatif dan terperinci. Untuk mencapai tujuan, perusahaan memerlukan manajemen yang baik yang dapat melaksanakan fungsi manajemen dengan sebaik - baiknya.

Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba- lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, masing- masing perusahaan berusaha menawarkan keunggulan- keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun tidak sejenis semakin ketat karena tingginya permintaan konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, produsen harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan atau keinginan konsumen.

Perusahaan dalam mencapai tujuan juga membutuhkan manajemen yang baik dalam melaksanakan aktivitas dan kegiatan perusahaan, dengan adanya manajemen baik segala aktivitas kegiatan yang ada akan berjalan secara efektif dan efisien. Dalam melaksanakan aktivitas dan kegiatan yang dapat terarah. Perencanaan yang dapat digunakan adalah anggaran. Menurut Nafarin (2013:11) anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan dalam suatu uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam suatu barang/jasa. dan Menurut Robert dan Vijay (2009: 73), anggaran merupakan alat penting untuk perencanaan dan pengendalian jangka pendek yang efektif dalam organisasi. Suatu anggaran operasi biasanya meliputi waktu satu tahun dan menyatakan pendapatan dan beban yang direncanakan untuk tahun itu.

Perusahaan dalam menyusun anggaran dapat dijadikan sebagai pedoman kerja serta dapat mewujudkan visi yang mencapai target yang belum tercapai dan sebagai bahan evaluasi dari pekerjaan yang telah dilakukan. Penyusunan anggaran penjualan sangat penting bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan penjualan dan untuk meningkatkan penjualan dari tahun ketahun dengan tujuan agar keberlangsungan hidup perusahaan dapat memperkirakan pendapatan dan laba yang akan dipilih dalam satu periode.

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-

transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai penagihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli (Mulyadi, 2016: 201).

Suatu perusahaan dapat berhasil atau tidaknya sangat bergantung kepada keberhasilan bagian pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, penjualan merupakan komponen yang memiliki peranan terpenting dalam perusahaan sekaligus ujung tombak bagi perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu mencari laba yang optimal, juga bertujuan agar kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Pencapaian laba dari volume penjualan yang tinggi melalui menjadi tujuan utama dalam perusahaan. Laba merupakan suatu aspek bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta melaksanakan rencana perkembangannya. Pada era globalisasi seperti sekarang ini pesaing yang ada semakin ketat dan para pelaku ekonomi bergerak secara dinamis. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan faktor- faktor yang dapat mengancam keberlangsungan perusahaan.

Perusahaan dagang harus unggul dalam bersaing dengan perusahaan lain, perkembangan bidang ekonomi ini semakin tajam dalam persaingan bisnis. Dengan keadaan ini dituntut memiliki keahlian dalam meningkatkan kemampuan melaksanakan aktifitas dan kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan perusahaan yang akan datang. Untuk mencapai tujuan perusahaan diperlukan manajemen yang baik yang dapat melaksanakan fungsi



manajemen yang baik, dan mengantisipasi hal-hal yang dapat menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan dalam perusahaan..

Adapun faktor- faktor yang perlu diperhatikan dan sangat mempengaruhi tidak tercapainya target penjualan. Data Internal yaitu data dan informasi yang ada didalam perusahaan itu sendiri seperti misalnya kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan pemasaran seperti promosi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk memperkenalkan produk- produknya kepada konsumen, tenaga penjual atau salesmen sangat berperan penting dalam meningkatkan hasil penjualan dalam mempromosikan produk.

Data eksternal yaitu data dan informasi yang ada diluar perusahaan sendiri, tetapi dirasa mempunyai pengaruh cukup besar terhadap budget penjualan seperti pesaing merupakan salah satu faktor yang sering dihadapi perusahaan yang berpengaruh besar terhadap pendapatan dan perkembangan suatu perusahaan untuk bertahan hidup di dunia bisnis dan perusahaan dituntut selalu memperhatikan persaingan dan tingkat persaingan agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan hidup, konsumen baik jumlahnya tingkat penghasilannya selera serta keinginannya harus diperhatikan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan agar konsumen merasa puas, dan penghasilan masyarakat juga mempengaruhi terhadap pendapatan perusahaan, pertumbuhan penduduk juga sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan karena dengan bertambahnya penduduk maka akan diikuti dengan bertambahnya suatu perencanaan manajemen yang baik agar dapat memperhatikan dampak- dampak yang akan timbul dalam perusahaan.

