ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PENYEBAB TIDAK TERCAPAINYA ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. TUNAS AUTO GRAHA PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Ella Sasmita
NIM : 22 2012 211

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2016

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PENYEBAB TIDAK TERCAPAINYA ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. TUNAS AUTO GRAHA PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Nama : Ella Sasmita
NIM : 22 2012 211

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ela Sasmita

NIM : 22 2012 211

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2016

Penulis

Ela Sasmita

Fakultas Ekonomi danBisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang
Nama	: Ela Sasmita
NIM	: 22 2012 211
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Akuntansi
Mata KuliahPokok	: Sistem Pengendalian Manajemen

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal.....

Pembimbing,

(Rosalina Ghazali, S.E., Ak.,M.Si)

NIDN/NBM : 0228115802/1021961

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program StudiAkuntansi

(Betri Sirajuddin, S.E., M.Si.,Ak.,CA)

NIDN/NBM : 0216106902/944806

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Motto :

- *Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha*
- *Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Qs. Al-Baqarah :286)*

(Ela Sasmita)

Terucap syukur pada MU Allah SWT.

Kupersembahkan untuk :

- *Bapak dan Ibuku Tercinta*
- *Ayuk dan kakaku tersayang*
- *Dosen Pembimbingku*
- *Sahabat-sahabat terbaikku*
- *Almamaterku*

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang". untuk memperoleh sebagian persyaratan mencapai gelar sarjana S1.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada orang tuaku Bapak dan Ibuku tercinta Syamirun dan Emi Ruhyati yang telah mendidik, mendoai, membiayai, menemani dan memberi semangat kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Rosalina Ghazali, S.E., Ak.,M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat, dan saran-saran dengan ikhlas dan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu disampaikan juga terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli, S.E., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Bapak Betri Sirajuddin, S.E., M.Si.,Ak.,CA selaku ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Rosalina Ghazali, S.E., Ak.,M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah mengarahkan serta memberi saran yang berguna dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan, staf dan karyawan pada PT. Tunas Auto Graha Kota Palembang, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya, dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibuku atas do'a kasih sayang yang berlimpah, semangat dan selalu memberi motivasi yang tak henti-hentinya untuk menjadikan aku manusia yang lebih baik. Terima kasih untuk selalu menjadi penyemangat dalam hidupku.
8. Kepada kakak perempuan, kakak laki-laki dan saudara kembar ku , Mira Septiana, Brigadir Imam Suprayogi SH,. Dian Yulius, Unun Widya Nurshola, S, Kep., Ners., dan Elysa Mayanti. terima kasih telah memberi dorongan semangat dan do'a yang tulus disetiap perjuanganku.
9. Keluarga Besarku atas do'a dan motivasi untuk terus menyemangati ku hingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Sahabat sekaligus Saudaraku Fadilla S. Si., Novitasari Amd. Keb., Rindi Astika, Ulfahma Arizka Amd, Farm., Ayu Anggraini, Risky Ardiansyah

Putra S. Kep., dan Ahmad Sobirin terima kasih untuk do'a dan dukungan semangatnya.

11. Teman terbaikku Gengs Pojok Asep, Ekky, Erni, Hani, Eva, Maharani, Mega, Gita, Wenny, Nocka, Yopita, Nova, Nurlia, , Elvita, Aan, Tris, Septian, Ana atas bantuan do'a dan motivasinya.
12. Sahabat-sahabat KKN Posko 145 Desa Seri Kembang III atas do'a dan motivasinya.
13. Teman-teman seperjuangan FEB-UMP 2012.
14. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini , untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Palembang, Agustus 2016

Penulis

Ela Sasmita

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN/COVER i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO v

HALAMAN PRAKATA vi

HALAMAN DAFTAR ISI ix

HALAMAN DAFTAR TABEL xii

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xiii

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xiv

ABSTRAK xv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 8

D. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 10

A. Penelitian Sebelumnya 10

B. Landasan Teori 13

1. Anggaran 13

2. Anggaran penjualan 17

3. Faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran 22
4. Tujuan utama anggaran penjualan..... 25
5. Alasan Perusahaan Menyusun Anggaran Penjualan 26
6. Karakteristik Anggaran Penjualan 27
7. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan..... 29

BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Jenis Penelitian..... 32
B. Lokasi Penelitian 33
C. Operasionalisasi Variabel..... 33
D. Data yang Diperlukan..... 34
E. Metode Pengumpulan Data 34
F. Analisis Data dan Teknik Analisis 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 37

A. Hasil Penelitian 37
B. Pembahasan Hasil Penelitian 54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 65

A. Simpulan..... 65
B. Saran..... 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Devisi Jasa	6
Tabel II.1	Penelitian Sebelumnya	12
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel.....	33
Tabel IV.1	Devisi Jasa.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi 42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi

Lampiran 2 :*Fotocopy* Bukti Selesai Penelitian

Lampiran 3 :*Fotocopy* Surat Membaca dan Menghafal Al-Qur'an (Surat Pendek)

Lampiran 4 :*Fotocopy* Sertifikat TOEFL

Lampiran 5 : *Fotocopy* Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)

Lampiran 6 : Jadwal Penelitian

Lampiran 7 : Biodata Penulis

Lampiran 8 : Kartu Aktivitas Bimbingan

ABSTRAK

Ela Sasmita/222012211/ Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT.Tunas Auto Graha Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah Faktor-Faktor yang Menyebabkan tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Faktor-Faktor Menyebabkan tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah 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. Tunas Auto Graha Palembang

Hasil penelitian menujukkan bahwa dalam menyusun anggaran diharapkan bisa terealisasi, dalam hal ini harus mempertimbangkan faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Sedangkan yang menjadi penyebab terjadinya tidak tercapainya anggaran yakni kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan harga servis, fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan dan keadaan persaingan.

Kata Kunci : Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan

.

ABSTRACT

Ela Sasmita/ 22 2012 211/ Analysis of Factors Contributing Not Achieving Budget Auto Sales in PT.Tunas Auto Graha Palembang .

The problem of this research is How Factors Causing no budget Achieving Sales at PT . Auto Graha Tunas Palembang. The purpose of this study was to determine Factors Causing no budget Achieving Sales at PT . Auto Graha Tunas Palembang. This research is a descriptive study . The data used is secondary data . Data collection techniques used in this study were interviews and documentation . Methods of data analysis used in this study is a qualitative analysis . Data analysis techniques used are data collecting budget data and realization to understand the situation and condition of the object, then analyzes the factors that cause the problem does not achieve the sales budget on PT . Auto Graha Tunas Palembang.

The results showed that in preparing the budget expected to be realized , in this case must consider the factors causing the failure to achieve a budget that is internal factors and external factors . While the cause of the failure to achieve a budget that is, policies that relate to the price of services , facilities owned by the company and the state of competition .

Key Words : *Causes Not Achieving Sales Budget .*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan harus mempunyai kemampuan dan keahlian agar dapat berkembang sehingga keberlangsungan dari perusahaan tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan berdirinya perusahaan tersebut. Persaingan dalam dunia yang semakin ketat ini mengharuskan manajer perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam meningkatkan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penentuan perencanaan dan tujuan perusahaan di masa yang akan datang serta penjabarannya menjadi suatu tujuan yang realistis, sederhana kuantitatif dan terperinci.

Perusahaan di dalam mencapai tujuan juga membutuhkan manajemen yang baik hal ini dimaksudkan agar dapat melaksanakan fungsi manajemen dengan sebaik-baiknya sehingga pelaksanaan kegiatan kerja perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efesien, perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya tidak terjadi hambatan atau keadaan yang dapat timbul untuk itu dalam melaksanakan aktivitasnya biasanya perusahaan terlebih dahulu menyusun anggaran, hal ini dimaksudkan agar mencapai tujuan yang harus dicapai dapat terlaksanakan secara efektif dan efesien. Fungsi anggaran di dalam melaksanakan suatu kegiatan biasanya dapat dijadikan sebagai pedoman dalam visi menyusun kegiatan tersebut.

Anggaran dalam hal ini dapat mewujudkan visi yang dapat mencapai target, yang telah dijadikan target yang belum tercapai biasanya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dari pekerjaan yang telah dilakukan.

Penjualan bagi perusahaan pada dasarnya meliputi keputusan dan proses yang diperlukan untuk mengahlikan kepemilikkan atas barang yang telah tersedia untuk dijual kepada pelanggan. Penjualan barang dagang dapat berjalan dengan baik dan efesien, apabila perusahaan dapat menyusun perencanaan dan pengendalian penjualan secara efektif dengan memperhatikan potensi sumber yang dimiliki dan peluang pasar yang ada.

Penjualan merupakan komponen utama sekaligus ujung tombak bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu mencari laba yang optimal, juga bertujuan agar kegiatan operasional perusahaan dapat tetap berjalan secara berkesinambungan. Untuk menilai realisasi kerja perusahaan dengan memperbandingkan antara rencana dengan realisasi kerja dapat pula diketahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan dan penyimpangan atau perbedaan realisasi kerja terhadap yang telah ditetapkan.

Pencapaian laba dari volume penjualan yang tinggi, selalu menjadi tujuan utama dalam perusahaan, karena laba merupakan salah satu aspek bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta melaksanakan rencana pengembangannya. Peningkatan

kualitas produk serta menjalankan operasi yang efektif tentu bukan hal yang mudah, manajemen perusahaan dituntut untuk mampu mengelola perusahaan dan menjalankan fungsi manajemen yang baik.

Fungsi manajemen yang memiliki peranan lebih dalam proses keberlangsungan organisasi yaitu fungsi perencanaan dan fungsi pengendalian. Hal tersebut dikarenakan fungsi perencanaan menyangkut titik awal rencana apa saja yang hendak dilakukan oleh perusahaan. Kemudian fungsi pengendalian sangat berperan dalam hal mencegah proses pelaksanaan atas rencana, meyimpang dari prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, fungsi perencanaan dan pengendalian merupakan dua fungsi yang saling berhubungan satu sama lain.

Perusahaan dagang harus dapat unggul dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Perkembangan bidang ekonomi dan bisnis sekarang ini semakin tajam dalam lintas persaingan bisnis di indonesia. Berdasarkan keadaan tersebut manajemen perusahaan dituntut untuk memiliki dan meningkatkan kemampuannya dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penentuan program perusahaan dimasa depan serta penjabarannya menjadi rencana yang realistis, sederhana, kuantitatif dan terperinci. Untuk mencapai tujuan, perusahaan memerlukan manajemen yang baik serta dapat melaksanakan fungsi manajemen dengan baik sebagai salah satu perencanaan anggaran.

Nafarin (2007: 12), anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang untuk jangka waktu tertentu.

Haruman dan Rahayu (2007), Anggaran penjualan adalah suatu anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang dijual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat/daerah penjualannya.

Penyusunan anggaran penjualan sangat penting bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan penjualan dan untuk meningkatkan penjualan dari tahun ketahun dengan tujuan agar kelangsungan hidup perusahaan tetap berjalan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Melalui anggaran penjualan perusahaan dapat memperkirakan pendapatan dan laba yang akan diperoleh dalam satu periode.

Rencana penjualan yang memadai harus mempertimbangkan banyak kemungkinan dan alternatif yang tersedia serta memperhitungkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya untuk tercapainya target yang tinggi. Melalui perencanaan penjualan tersebut diharapkan target penjualan dapat tercapai dan berpengaruh terhadap pembentukan laba secara maksimal.

Faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan dibagi dua kelompok yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal (dalam) ialah penilaian data yang berasal dari dalam perusahaan

yang mempengaruhi anggaran penjualan meliputi penjualan tahun yang merupakan sumber data anggaran dan realisasi penjualan dari tahun sebelumnya. Faktor eksternal (luar) ialah data dan informasi yang ada diluar perusahaan yang dirasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap anggaran penjualan dalam perusahaan itu sendiri meliputi pesaing yang merupakan salah satu faktor yang paling sering dihadapi oleh perusahaan yang berpengaruh sangat besar terhadap pendapatan dan perkembangan suatu perusahaan untuk bertahan hidup didunia bisnis.

Tanpa adanya suatu rencana, jalannya perusahaan akan tidak menentu, karena tidak adanya petunjuk yang jelas tentang kegiatan apa yang harus dilakukan serta kemana kegiatan tersebut diarahkan. Oleh karena itu, rencana dijadikan sebagai suatu pedoman kerja, maka sudah semestinya jika rencana disusun secara sistematis, terperinci dan jelas.

Anggaran penjualan yang telah disahkan inilah yang menjadi dasar penilaian prestasi manajer. Prestasi manajer telah ditetapkan diukur dengan cara membandingkan antara anggaran yang telah ditetapkan dengan realisasinya. Apabila realisasi penjualan lebih dari anggaran penjualan yang ditetapkan, maka akan terjadi selisih yang dapat merugikan perusahaan. Selisih anatara dan realisasi penjualan dapat disebabakan oleh faktor internal dan eksternal.

PT. Tunas Auto Graha Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan penjualan kendaraan,

khususnya untuk penjualan mobil dan truk merek Toyota, pembayarannya dapat dilakukan dengan cara tunai dan kredit.

PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam melaksanakan strateginya dan kebijaksanaannya untuk mencapai tujuan perusahaan mengahadapi masalah baik berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Dalam lima tahun terakhir ini, yaitu tahun 2011 target yang dianggarkan tercapai sedangkan dari tahun 2012-2015 PT. Tunas Auto Graha Palembang menghadapi masalah yaitu tidak tercapainya anggaran penjualan yang telah ditetapkan. Pimpinan perusahaan berusaha bagaimana caranya agar dapat memperoleh pendapatan yang maksimal, tetapi ternyata apa yang dianggarkan jauh dari realisasinya.

Berikut ini disajikan laporan anggaran penjualan dan realisasi penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang tahun 2011-2015, sebagai berikut

Tabel I.1
Devisi Service
Anggaran dan Realisasi Jasa Service
pada PT. Tunas Auto Graha Palembang
Tahun 2012-2015

No	Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase ketercapaian
1	2012	Rp. 18.000.000.000	Rp. 11.518.226.093	64,0%
2	2013	Rp. 18.000.000.000	Rp. 13.509.863.426	75,1%
3	2014	Rp. 18.000.000.000	Rp. 12.467.975.761	69,3%
4	2015	Rp. 18.000.000.000	Rp. 13.007.370.836	72,3%

Sumber: *PT. Tunas Auto Graha Palembang, 2016*

Berdasarkan tabel I.1 menunjukkan bahwa realisasi penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang mengalami selisih yang cukup tinggi antara anggaran yang dibuat oleh perusahaan dengan realisasi yang terjadi. Pada tahun 2012-2015 persentase ketercapaiannya 64,0%-72,3% penjualan perusahaan yang setiap tahunnya menurun maka akan terjadi selisih yang dapat merugikan perusahaan. Hal ini disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi tidak tercapaiannya target karena penjualan tahun lalu perusahaan menetapkan anggaran penjualannya berlandaskan dengan anggaran tahun sebelumnya bukan melihat dari realiasasi penjualan tahun sebelumnya dan perlengkapan belum lengkap masih banyak yang belum tersedia.. Faktor eksternal yang mempengaruhi tidak tercapainya target banyaknya keadaan persaingan pasar, promosi penjualan, dan tingkat penghasilan masyarakat.

Berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan permasalahan yaitu bagaimanakah faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

D. Manfaat Penelitian

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

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan wawasan dalam kegiatan yang berhubungan dengan penjualan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan manfaat berupa kesimpulan-kesimpulan dan menjadi masukan positif bagi persahaan dalam mengetahui faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang agar dapat terkendali dan dapat meningkatkan penjualan serta meningkatkan volume penjualan

c. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa/i jurusan akuntansi dan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya berjudul Analisis faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack pada PT. Indofood Fritoly Makmur Palembang yang dilakukan oleh Nurlatifa (2010). Perumusan masalahnya adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack pada PT. Indofood Fritolay Makmur Palembang. Adapun tujuan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack pada PT. Indofood Fritolay Makmur Palembang.

Variabel yang digunakan adalah faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan antara lain faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya adalah perubahan biaya produk dan jasa, promosi, serta faktor tenaga jual. Faktor eksternal terdiri atas persaingan dalam pendapatan konsumen.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian

sebelumnya yaitu sama-sama meneliti anggaran penjualan. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah didalam penelitian sebelumnya melakukan penelitian di PT. Indofood Fritolsy Makmur Palembang tentang faktor-faktor penyebab tidak terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack. Sedangkan peneliti sekarang ini, melakukan peneltian di PT. Tunas Auto Graha Palembang tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

Penelitian sebelumnya berjudul Analisis Faktor-faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan PT. Remco Palembang yang dilakukan oleh Kiki Amelia (2009). Perumusan masalahnya adalah faktor-faktor yang dapat menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Remco Palembang. Adapun untuk mengetahui tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Remco Palembang.

Variabel yang digunakan adalah faktor internal dan faktor eksternal. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan anggaran penjualan anatara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu penjualan tahun lalu, kebijakan perusahaan, tenaga penjual, dan modal. Faktor eksternal yaitu pesaing, penghasilan masyarakat dan elastisitas permintaan.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang. Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti anggaran penjualan. Sedangkan perbedaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah didalam penelitian sebelumnya melakukan penelitian di PT. Remco Palembang tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan dari faktor intern sedangkan pada penelitian sekarang di PT. Tunas Auto Graha Palembang tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

Tabel II.1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No	Judul, Peneliti, Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Analisis faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack pada PT. Indofood Fritoly Makmur Palembang. Palembang (Nurlatifa, 2010).	Menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan antara lain faktor internal dan faktor eksternal.	Persamaannya yaitu penelitian sebelumnya dan sekarang sama-sama meneliti anggaran penjualan. Perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya melakukan penelitian tentang faktor-faktor penyebab tidak terjadinya selisih anggaran dan realisasi penjualan snack sedangkan peneltian sekarang melakukan penelitian tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.
2	Analisis faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT.	Menunjukkan bahwa penyusunan anggaran penjualan antara lain faktor internal dan eksternal.	Persamaannya yaitu penelitian sebelumnya dan sekarang sama-sama meneliti anggaran penjualan. Perbedaannya yaitu

	Remco Palembang (Kiki Amelia, 2009).		penelitian sebelumnya melakukan penelitian tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan dari faktor intern. Sedangkan penelitian sekarang tentang faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

Sumber; *penulis 2016*

B. Landasan Teori

1. Anggaran

a) Pengertian Anggaran

Semakin banyak kegiatan perusahaan menyebabkan banyak pula kegiatan yang harus dilakukan yang memerlukan perencanaan cermat. Anggaran merupakan suatu bentuk rencana yang disusun secara terperinci, meskipun tidak semua rencana disebut anggaran.

Nafarin (2007: 12), anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang untuk jangka waktu tertentu.

Munandar (2013:1), adalah anggaran *(budget)*adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.

Hansendan Mowen (2009:423), anggaran adalah sebagai suatu rencana kuantitaif dalam bentuk moneter maupun nonmoneter yang digunakan untuk menenterjemahkan tujuan dan strategi perusahaan dalm suatu operasional.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran adalah suatu rencana yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Selain itu umumnya anggaran disusun dan berlaku untuk jangka satu tahun.

b) Jenis Anggaran

Gunawan dan Marwan (2013:12), berdasarkan fleksibelitas anggaran dapat dikelompokkan menjadi dua macam yaitu:

1) Anggaran Tetap *(Fixed Budget)* adalah anggaran yang disusun untuk periode tertentu dimana volumenya sudah ditentukan dan berdasarkan volume tersebut direncanakan *revenue, cost,* dan *expense*, dalam anggaran ini tidak diadakan revisi secara periodik.
2) Anggaran Kontinyu *(continuous)*, mempunyai karakteristik sebagai berikut:

a. Disusun untuk periode tertentu, dan berdasarkan volume besarnya *revenue,cost* dan *expense.*

b. Untuk mengetahui apakah asumsi-asumsi masih dapat dicapai atau tidak maka secara periodik dilakukan penjualan kembali.