Kesuksesan sebuah perusahaan dapat dilihat dari hasil penilaian prestasi dengan cara membandingkan antara anggaran dan realisasi terjadi. Apabila anggaran penjualan dapat mencapai target maka akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan, apabila realisasi penjualan tidak mencapai anggaran yang diterapkan maka akan terjadi selisih yang merugikan perusahaan. Selisih dan realisasi tersebut terjadi dari faktor dalam dan luar perusahaan. Pimpinan perusahaan berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan bagaimana caranya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dan untuk memperoleh laba semaksimal mungkin, tetapi kenyataan apa yang dianggarkan jauh dari pada yang terealisasi. Hal tersebut dikarenakan oleh faktor internal dan eksternal. Apabila setiap bulan target yang dianggarkan perusahaan tidak tercapai maka akan memberikan dampak yang buruk bagi perusahaan.

Pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut dari hasil penjualan motor yamaha berbagai jenis, seperti new mio m3 125cw, fino premium 125, x-ride, all new soul GT, Nmax abs, R25 abs, Yzr-R15 Gp Movistar, jupiter Z1 CW, Mx king 150, Byson F1, MT25, New Vixion Advance, Aerox 155vva, dan lain-lain. PT Thamrin Brothers Cab Ymp Sungai Lilin memperluas perusahaannya dengan menambah cabang di tempat lain antara lain mendirikan stand di pinggirjalan, dipasar dan sebagainya. PT. Thamrin Brothers Cab Ymp Sungai Lilin di tahun 2013 sampai 2017 PT. Thamrin Brothers Cab Ymp Sungai Lilin mengalami penurunan pendapatan dari penjualan motor yang cukup signifikan sehingga berdampak terhadap pencapaian target penjualan. Data Anggaran dan

Realisasi penjualan motor PT. Thamrin Brothers Cab Ymp Sungai Lilin terdapat pada Tabel I.1

**Tabel I.1**  
**Anggaran dan Realisasi Penjualan Motor Yamaha**  
**PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin**  
**Pada Tahun 2012 – 2017**

Tahun	Anggaran (perunit)	Realisasi (perunit)	Pencapaian	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih	Pencapaian
			(%)				(%)
2013	348	270	77,59%	6.642.031.111	5.153.300.000	1.488.731.111	77,59%
2014	324	286	88,27%	6.122.580.419	5.404.500.000	718.080.419	88,27%
2015	300	215	71,67%	5.375.204.651	3.852.230.000	1.522.974.651	71,67%
2016	350	231	66,00%	7.144.856.060	4.715.605.000	2.429.251.060	66,00%
2017	396	301	76,00%	7.937.846.312	6.033.565.000	1.904.281.319	76,00%
<b>Total</b>	<b>1.716</b>	<b>1.303</b>	<b>76,90%</b>	<b>33.222.518.553</b>	<b>25.159.200.000</b>	<b>8.063.318.560</b>	<b>76,90%</b>

*Sumber: PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin, 2018*

Berdasarkan tabel I.1 anggaran dan realisasi penjualan PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin mengalami selisih antara anggaran yang telah terbuat oleh perusahaan dengan realisasi yang terjadi. Sebagaimana diketahui salah satu tujuan perusahaan untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dalam rangka meningkatkan pertumbuhan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut harus meningkatkan penjualan, namun seperti yang kita lihat dari tahun ketahun pendapatan dan realisasi penjualan motor tidak mencapai target. Kondisi ini untuk jangka panjang akan berdampak pada kelangsungan perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan Pada PT. Thamrin Brother Cabang Sungai lilin.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, rumusan masalah adalah faktor-faktor apa saja yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Thamrin Brother cabang Sungai Lilin ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang dapat menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan Motor Yamaha PT. Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak sebagai berikut:

### **1. Manfaat Bagi Penulis**

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai metode anggaran penjualan serta faktor apa saja yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan.