Munandar (2013:5), anggaran dikelompokkan menjadi dua macam yaitu:

1) Budget Strategis *(strategical),* ialah budget yang berlaku untuk jangka panjang, yaitu waktu yang melebihi satu periode akuntansi atau melebihi satu tahun.
2) Budget Taktis *(tactical budget),* ialah budget yang berlaku untuk jangka pendek, yaitu waktu satu periode akuntansi (satu tahun) atau kurang. Budget yang disusun untuk satu periode akuntansi sering disebut budget periodik *(Periodical Budget),* sedangkan budget yang disusun untuk jangka waktu kurang dari satu periode akuntansi sering disebut juga sebagai budget bertahap *(Continuous Budget atau Rolling Budget).*

Berdasarkan jenis-jenis anggaran yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa anggaran perusahaan dapat dibagi menjadi anggaran waktu jangka panjang yaitu lebih dari satu periode akuntansi dan anggaran yang berlaku dalam jangka waktu kurang dari satu tahun atau periode akuntansi.

Semakin banyak kegiatan perusahaan menyebabkan banyak pula kegiatan yang harus dilakukan yang memerlukan perencanaan

cermat. Anggran merupakan suatu bentuk rencana yang disusun secara terperinci, meskipun tidak semua rencana disebut anggaran.

Nafarin (2007:12), anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang untuk jangka waktu tertentu.

Munandar (2013:1), adalah anggaran *(budget)* adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran adalah suatu rencana yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Selain itu umumnya anggaran disusun dan berlaku untuk jangka satu tahun.

c) Manfaat Anggaran

Nafarin (2007:15), manfaat anggaran antara lain sebagai berikut:

1) Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama

2) Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai
3) Dapat memotivasi pegawai
4) Menimbulkan tanggung jawab tertentu pada pegawai
5) Menghindari pemborosan dan pembayaran yang kurang perlu
6) Sumber daya seperti tenaga kerja, peralatan dan dana yang dapat dimanfaatkan seefisien mungkin.

Hansen dan Mowen (2009:424), manfaat anggaran adalah:

1) Memaksa para manajer untuk melakukan perencanaan
2) Menyediakan informasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki pengambilan keputusan
3) Menyediakan informasi standar evaluasi dan kinerja
4) Memperbaiki komunikasi dan koordinasi

Berdasarkan manfaat anggaran diatas maka dapat disimpulkan bahwa anggaran bermanfaat untuk mendorong para manager dalam menyusun perencanaan dan dapat memotivasi karyawan.

2. Anggaran Penjualan

a. Pengertian Anggaran Penjualan

Munandar (2013:41), budget penjualan *(sales budget)* adalah budget yang merencanakan secara sistematis dan lebih

terperinci tentang penjualan perusahaan selama satu periode tertentu yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, waktu penjualan, serta tempat (daerah) pemasarannya.

Nafarin (2007:30), anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya anggaran penjualan disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya karena itu anggaran penjualan disebut anggaran kunci.

Hansen dan Mowen (2009:427), anggaran penjualan *(sales budget)* adalah projeksi yang disetujui komite anggaran yang menjelaskan penjualan yang diharapkan dalam satuan unit dan uang.

Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan suatu rencana penjualan disusun terlebih dahulu dari pada anggara-anggaran lainnya secara sistematis yang meliputi tentang kegiatan penjualan dalam perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.

b. Manfaat Anggaran Penjualan

Munandar (2013:42), anggaran mempunyai beberapa manfaat penting antara lain:

1) Sebagai dasar untuk menyusun budget unit yang akan diproduksikan, karena jumlah satuan (unit) yang akan diproduksikan oleh perusahaan ditentukan oleh berapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya.
2) Sebagai dasar untuk menyusun budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan pemasukan kas.
3) Sebagai dasar untuk menyusun budget piutang penjualan kredit akan berakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.

Nafarin (2007:15), manfaat anggaran antara lain sebagai berikut:

1) Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama.
2) Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai
3) Dapat memotivasi pegawai
4) Menimbulkan tanggungjawab tertentu pada pegawai
5) Menghindari pemborosan dan pembayaran yang kurang perlu
6) Sumber daya seperti tenaga kerja, peralatan dan dana yang dapat dimanfaatkan seefesiensi mungkin
7) Alat pendidikan bagi para manajer

Berdasarkan penjelasan manfaat anggaran penjualan diatas maka dapat disimpulkan bahwa anggaran penjulan bermanfaat

untuk mendorong para manager dalam menyusun perencanaandan dapat memotivasi karyawan sehingga dapat mencapai tujuan.

c. Kegunaan Anggaran Penjualan

Christina (2007:22), menyatakan anggaran penjualan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1) Secara Umum

Sama dengan semua anggaran yaitu sebagai pedoman kerja alat pengkoordinasikan kerja dan alat pengawasan kerja.

2) Secara Khusus

Berguna sebagai alat penyusunan semua anggaran yang ada dalam perusahaan.

d. Fungsi Anggaran Penjualan

Gunawan dan Marwan (2013: 50-52), menyatakan bahwa penjualan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Fungsi Perencanaan

Mendasarkan kegiatan-kegiatan pada penyelidikan-penyelidikan studi dan penelitian-penelitian. Mungkin budgeting bermanfaat untuk membantu manajemen meneliti, mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan kegiatan yang akan dilakukan. Dengan kata lain,sebelum, merencanakan kegitan, manajer mengadakan

peneltian dan pengamatan-pengamatan terlebih dahulu. Kebiasaan membuat rencana-rencana akan menguntungkan semua kegiatan. Terutama kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kebutuhan finansial, tingkat persediaan, fasilitas-fasilitas produksi, pembelian, pengiklanan, penjualan, sales, promotion, pengembangan produk, expansi dan lain-lain.

2) Fungsi Koordinasi

Membantu mengkoordinasikan faktor manusia dengan perusahaan. Dalam beberapa situasi mungkin faktor hubungan manusia dengan perusahaan ini adalah yang terpenting. Seringkali terjadi kasus di mana manajer tidak tahu apa yang akan dilakukannya di tahun-tahun mendatang. Akibatnya kdang-kadang manajer frustasi dan merasa makin lama semakin tidak mampu mengatasinya. Penyusunan rencana yang terperinci (berupa anggaran) membantu manajer mengatasi masalah itu, sehingga ia kembali merasa adanya hubungan antara kemampuannya dengan perusahaan yang dipimpinnya.

3) Fungsi Pengawasan

Untuk mengawasi kegiatan-kegiatan dan pengeluaran-pengeluaran. Di muka telah dikatakan bahwa tujuan utama perencanaan adalah memilih kegiatan yang paling

menguntungkan. Kegiatan tersebut tidak hanya direncanakan saja, tetapi didalam pelaksanaannya harus diadakan pengawasan agar betul-betul seperti yang direncanakan.

e. Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan

Banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi tidak tercapainya anggaran penjualan suatu perusahaan. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan didalam menyusun anggaran penjualan. Munandar (2013:42-43), faktor-faktor tidak tercapainya anggaran penjualan secara garis besar dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

a. Faktor intern, yaitu data dan informasi dan pengalaman yang terdapat diperusahaan itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa:
    1) Perkembangan penjualan di waktu-waktu yang lalu, baik tentang jenis (kualitas) jumlah (kuantitas), harga, waktu maupun tempat (daerah) pemasarannya.
    2) Kebijakan-kebijakan perusahaan yang berhubungan pemasaran
    3) Kapasitas produksi yang nantinya diperlukan untuk menunjang penjualan.

4) Tersedianya karyawan yang ditugasi dibidang pemasaran, baik jumlahnya (kuantitas), maupun keterampilannya (kualitas).
5) Tersedianya fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan pemasaran, seperti misalnya gudang, kendaraan pengangkut, jaringan pemasaran, dan sebagainya.
6) Tersedianya modal kerja untuk menunjang kegiatan pemasaran

b. Faktor Eksternal yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat diluar perusahaan, tetapi mempunyai pengaruh terhadap anggaran penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa:
1) Keadaan persaingan dipasar
2) Tingkat pertumbuhan penduduk
3) Tingkat pengahasilan masyarakat
4) Keadaan Perekonomian Nasional

Nafarin (2007:30), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap tidak tercapainya penjualan adalah sebagai berikut.

1) Faktor Pemasaran
a. Luas pasar, apakah lokal, regional maupun internasional.

b. Keadaan pesaing, apakah bersifat monopoli, oligopoli dan pasar bebas

c. Keadaan konsumen, bagaimana konsumen, apakah konsumen akhir maupun konsumen industri

2) Faktor Keuangan

Apakah modal perusahaan mampu mempunyai untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk membeli barang, bayar promosi dan lain-lainnya.

3) Faktor Ekonomis

Apakah dengan meningkatnya penjualan akan meningkatkan laba atau sebaliknya.

4) Faktor Teknis

Apakah kapasitas terpasang seperti mesin atau alat mampu memenuhi target penjualan yang dianggarkan.

5) Faktor Lainnya

a. Apakah pada musim tertentu anggaran penjualan bertambah

b. Apakah kebijakan pemerintah tidak berubah

c. Sampai berapa lama anggaran yang disusun masih dapat dipertahankan

Teguh (2007: 295-296), menyatakan bahwa faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan antara lain:

1) Penjualan tahun lalu

   Dalam pembuatan anggaran selalu ada taksiran dan seperti ada taksiran dan seperti diketahui taksiran ada kalanya tidak tepat, oleh karena itu anggaran perlu direvisi dari waktu ke waktu yang apabila di rasa perlu

2) Tenaga Kerja yang Tersedia

   Dalam segala kegiatan akan selalu dihadapkan pada masalah tenaga kerja yang berupa hubungan antara manusia itu sendiri ataupun antara manusia dan organisasi dimana ia bekerja. Dan apabila terdapat ketidakharmonisan dalam organisasi tersebut akan menyebabkan anggaran yang dibuat tidak tepat sasaran.

3. Tujuan Utama Anggaran Penjualan

Abdul Halim (2009:160), ada beberapa tujuan utama anggaran penjualan sebagai berikut:

1) Mengurangi ketidakpastian dimasa yang akan datang
2) Memasukkan perimbangan atau keputusan manajemen dalam proses perencanaan
3) Memberikan informasi dan mengawasi perencanaan laba

4) Untuk mempermudah pengendalian manajemen

4. Alasan Perusahaan Menyusun Anggaran Penjualan

Munandar (2013:2), menyatakan bahwa ada bebrapa alasan yang mendorong perusahaan untuk menyusun rencana dalam menghadapi waktu yang akan datang antara lain:

1) Masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian, sehungga jauh-jauh hari sebelum masa tersebut tiba, perusahaan harus mempersiapkan diri sejak awal tentang apa yang akan dilakukannya nanti.
2) Masa yang akan datang penuh dengan berbagai alternatif pilihan yang mau tidak mau perusahaan harus memilih. Untuk dapat memilih alternatif yang tepat, dibutuhkan berbagai analisis, berbagai penelitian yang kadang-kadang membutuhkan waktu yang tidak singkat, sehingga perusahaan harus jauh-jauh hari mempersiapkan diri sejak awal tentang alternatif yang dipilihnya nanti.
3) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai pedoman kerja bagi para karyawan, sehingga sebelum rencana tersebut dilaksanakan nanti, maing-masing karyawan sudah mengetahui dengan jelas apa tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan. Dengan demikian jika waktu pelaksanaan nanti tiba, perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

4) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat pengkoordinasian bagi seluruh kegiatan dari seluruh bagian yang ada dalam perusahaan.
5) Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat evaluasi (pengawasan) kerja karyawan, yaitu untuk menilai prestasi kerja atau kinerja para karyawan dalam melaksanakan atau mendelegasikan rencana tersebut.

Alasan-alasan diatas telah menjelaskan bahwa anggaran penjualan itu merupakan suatu rencana penjualan yang disusun secara sistemastis

5. Karakteristik Anggaran Penjualan

Anthony (2009:1), menyatakan bahwa anggaran mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1) Anggaran memperkirakan keuntungan yang potensial dari perusahaan
2) Dinyatakan dalam istilah moneter walaupun jumlah moneter didukung jumlah nonmoneter
3) Biasanya meliputi waktu satu tahun
4) Merupakan perjanjian manajemen bahwa manajer setuju untuk bertanggung jawab dalam pencapaian tujuan dari anggaran

5) Usulan anggran diperiksa dan disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi dari pembuat anggaran
6) Sekali disetujui anggaran bahwa dapat diubah dalam kondisi tertentu.

Mulyadi (2007:90), suatu anggaran mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut:

1) Anggaran dinyatakan dalam satuan keuangan dan satuan selain keuangan
2) Anggaran mencakup waktu satu tahun
3) Anggaran berisi komitmen atau kesanggupan manajemen
4) Usulan anggaran ditelah dan disetujui oleh pihak yang berwenang lebih tinggi dari penyusunan anggaran.
5) Sekali disetujui, anggaran hanya diubah dibawah kondisi tertentu.
6) Secara berkala, kinerja keuangan sesungguhnya dibandingkan dengan dan selisihnya di analisis dan dijelaskan.

Abdul Halim (2009:173), menyatakan karakteristik anggaran adalah sebagai berikut:

1) Anggaran mengestimasi tingkat laba potensial dari unit usaha

2) Anggaran dinyatakan dalam satuan uang tersebut dibantu dengan data non keuangan seperti jumlah unit yang dijual atau diproduksi
3) Anggaran meliputi periode satu tahun
4) Usulan anggaran ditelahdan disetujui oleh pejabat yang lebih tinggi jabatannya dari yang menyusun anggaran
5) Anggaran merupakan manajemen yang berarti bahwa manajer mau menerima tanggung jawab yang diberikan
6) Anggaran yang telah disetujui hanya bisa diubah jika terjadi kondisi yang memungkinkan
7) Secara periodik, kinerja keuangan dan sesungguhnya dibandingkan dengan anggaran yang kemudian dan selisihnya dianalisis dan dijelaskan.

6. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan

Gunawan dan Marwan (20013:127), beberapa langkah yang diperlukan dalam menyusun anggaran yaitu:

1) Penentuan dasar-dasar anggaran
2) Penentuan relevan variabel yang mempengaruhi penjualan
3) Penentuan tujuan umum dan khusus yang diinginkan
4) Penentuan strategi pemasaran yang dipakai
5) Penyusunan berdasarkan penjualan

Analisis ekonomi dengan mengadakan proyeksi terhadap aspek-aspek makro seperti moneter, kependudukan , kebijaksanaan pemerintah dibidang ekonomi, teknologi, dan menilainya terhadap permintaan industri anatara lain:

1) Melakukan analisis industri. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kemampuan masyarakat menyerap produk sejenis yang dihasilkan oleh industri.
2) Melakukan analisis prestasi penjualan yang lalu. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan pada masa lalu. Dengan kata lain, untuk mengetahui *market share* yang dimiliki perusahaan.
3) Analisis penentuan prestasi penjualan yang akan datang. Analisi ini dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan mencapai target penjualan dimasa depan dengan memperhatikan faktor-faktor produksi seperti bahan mentah, tenaga kerja, kapasitas produksi, dan keadaan permodalan.
4) Menyusun *forecast* penjualan yaitu peramalan jumlah penjualan yang diharapkan dengan anggapan segala sesuatu berjalan seperti masa lalu.
5) Menentukan jumlah penjualan yang dianggarkan
6) Menghitung laba rugi yang mungkin diperoleh
7) Mengkomunikasikan rencana penjualan yang telah disetujui pada pihak lain yang berkepentingan.

Berdasarkan penjelasan dapat diambil kesimpulan bahwa suatu anggaran perlu dibuat oleh setiap bagian (unit) yang ada di perusahaan tersebut dengan berbagai prosedur yang harus diperhatikan sehingga pada akhirnya anggaran tersebut dapat berperan sebagai alat bantu pengendalian yang tepat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sugiyono (2009:16-15), penelitian dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu:

1. Penelitian Deskriptif

   Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya.

2. Penelitian Komperatif

   Penelitian Komperatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan antara satu variabel dengan beberapa sampel atau dalam struktur yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif

   Penelitian Asosiatif adalah bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

B. Tempat Penelitian

Peneltian ini dilakukan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang Jl. Perintis Kemerdekaan No.8 Palembang, (devisi jasa service).

C. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel yang memberikan arti yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan baik secara internal maupun eksternal	faktor yang menyebabkan tidak tercapainya anggaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan baik secara internal dan eksternal pada periode 2012 sampai dengan 2015	A. Faktor internal yaitu: ▪ Penjualan tahun-tahun yang lalu ▪ Kebijakan Perusahaan ▪ Kapasitas produksi ▪ Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan ▪ Tenaga kerja yang tersedia ▪ Tersedianya modal Kerja B. Faktor Eksternal yaitu: ▪ Pesaing ▪ Pertumbuhan penduduk ▪ Penghasilan masyarakat ▪ Keadaan perekonomian nasional

Sumber: *Penulis*, 2016

D. Data yang Diperlukan

Menurut Nur dan Bambang (2009:146), data terdiri dari:

1. Data Primer

   Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara)

2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh orang lain).

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder berupa data anggaran penjualan dan realisasi penjualan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009: 402-405), pengumpulan data terdiri dari:

1. Wawancara

   Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara penelitian dan responden

2. Kuesioner

   Kuesioner adalah membuat pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan akan diajukan kepada pimpinan perusahaan

3. Pengamatan (observasi)

   Observasi adalah pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan cara mencatat secara sistematis data yang dikumpulkan

4. Dokumentasi

   Dokumentasi adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lain. Membuat pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan akan diajukan kepada pimpinan perusahaan.

   Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan dokumentasi. Dokumentasi dilakukan mendapatkan data anggaran penjualan dan realisasi penjualan.

F. Analisi Data dan Teknik Analisis

1. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009: 13-14), metode analisis data terdiri dari:

a. Metode Kuantitatif

   Metode kuantitatif adalah suatu metode analisis data yang diukur dalam suatu skala *numeric* (angka).

b. Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah suatu metode analisis data yang diukur dengan cara memberikan penjelasan dalam bentuk kata-kata atau dalam bentuk kalimat.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Metode kualitatif yaitu metode kualitatif yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

2. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan penulis yaitu mempelajari hasil data yang di peroleh dari PT. Tunas Auto Graha Palembang, pengumpulan data berupa data anggaran penjualan dan realisasi. Untuk memahami situasi dan kondisi obyek penelitian, kemudian menganalisa masalah yang ada pada faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Tunas Auto Graha Palembang

PT. Tunas Auto Graha atau yang lebih dikenal dengan nama TAG. PT. Tunas Auto Graha Palembang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan mobil resmi merk Toyota dan merupakan *Authorized Toyota Dealer*. PT. Tunas Auto Graha Palembang ini beralamatkan di jalan perintis kemerdekaan No. 8 Palembang didirikan dihadapan Notaris di Palembang yaitu Dra. Melitina Lawrence, seorang Sarjana Hukum berdasarkan Akte Perseroan Terbatas tanggal 08 Februari 2000 Nomor 04. Akte Pendirian Perseroan tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia pada tanggal 27 Juli 2004 Nomor: C-18761.HT.01. 10. Tahun 2004.

Akte Pendirian Perseroan Terbatas diatas telah beberapa kali mengalami perubahan dan perubahan terakhir adalah Akta Berita Acara Rapat Perseroan Terbatas yang dibuat dihadapan Notaris Farida Chandra seorang Sarjana Hukum di Palembang pada tanggal 23 Juni 2008 Nomor 03. Akte ini menyatakan

penyesuaian Anggaran Dasar Perseroan dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

PT. Tunas Auto Graha Paleembang selain menjual kendaraan juga melayani Service dan penjual *spare part* khusus mobil Toyota.

2. Profil PT. Tunas Auto Graha

Adapun profil dari PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah sebagai berikut:

a. *Focus On Customer*

Pelanggan bagaikan raja yang harus selalu didahulukan. Karena itu segala upaya difokuskan untuk memberikan layanan bernilai tambah.

b. *Reliable*

Tak ada yang lebih berharga daripada kepercayaan pelanggan. Tak cukup hanya pengalaman dan keahlian yang senantiasa diasah, namu juga perbaikan yang terus menerus dilakukan dengan memperhatikan suara pelanggan.

c. *Green Company*

Makin tingginya polusi lingkungan saat ini, mengilhami PT. Tunas Auto Graha Palembang untuk selalu mengutamakan keselarasan lingkungan melalui fasilitas layanan prosedur, system pengolahan limbah, serta penggunaan produk-produk yang bersahabat dengan lingkungan.

d. *Team Work*

Pasar yang dinamis, hanyalah bisa diantisipasi melalui suatu sinergi dari sebuah tim yang melibatkan berbagai keahlian namun memiliki suatu tujuan, yaitu memuaskan pelanggan.

e. *Strive for Exellence*

Begitu cepatnya perubahan terjadi, begitu tingginya tuntunan pelanggan mendorong PT. Tunas Auto Graha Palembang untuk terus menerus meningkatkan layanan yang lebih baik lagi.

f. *Ease*

Situasi orang semakin bertambah sibuk, membuat waktu semakin berharga, itulah yang menjadi sumber inspirasi PT> Tunas Auto Graha Palembang untuk memberikan pelayanan yang mudah dan memberikan layanan-layanan seperti *Booking Service*, Toyota *Home Service*, OK atau Gratis! Yang mudah diakses di seluruh PT. Tunas Auto Graha Palembang.