## 2. Manfaat Bagi PT Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin

Memberikan kontribusi, masukan dan bahan pemikiran mengenai pemecahan masalah tentang metode anggaran penjualan serta faktor apa saja yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT Thamrin Brother Cabang Sungai Lilin.

## 3. Manfaat Bagi Almater

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi penelitian yang serupa di masa yang akan datang, terutama mengenai peranan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian pendapatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Pratiwi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Selisih Anggaran Dan Realisasi Penjualan Pada CV. Honda Unio Motor Palembang*, FE-UMP, Skripsi tidak Dipublikasikan.
- Anthony N. Robert dan govindaranjan Vijai. 2012. *Managemen Control System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Basu Swasta. 2014. *Manajemen Penjualan*. Edisi kedua. Cetakan kedelapan Yogyakarta: BPEE.
- Danang Sunyoto. 2016. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama
- Dermawan, Sjahrial; Djahotman Purba; dan Gunawan. 2017. *Akuntansi manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dessi, Jamiyla, dan Trie & Pratiwi, Trie Sartika. 2014. *Analisis Anggaran Penjualan sebagai Alat Pertencanaan Laba Pada PT Wahana Persada Karton Palembang, Jurnal Cindekia*, ISSN 2089-6018.
- Devita Mariana Suprapti . 2015. *Penerapan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Kendali Manajemen Pendapatan dan Pengembangan Usaha (studi kasus pada CV. Mustika Surya elektik Samarinda) Jurnal EMBA*, (online), (<http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>)
- Dwi Rachmina dan Shinta Wulan Dari. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta polimedia publishing
- Erfin Suherlina. 2009. *Analisis Beberapa Faktor Penyebab Selisish dan Realisasi Penjualan Pada PT. Pertani Persero Cabang Pemasaran Sematera Selatan*, FE-UMP, Skripsi tidak Dipublikasikan.
- Fitriana Sari. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Penyebab terjadi Selisih Anggran Dan Realisasi Penjualan Biaya Produksi Pada PT. Semen Baturaja (Persero) Palembang*, FE-UMP, Skripsi tidak Dipublikasikan.
- Gunawan Adisaputro dan Marwan Asry. 2013. *Penganggaran Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta.
- Haryo Kuncoro. 2008. *Varian Anggran Dan Realisasi Anggaran Belanja Studi Kasus Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta*, (online, *Jurnal Akuntansi*

*dan Investasi*, Vol,8 No. 1, Januari 2008, Hal 126-142,  
<http://www.google.com>. Diakses tanggal 13 juni 2011

- Kadek, Made, dan Anjuman. 2014. *Analisis Perencanaan dan Realisasi Anggaran dalam Evaluasi Kinerja Perusahaan UD. Agus Kusuma. Jurnal E MBA*, (online), Vol4 No1, (<http://ejournal.stjesia.ac.id/index.php/jira/articel/download/584/58>).
- Kenneth.A. Marchant. 2014. *Sistem pengendalian manajemen*. Jakarta. Penerbit. Salemba Empat.
- Lutfi. 2011. *Peranan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Menunjang Efektifitas Pengendalian Penjualan Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung. Akursat jurnal ilmiah akuntansi*, Vol. 2, nomor 06, tahun ke2, diakses melalui <http://repository.maranatha.edu/454/1/peranan%20anggaran%20penjualan%20sebagai%20alat%20bantu%20manajemen%20dala.pdf>
- M. Nafrin. 2013. *Penggaran perusahaan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Akuntansi*. Edisi Tiga. Cetakan Keempat. Salemba Empat:Jakarta.
- Munandar. 2015. *Budgeting Perencanaan Kerja*.Edisi kedua.Cetakan ketiga Yogyakarta:BPEE.
- Sugiyono. 2016. *Metode PenelitianKuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Cetak Kedua puluh tiga. Bandung: Alfabeta.
- V.Wiratna Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka baru press
- Veny Riska Ayundah. 2015. *Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Dalam Menilai Kinerja Manajer Pada PT. Patria Anugrah Sentosa Palembang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Yunika Murdayanti. 2011. *Anggaran Perusahaan*. Palembang. In media.