3. Visi, Misi dan Tujuan PT. Tunas Auto Graha Palembang

Visi, misi dan tujuan PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah sebagai berikut:

a. Visi

Adapun visi dari PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah "Menjadi Dealer Otomotif yang terbaik di Indonesia melalui proses dan layanan pelanggan yang bertaraf international.

b. Misi

1) Memberi layanan terbaik kepada pelanggan
2) Mencapai pangsa pasar No. 1 untuk kendaraan Toyota
3) Menyediakan lingkungan kerja yang aman dan baik bagi karyawan
4) Menciptakan nilai tambah ekonomis yang positif bagi shareholders

c. Tujuan

1) Market Leader number one in sales, volume, and market share. Yaitu menjadi pemimpin pasar dalam bisnis otomotif dengan volume penjualan nomor satu.
2) Best distribution network. Adalah memiliki jaringan distribusi yang luas.
3) Customer satisfaction and good attitude people. Yaitu menciptakan kepuasan pelanggan dan karyawan PT. Tunas Auto Graha Palembang.
4) Highly Compenence and Good Attitude People. Adalah karyawan PT. Tunas Auto Graha Palembang memiliki sikap, perilaku, etika, kerja, serta kepribadian yang tinggi.

5) Financial Soundeness. Yaitu kondisi keuangan PT. Tunas Auto Graha palembang yang sehat, mampu menciptakan laba yang memadai untuk perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan dimasa mendatang

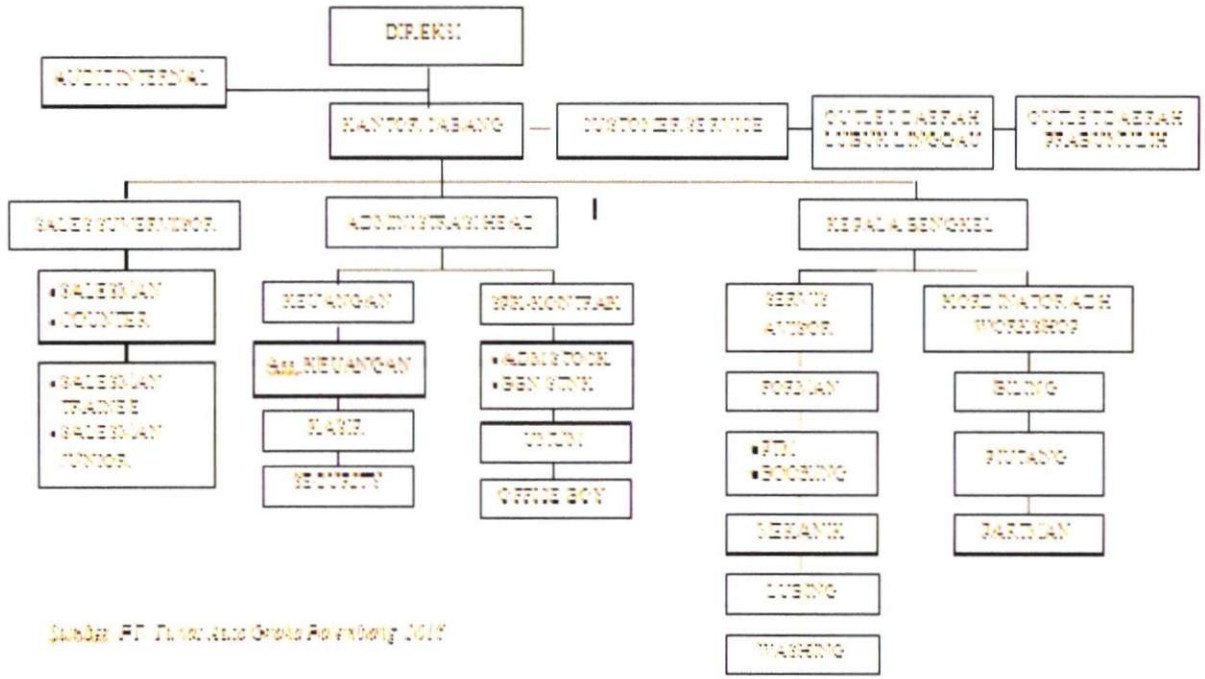
4. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Pada umumnya dalam setiap organisasi terutama dalam organisasi perusahaan harus mempunyai struktur organisasi yang merupakan suatu pedoman untuk melaksanakan tugas-tugas bagi masing-masing bagian.

Setiap perusahaan tentunya mempunyai bentuk organisasi yang berbeda, keberadaan struktur organisasi dalam suatu perusahaan sangatlah penting artinya dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan karena dengan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab yang jelas memungkinkan kegiatan-kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan dan diarahkan secara efesien dan efektif.

Struktur organisasi akan jelas dituangkan kedalam suatu bagan organisasi. Bagan organisasi yang akan digambarkan akan tampak adanya pembagian tugas dan tanggungjawab masing-masing anggota, hubungan anatara pimpinan dan bawahan serta jenis pekerjaan yang dilakukan. Berikut ini struktur organisasi PT. Tunas Auto Graha Palembang.

Gambar IV.1
Struktur Organisasi
PT. Tunas Auto Graha Palembang



Sumber: PT. Tunas Auto Graha Palembang, 2019

Melihat struktur organisasi tersebut, berikut dapat diuraikan secara umum mengenai tugas dan wewenang serta tanggungjawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

a. Direksi

1) Menetapkan kebijaksanaan dan membuat keputusan perusahaan.
2) Memimpin perusahaan
3) Mengontrol cara kerja karyawan
4) Menerima laporan dari masing-masing departemen

b. Audit Internal

1) Mengawasi dan memeriksa semua kegiatan yang terjadi dalam lingkungan perusahaan agar tetap sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan perusahaan.
2) Merancang sistem dan prosedur yang perlu diperbaiki
3) Meriview sistem pengendalian intern yang ada

c. Kepala Cabang

1) Meminta pertanggungjawaban atas laporan internal audit
2) Bertindak sebagai penanggungjawaban atas berjalannya perusahaan jika direksi utama tidak berada ditempat
3) Memberikan bimbingan teknik kepada tingkatan dibawahnya
4) Perencanaan dana dan biaya.

d. Administrasi Head

1) Menangani segala administrasi karyawan
2) Membawahi administrasi, keuangan, spk-kontrak dan lainnya.

3) Mengurus pembayaran gaji dan pengeluaran lainnya
4) Menyiapkan semua dokumen yang diperlukan dalam administrasi
5) Bertanggung jawab kepada direksi dan kepala cabang
6) Mengendalikan persediaan barang dagang yang ada di showroom
7) Mendatangani setiap kontrak dari setiap penjualan barang dagang

e. Sales Supervisor

1) Bertanggungjawab atas order pesenan
2) Bertanggungjawab untuk memasarkan produk
3) Mengkoordinasikan salesman dan sales counter
4) Melakukan penjualan dan mengawasi pengiriman barang dagang kepada sub dealer maupun kepada konsumen.
5) Membuat laporan penjualan setiap bulannya.

f. Kepala Bengkel

1) Bertanggungjawaban terhadap kinerja dari bawahannya, serta mengkoordinasikan baik seluruh karyawan servis yaitu bertanggungjawab terhadap mutu pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen.
2) Bertanggungjawab mengkoordinasikan kegiatan mekanik yang ada termasuk merancang pola pelatihan serta peningkatan keterampilan mekanik.

3) Bertanggungjawab mengawasi kegiatan body repair terutama mengawasi kualitas dari pekerjaan yang dibebankan kepada bagiannya.
4) Bertanggungjawab mengkoordinasikan seluruh karyawan *spare part* dan kinerja bawahannya.
5) Bertanggungjawab melaksanakan penyusunan rencana kegiatan departemennnya berdasarkan rencana strategi yang telah disusun dan disetujui oleh devisi.

5. Aktivitas PT.Tunas Auto Graha Palembang

Adapun penjualan yang dilaksanakan oleh PT. Tunas Graha Palembang sampai saat ini menggunakan dua cara yaitu penjualan dengan cara tunai/*cash* dan penjualan dengan kredit/angsuran dengan menggunakan jasa leasing pada perusahaan leasing yang telah bekerja sama dengan perusahaan PT. Tunas Auto Graha Palembang.

a. Penjualan *cash*/Tunai

   Adapun jual beli yang dilakukan secara tunai atau langsung dimana pada saat terjadinya transaksi jual beli tersebut pembeli harus membayar uang kas secara tunai ataupun dengan menggunakan cek sesuai dengan harga yang telah disepakati

b. Penjualan Kredit/Angsuran via *leasing*

   Dalam hal ini penjualan via *leasing* biasanya pembeli menghubungi PT. Tunas Auto Graha Palembang untuk

membeli kendaraan yang dibutuhkan. Kemudian PT. Tunas Auto Graha Palembang tersebut menghubungi pihak *leasing* dimana pembeli akan menghubungkan langsung dengan pihak *leasing* dalam hal pembayaran.

Jenis kendaraan yang diperdagangkan oleh PT. Tunas Auto Graha Palembang yaitu semua jenis kendaraan mobil dan truk merk Toyota.

6. Anggaran Penjualan PT. Tunas Auto Graha Palembang

Tabel IV.1
Devisi Service
Anggaran dan Realisasi Jasa Service
pada PT. Tunas Auto Graha Palembang
Tahun 2012-2015

No	Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase ketercapaian
1	2012	Rp. 18.000.000.000	Rp. 11.518.226.093	64,0%
2	2013	Rp. 18.000.000.000	Rp. 13.509.863.426	75,1%
3	2014	Rp. 18.000.000.000	Rp. 12.467.975.761	69,3%
4	2015	Rp. 18.000.000.000	Rp. 13.007.370.836	72,3%

Sumber: *Data yang di olah, 2016*

Anggaran penjualan devisi jasa service yang terjadi pada tabel IV.1 setiap tahunnya menurun maka perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi tidak tercapaiannya target karena penjualan tahun lalu perusahaan menetapkan anggaran penjualannya berlandaskan dengan anggaran tahun sebelumnya bukan melihat dari realiasasi penjualan tahun sebelumnya dan perlengkapan belum lengkap masih

banyak yang belum tersedia. Faktor eksternal yang mempengaruhi tidak tercapainya target banyaknya keadaan persaingan pasar, promosi penjualan, dan tingkat penghasilan masyarakat.

Sejalan dengan berkembangnya aktivitas dan kemajuan yang dialami suatu perusahaan dengan tingkat aktivitas dan kegiatan yang semakin meluas maka semakin besar dan kompleks permasalahan yang akan dihadapi perusahaan dimasa yang akan datang. Tanpa adanya suatu rencana aktivitas perusahaan akan tidak menentu karena tidak adanya petunjuk yang jelas tentang kegiatan apa yang dilakukan serta kemana kegiatan tersebut diarahkan.

Untuk mengatasi kondisi tersebut perusahaan dituntut untuk melaksanakan fungsi manajemen yang cukup kuat dan memadai. Unsur penting untuk membuat anggaran penjualan tersebut adalah mengetahui taksiran kuantitas penjualan, pengalaman masa lalu, dan kondisi pasar.

Unsur-unsur dalam penyusunan anggaran tersebut sangatlah penting diperhatikan agar perusahaan dapat menyusun anggaran secara efektif. Untuk itu, rencana dijadikan sebagai pedoman kerja maka sudah semestinya jika rencana disusun secara sistematis, terperinci, jelas dan tidak menimbulkan berbagai macam tafsiran, serta memungkinkan untuk dilaksanakan. Penetapan anggaran penjualan perlu memperhatikan hal-hal yang akan berkaitan penyusunan anggaran tersebut.

Anggaran penjualan menjadi dasar untuk menyusun anggaran yang disusun dengan kata lain anggaran lainnya disusun terlebih dahulu dengan

memperhatikan rencana aktivitas penjualan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

Anggaran penjualan memiliki tiga unsur pokok kegunaan yaitu sebagai dasar untuk menyusun anggaran unit yang akan diproduksi yang merupakan jumlah satuan (unit) yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh beberapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya, sebagai dasar untuk menyusun anggaran kas dan sebagai dasar untuk menyusun anggaran piutang yang merupakan penjualan kredit yang akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.

Bagi setiap perusahaan anggaran penjualan sangatlah penting untuk meningkatkan pendapatan bagi perusahaan karena anggaran penjualan merupakan suatu anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan yang baik dan tepat maka akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

Salah satu alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut adalah anggaran yang merupakan tolak ukur yang dapat digunakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas suatu kegiatan.

Beberapa ketentuan anggaran secara umum yang ada pada PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah sebagai berikut:

a. Anggaran perusahaan merupakan penjabaran dari rencana kegiatan perusahaan dan merupakan alat pengendalian keberhasilan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan dalam rencana kerja perusahaan.

b. Untuk keperluan pengendalian dan pengelolahan anggaran perusahaan supaya terdapat keselarasan dan kesatuan gerak sehingga pelaksanaannya dapat dilakukan dengan baik, efisien dan efektif dibutuhkan suatu pedoman pelaksanaannya.

c. Penyusunan anggaran harus mengacu pada pencapaian sasaran yang telah ditetapkan dalam rencana jangka panjang perusahaan dengan mempertimbangkan perkiraan keadaan untuk tahu yang akan datang.

d. Prinsip efisien, hemat dan tidak berlebihan serta terkoordinasi harus senantiasa dijaga untuk semua unit organisasi yang ada dalam rangka membuat usulan program kerja dan anggaran.

7. Pedoman Anggaran Penjualan PT. Tunas Auto Graha Palembang

PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam melakukan pengangguran menngacu pada pokok kebijaksanaan penyusunan dan rencana kerja anggaran dengan maksud:

a. Memudahkan penyusunan, pelaksanaan, pelaporan dan pengawasan anggaran.

b. Dipakai sebagai tolak ukur keberhasilan pelaksanaan anggaran yang telah dilakukan secara lengkap, terpadu dan sistematis.

c. Memperkecil kemungkinan perbedaan penafsiran dalam menyusun anggaran.

d. Memperjelas tugas dan tanggungjawab dalam penyusunan, penyampaian, pelaksanaan dan pengendalian anggaran.

Tujuan anggaran penjualan yang ingin dicapai oleh PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah sebagai berikut:

a. Sebagai pedoman untuk para pelaksana lingkungan PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam melaksanakan pengendalian dan pengelolaan yang berkaitan dengan pelaksanaan anggaran perusahaan.
b. Sebagai pedoman dalam pemberian wewenang kepada semua unit kerja dalam melaksanakan rencana kegiatan kerja serta anggaran yang berada dibawah pengendalian dan pengelolaannya.

8. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan PT. Tunas Auto Graha Palembang

Penyusunan anggaran dilakukan oleh komite anggaran yang diketuai oleh direksi atau pimpinan perusahaan dan anggota dan anggota komite adalah bagian pemasaran dan penjualan. PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam penyusunan anggaran penjualan didasarkan oleh intruksi dari pimpinan perusahaan melalui pernyataan tertulis berupa memo atau intruksi secara lisan. Adapun secara prosedur penyusunan anggaran adalah sebagai berikut:

a. Direksi memberikan intruksi secara lisan atau tertulis kepada bagian pemasaran dan penjualan.
b. Bagian pemasaran dan penjualan membuat perencanaan anggaran penjualan dalam proses.

c. Otorisasi atau persetujuan dari direksi.

Ketentuan yang dibuat perusahaan dalam penyusunan anggaran penjualan adalah sebagai berikut:

a. Anggaran disusun berdasarkan perkiraan kemampuan perusahaan.
b. Anggaran penjualan menguraikan jelas tentang produk, kuantitas dan nilai.
c. Penentuan besarnya penjualan didasarkan harga jual.

Penyusunan anggaran penjualan berdasarkan pada tahun kalender (tahun takwin) yaitu dari tanggal 31 Desember. Tahapan yang dilakukan dalam penyusunan anggaran penjualan diawali dengan penentuan variabel yang mempengaruhi anggaran penjualan. Penyusunan anggaran penjualan memerlukan informasi masa lalu dan informasi mengenai kondisi pasar saat ini. Disamping itu juga dilakukan analisis terhadap prestasi yang telah tercapai oleh perusahaan/ komite anggaran penjualan PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam menyusun anggaran penjualan melakukan peramalan dengan melihat kecendrungan penjualan yang terjadi yang memungkinkan dapat mencapai tujuan dimasa yang akan datang.

Peramalan penjualan disusun oleh bagian penjualan yang kemudian dijadikan dasar anggaran penjualan. Penyusunan perkiraan penjualan dilakukan melalui rapat dengan direksi atau

pimpinan. Penyusunan penjualan ini menggunakan metode *judgment* yaitu berdasarkan pendapat dari pihak yang kompeten antara lain pendapat bagian pemasaran dan tidak melakukan perhitungan secara statistik.

Perkiraan penjualan disusun oleh bagian penjualan untuk menentukan penjualan yang dianggarakan dan kemudian disusunlah anggaran penjualan. Setelah penyusunan anggaran penjualan tersebut, kemudian diminta pengesahan kepada direksi atau pimpinan. Setelah disahkan anggaran penjualan diserahkan keapada bagian penjualan untuk kemudian dilaksanakan tahap selanjutnya yang menjadi tahap akhir dari penyusunan anggaran penjualan ini.

Anggaran penjualan sebagai suatu alat untuk mempermudah pihak perusahaan dalam mencapai tujuannya yaitu untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal dan banyak kendala-kendala yang akan dihadapi oleh perusahaan yang terkait dengan realisasi anggaran penjualan baik secara umum maupun tiak langsung.

Unit penelitian yang dilakukan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang outomotif dibidang penjualan mobil dan truk sangat membutuhkan anggaran penjualan. Dalam penyusunan anggaran penjualan,

perusahaan menetapkan target penjualan. Namun dalam 4 (empat) tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Ketentuan umum pengendalian anggaran penjualan PT. Tunas Auto Graha Palembang adalah sebagai berikut:

a. Rencana kerja penjualan yang telah dialokasikan kedalam anggaran penjualan dicatat kedalam kartu pengawasan anggaran serta mencatat setiap terjadinya realisasi.
b. Penyimpangan yang terjadi dan diperkirakan terjadi harus dibahas dan dianalisis dan biasanya evaluasi pelaksanakannya ini dilakukan persemester.

Pengendalian anggaran ini dilakukan untuk mencegah terjadinya deviasi anggaran yang cukup besar sehingga anggaran dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Didalam melakukan pencatatan anggaran pada PT. Tunas Auto Graha Palembang dilaksanakan oleh bagian administrasi. Anggaran setiap awal tahun berdasarkan tahun kalender, pencatatan anggaran disertai dengan realisasi anggaran penjualan tahun sebelumnya.

Sebelum anggaran penjualan diserahkan untuk dilaksanakan oleh bagian penjualan terlebih dahulu dibahas dan dilakukan melalui rapat komite anggaran. Setelah pencatatan anggaran dilakukan oleh bagian administrasi, anggaran penjualan langsung dianalisis dengan cara membandingkan anggaran

penjualan dengan realisasi pada periode yang sama. Apabila terjadi selisih baik selisih yang menguntungkan maupun selisih yang merugikan, maka selisih tersebut tidak mempengaruhi laporan keuangan perusahaan karena anggaran tersebut hanya digunakan sebagai pedoman kerja yang tujuannya untuk mengukur kemampuan manajemen.

A. Pembahasan Hasil Penelitian

"Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang"

Setiap perusahaan menggunakan anggaran sebagai tolak ukur dan alat untuk menilai dan mengevaluasi seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan. Anggaran bagi perusahaan digunakan sebagai pedoman kerja yang memberikan arahan serta sekaligus memberikan tugas dan target-target yang harus dicapai oleh karyawan dalam jangka waktu tertentu dimasa yang akan datang, sebagai alat pengkoordinasian kerja untuk saling menunjang sasaran yang telah ditetapkan sehingga jalannya perusahaan lebih terjamin, dan sebagai alat pengawasan kerja bagi perusahaan untuk menilai kinerja karyawan dalam menjalankan tugas dan kewajiban yang telah dibebankan kepada karyawan tersebut.

Anggaran perusahaan merupakan suatu rencana kerja yang dipergunakan oleh pimpinan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan dalam tahun anggaran tersebut. Anggaran penjualan adalah bagian dari anggaran secara umum dan merupakan unsur yang paling kritis

dan paling besar pengaruhnya terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu pertimbangan manajemen untuk penyusunan anggaran penjualan sangatlah penting.

Anggaran penjualan merupakan suatu alat yang dapat digunakan sebagai alat perencanaan dan pengendalian terutama pada penjualan. Agar kegiatan penjualan dapat berjalan dengan baik dan tercapai tujuan perusashaan, maka disusun anggaran penjualan dengan berpedoman pada prosedur penyusunan anggaran penjualan yang terdapat pada perusahaan dan dilakukan evaluasi dengan maksud meningkatkan kinerja pada bagian penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

Sesuai dengan anggaran penjualan adalah sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan bagi perusahaan dalam jangka pendek. Anggaran penjualan tahunan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang disusun setiap awal tahun. Anggaran penjualan yang dilaksanakan dalam satu anggaran bisa terjadi selisih dalam realisasinya.

Apabila realisasi penjualan lebih dari anggaran penjualan yang ditetapkan, maka akan terjadi selisih yang menguntungkan perusahaan. Sebaliknya apabila realisasi anggaran penjualan lebih kecil dari yang sudah dianggarkan maka akan terjadi selisih yang dapt merugikan perusahaan. Selisih antara anggaran dan realisasi penjualan dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal perusahaan.

Berdasarkan tabel IV.1 dapat diketahui realisasi dan anggaran penjualan, maka pada pembahasan ini penulis menganalisis faktor-faktor

penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Internal Perusahaan

Faktor internal perusahaan yaitu data atau informasi dari pengalaman yang terdapat dan bersumber dari dalam perusahaan itu sendiri yang merupakan salah satu penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan.

Faktor internal yang dianalisis meliputi penjualan tahun lalu, kapasitas produksi dan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

a. Penjualan Tahun Lalu

Penjualan tahun lalu merupakan data atau informasi tentang penjualan tahun-tahun yang sudah berlalu yang dimiliki oleh perusahaan. Data atau informasi penjualan tahun lalu sangatlah penting untuk menetapkan penyusunan anggaran sebagai suatu perencanaan dan pengendalian penjualan pada tahun-tahun lalu berikutnya yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pada PT. Tunas Auto Graha Palembang didalam menyusun anggaran dan realisasi penjualan. Penjualan devisi service yang terjadi pada PT. Tunas Auto Graha Palembang dari tahun 2012-2015 sebagai berikut:

1. Tahun 2012, realisasi penjualan sebesar Rp. 11.518.226.093
2. Tahun 2013, realisasi penjualan sebesar Rp. 13.509.863.426
3. Tahun 2014, realisasi penjualan sebesar Rp. 12.467.975.761

4. Tahun 2015, realisasi penjualan sebesar Rp. 13.007.370.836

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa realisasi yang terjadi dari tahun ke tahun tidak menentu dan berakibat tidak tercapainya anggaran penjualan yang ditetapkan oleh PT. Tunas Auto Graha Palembang.

PT. Tunas Auto Graha Palembang didalam menyusun anggaran penjualan dari tahun ke tahun tidak memperhatikan realisasi penjualan pada tahun-tahun sebelumnya, sehingga yang terjadi dari tahun ke tahun terlalu besar. Hal ini disebabkan PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam menetapkan anggaran penjualan perusahaan selalu menetapkan anggaran untuk tahun berikutnya dan dalam menetapkan anggaran penjualan berlandaskan dengan anggaran tahun sebelumnya bukan melihat raelisasi dari penjualan tahun sebelumnya.

b. Kebijakan Perusahaan

Dalam dunia usaha tidak terlepas dari macam-macam masalah dalam perusahaan yang harus dihadapi perusahaan. Salah satu faktor internal penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan adalah kebijakan perusahaan. Hal ini penting dikarenakan perusahaan dituntut untuk menentukan kebijaksanaan yang dapat membantu meningkatkan penjualan perusahaan seperti harga dan promosi untuk mengimbangi perubahan yang terjadi.

a. Harga

Kebijaksanaan penetapan harga jual jasa sangat penting. Harga merupakan bagian dari penawaran suatu jasa yang biasanya dilakukan dengan mengadakan riset pasar untuk mengetahui apakah pasar menerima atau menolak harga ditawarkan. Apabila konsumen menolak biasanya harga akan berubah cepat dan sebaliknya.

Kebijakkan harga merupakan suatu kebijakan yang diterapkan suatu perusahaan yang akan berhubungan dengan tingkat harga yang akan diberikan pada produk. Penetapan harga jual selain memperhatikan kualitas produk juga harus memperlihatkan harga yang ditentukan dari pesaing dengan produk yang sejenis. Harga jual jasa bagi perusahaan akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dengan keuntungan.

Berdasarkan hasil peneliti yang telah dilakukan harga servis sangat bervariasi, pada umumnya terbuktinya konsumen banyak ke bengkel umum (murah) atau usaha bengkel sendiri kebanyakkan di pinggir jalan dikarenakan harga servis PT. Tunas Auto Graha Palembang dan bengkel umumnya sangatlah berbeda harga. Oleh karena itu PT. Tunas Auto Graha Palembang didalam menetapkan harga servis telah ditentukan oleh pihak Toyota Astra Motor (TAM), hal ini menyebabkan PT. Tunas Auto Graha

Palembang tidak dapat menaikkan atau menurunkan harga servis sesuai dengan kondisi pasar. Karena harga sudah relatif tinggi standar nasional sedangkan pelayanan masih belum memuaskan.

b. Promosi

Promosi merupakan salah satu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya yang mengaharapkan kenaikan penjualan.

Promosi yang dapat dilakukan perusahaan yaitu melalui media antara lain melalui pameran, media elektronik serta dengan membagikan selembaran brosur dengan tujuan memberikan informasi mengenai jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan analisis yang dilakukan faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi secara langsung terhadap penjualan. Promosi yang dilakukan oleh PT. Tunas Auto Graha Palembang hanya dengan melalui koran, dan media radio dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan.

c. Kapasitas Produksi

Pada PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam hal ini berhubungan dengan perlengkapan masih banyak belum tersedia karena fasilitas dan luas bengkel masih kurang memadai, ukuran standar service toyota hanya memiliki 6 buah *space lift*. Diawal per-januari 2016 PT. Tunas Auto Graha Palembang mengalami peningkatan bertambahnya fasilitas-fasilitas dan luas bengkel yang cukup memadai. PT. Tunas Auto Graha Palembang bergerak di produk dan jasa servis. Jasa servis hanya melayani konsumen yang mobilnya mempunyai keluhan kendaraan toyota dan truk toyota.

Dalam hal ini yang berhubungan dengan fasilitas bengkel dilakukan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang hanya melayani servis kendaraan merek toyota.

d. Fasilitas yang Dimiliki oleh Perusahaan

Fasilitas merupakan salah satu bagian terpenting khususnya bagi karyawan dan konsumen yang datang untuk menservis mobil. Fasilitas yang dimiliki perusahaan sebagai penunjang dalam kegiatan operasional khususnya masih belum cukup. Hal ini dikarenakan pada umumnya perlengkapan belum lengkap masih banyak belum tersedia seperti terlihat dari belum adanya alat cat body, ketok body, persediaan spare part terbatas dan belum tersedia alat las, luasnya bengkel belum memadai, dan harganya berbeda

dengan bengkel umum (murah). Oleh karena itu konsumen kebanyakkan berminat ke bengkel umum.

Keterbatasan inilah menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya target penjualan jasa servis mobil pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

e. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi penjualan jasa service PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam melaksanakan aktivitas penjualan jasa yang juga melaksanakan tenaga kerja.

Tenaga kerja yang dimiliki pada PT. Tunas Auto Graha Palembang kurang baik, baik jumlahnya maupun keterampilan dan teknisnya masih belum perbengalaman, karena perusahaan ini kurang memberikan pelatihan-pelatihan khusus kepada karyawan-karyawan-karyawan yang dimilikinya. Sehingga menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

f. Modal Kerja yang dimiliki Perusahaan

Modal kerja tersedia atau dana yang tersedia merupakan penting untuk membiayai kegiatan-kegiatan usaha dana penunjang untuk kegiatan penjualan. Modal yang cukup untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan penjualan jasa pada PT. Tunas Auto

Graha Palembang modal atau biaya untuk kegiatan penjualan cukup memadai dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Biaya untuk kegiatan penjualan seperti biaya pengiriman, biaya transportasi yang digunakan untuk kegiatan penjualan jasa cukup memadai. Faktor ini tidak terlalu mempengaruhi faktor-faktor yag menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

2. Faktor Eksternal Perusahaan

a. Pesaing

Faktor eksternal perusahaan yaitu data atau informasi dari pengalaman yang terdapat dan bersumber dari luar perusahaan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi realisasi penjualan dan menyebabkan tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

Pesaing merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh yang berpengaruh dihadapi oleh perusahaan karena faktor ini sangat besar pengaruhnya terhadap perkembangan suatu perusahaan untuk dapat bertahan hidup dalam dunia bisnis, oleh karena itu manajemen perusahaan harus dapat lebih unggul didalam membuat dan menciptakan strategi maupun inovasi-inovasi yang lebih baik dan diharapkan perusahaan dapat menghadapi dunia pesaing.

Munculnya para pesaing sangat berpengaruh terhadap volume penjualan khususnya pada perusahaan yang menjual produk dan jasa servis yang sama seperti bengkel umum (murah). Selain melalui promosi hal yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan cara melayani konsumen dengan sebaik mungkin dan perusahaan memberikan hadiah kepada konsumen.

PT. Tunas Auto Graha Palembang memiliki banyak persaingan dengan merek yang sama terdiri seperti PT. Astra International Tbk atau dikenal dengan nama Auto 2000 dan beberapa distributor lainnya , apalagi di tambah bengkel-bengkel umum yang murah karena. Memiliki banyak persaingan karena terdapat banyaknya distributor lain yang akan menjadi pesaing bagi PT. Tunas Auto Graha Palembang. Dalam hal ini pesaing dari merek lain merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

b. Pertumbuhan Penduduk

Tingkat pertumbuhan penduduk juga sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan, karena dengan bertambahnya jumlah pertumbuhan penduduk maka akan diikuti oleh tingkat permintaan, hal ini dapat terjadi apabila selera masyarakat terhadap bengkel tersebut kurang memuaskan maka akan mempengaruhi tingkat

penjualan perusahaan yang berakibat terjadinya selisih kurang anggaran penjualan.

c. Penghasilan Masyarakat

Penghasilan masyarakat merupakan faktor ekstern yang paling dominan mempengaruhi. Apabila penghasilan masyarakat menurun maka penjualan perusahaan akan mengalami penurunan, begitu pula sebaliknya apabila penghasilan masyarakat maka penjualan juga akan meningkat.

d. Keadaan Perekonomian Nasional

Keadaan perekonomian saat ini cukup memperhatikan, selain dengan keadaan seperti ini harga terasa terus menerus naik baik kebutuhan pokok ataupun kebutuhan lainnya. Dalam meningkatkan penjualan bahan baku (karet) pada PT. Tunas Auto Graha Palembangsangat besar pengaruhnya terhadap perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan apabila keadaan perekonomian secara terus menerus mengalami inflasi dan dalam keadaan yang buruk, maka secara otomatis menurunkan jumlah penjualan karena tingkat kemampuan atau daya servis mobil masyarakat jadi lemah.

Dengan adanya pengaruh perekonomian nasional baik ataupun buruk seperti saat ini sangat mempengaruhi tingkat penjualan yang akan berakibat terjadinya selisih kurang anggaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menyampaikan hasil analisa yang telah dilakukan secara mencoba untuk memberikan langkah-langkah perbaikan berupa saran-saran yang diharapkan dapat berguna untuk pengembangan perusahaan yang berhubungan dengan faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor penyebab tidak tercapainya anggaran penjualan devisi jasa bengkel terdiri dari faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Internal

   a. Penjualan tahun lalu. PT. Tunas Auto Graha Palembang dalam menetapkan anggaran penjualan perusahaan selalu menetapkan anggaran untuk tahun berikutnya dan dalam menetapkan anggaran penjualan berlandaskan dengan anggaran tahun sebelumnya bukan melihat realisasi dari penjualan tahun sebelumnya. Sehingga penetapan anggaran berakibatkan penjualan yang diinginkan tidak tercapai.

   b. Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan harga servis mobil ditetapkan berdasarkan harga nasional yang ditetapkan oleh perusahaan. Sedangkan dilihat dari promosi yang dilakukan oleh PT.

c. Toyota Astra Motor (TAM) hanya melakukan promosi dengan cara melalui internet dan koran sehingga kurangnya minat servis mobil konsumen.

d. Fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan sangatlah penting tanpa adanya fasilitas maka perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya akan terhambat.

2) Faktor Eksternal

Keadaan persaingan memiliki banyak persaingan dengan merek yang sama terdiri seperti PT. Astra International Tbk atau dikenal dengan nama Auto 2000 dan beberapa distributor lainnya, di tambah bengkel-bengkel umum yang murah, karena memiliki banyak persaingan karena terdapat banyaknya distributor lain yang akan menjadi pesaing bagi PT. Tunas Auto Graha Palembang. Dalam hal ini pesaing dari merek lain merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang.

B. SARAN

Berdasarkan permasalahan yang ada dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka penulis akan memberikan saran- saran yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. Tunas Auto Graha Palembang sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Sebaiknya sebelum perusahaan menyusun anggaran untuk tahun berikutnya, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor penyebab selisih yang terjadi pada tahun sebelumnya, sehingga tidak terjadinya selisih yang begitu besar yang dapat merugikan perusahaan karena apabila hal ini terus dibiarkan dapat berakibat tidak pernah tercapainya target anggaran penjualan.

PT. Tunas Auto Graha Palembang sebaiknya dalam menentukan harga bisa kompetitif dengan harga yang dikeluarkan pesaing sehingga minat konsumen untuk menservis mobil lebih meningkat serta dari segi promosi lebih di tingkatkan lagi.

b. Faktor Eksternal

Pada faktor eksternal perusahaan dapat mengimbangi harga penjualan dari para pesaing sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen tida beda jauh dengan harga dipasaran. Perusahaan juga perlu mengantisipasi terhadap keadaan perekonomian nasional yang tidak stabil.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim. 2009. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Penerbit UPP AMP YKN. Yogyakarta

Anthony. R. vijai govindarajan. 2009. *Management Controlo System*. Jilid I dan II, Terjemahan Kurniawan Tjakrawala, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Christina. 2007. *Anggaran Perusahaan*. Edisi Kesatu. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Devita Mardiana Suprapti. (2015). *Penerapan Anggaran Penjualan Sebagai Alat Kendali Manajemen Pendapatan dan Pengembangan Usaha.* (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis), (Online). Vol. 3. No 1. 2015. Hal 206. http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/03/Jurnal%20Genap_Devita%20Mardiana_204%20(03-31-15-03-16-36).pdf

Gunawan Adi Saputro dan Marwan Asri. 2013. *Anggaran Perusahaan.* Edisi Kedua. BFFE-Yogyakarta.

Hansen, Don R, dan M Mowen. 2009. *Akuntansi Manejerial*. Terjemahan Fitriasari. Salemba Empat. Jakarta.

Kiki Amelia. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Terjadinya Anggaran Penjualan pada PT. Remco Palembang*. (Tidak Dipublikasikan).

Mulyadi. 2007. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.

Munandar, M. 2013. *Budgeting, Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, dan Pengawasan kerja,* BPFE. Yogyakarta.

Nafarin. 2007. *Penganggaran Perusahaan*. Edisi III. Penerbit Salemba. Jakarta.

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2009. *Metode Pnelitian Bisnis.* Edisi Pertama. BPEF. Yogyakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian untuk Bisnis dan Ekonomi.* Penerbit Erlangga. Jakarta.

Supriyono R, A. 2005. *Sistem Pengendalian Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.

Teguh Mulyono. 2007. Sistem Pengendalian Manajemen. Edisi Revisi. BPFE. Yogyakarta.

AS AUTO GRAHA
TOYOTA DEALER

TOYOTA

SURAT KETERANGAN

NO. 0150/ TAG EXT / III / 2016

ehubungan dengan telah selesainya reset permintaan data yang dilakukan oleh :

ama : 222012211

I M : ELA SASMITA

al Tempatt Pendidikan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP

ngan ini kami menyatakan bahwa memang benar yang bersangkutan telah melakukan
set untuk pembuatan skripi pada perusahaan kami

embang, 05 Maret 2016

anto, SE.
ala Akuntan Intern

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Unggul dan Islami

Sertifikat

بسم الله الرحمن الرحيم

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA	:	**ELA SASMITA**
NIM	:	**222012211**
PROGRAM STUDI	:	**Akuntansi**

Yang dinyatakan **HAFAL / TAHFIDZ** (26) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, Rabu, 29 Juni, 2016
an. Dekan
Wakil Dekan IV

Dr. Purmansyah Ariadi, M.Hum
NBM/NIDN : 731454/0215126902

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
LEMBAGA BAHASA
Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263
Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637
email. lembagabahasaump@yahoo.co.id

TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name	:	Ela Sasmita
Place/Date of Birth	:	Betung, July 07th 1994
Test Times Taken	:	+1
Test Date	:	January, 12th 2016

Scaled Score

Listening Comprehension	:	50
Structure Grammar	:	37
Reading Comprehension	:	48
OVERALL SCORE	:	450

Palembang, January, 18th 2016
Head of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd.,M.A
NBM/NIDN. **1164932/0210098402**

No. 038/TEA FE/LB/UMP/I/2016

123 Certificates

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

STATUS TERAKREDITASI

بسم الله الرحمن الرحيم

PIAGAM

No. 086/H-4/LPKKN/UMP/III/2016

Lembaga Pengelola Kuliah Kerja Nyata (LPKKN) Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama	: ELA SASMITA
Nomor Pokok Mahasiswa	: 222012211
Fakultas	: EKONOMI
Tempat Tgl. Lahir	: BETUNG, 07-07-1994

telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-10 yang dilaksanakan dari tanggal 20 Januari sampai dengan 3 Maret 2016 bertempat di:

Kelurahan/Desa	: Sri Kembang III
Kecamatan	: Payaraman
Kota/Kabupaten	: Ogan Ilir
Dinyatakan	: Lulus

Palembang, 14 Maret 2016

Mengetahui
Rektor

Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M.

Ketua LPKKN,

Ir. Alhanannasir, M.Si.

Jadwal Penelitian

Tabel

Jadwal Penelitian

Keterangan	April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei Pendahuluan	■	■	■																					
Laporan Survei Pendahuluan				■	■																			
Proposal						■	■	■																
Seminar Proposal									■															
Revisi Seminar										■	■													
Pengambilan Data											■	■	■											
Pengolahan Analisis Data													■	■	■									
Hasil Penelitian																■	■							
Penggandaan Penelitian																			■	■				
Ujian Komprehensif																					■	■	■	
Perbaikan Skripsi																								■

بسم الله الرحمن الرحيم

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA	: **Ela Sasmita**	PEMBIMBING	
NIM	: **22 2012 211**	KETUA	**Rosalina Ghazali, S.E, Ak., M.Si**
PROGRAM STUDI	: **Akuntansi**	ANGGOTA	:
JUDUL SKRIPSI	: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB TIDAK TERCAPAINYA ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. TUNAS AUTO GRAHA PALEMBANG**		

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	18 juli 2016	Bab I s/d IV			perbaiki lagi
2					
3	22/7 2016	Bab I s/d IV			perbaiki UT
4					
5	26/7 2016	Bab I s/d IV			perbaiki OV
6					
7	29/7 2016	Bab I s/d IV			perbaiki bab IV
8					+ bab V
9	3/8 2016	Bab I s/d V			perbaiki lg
10					
11	4/Agust 2016	Bab I s/d V			ACC u/ Komprehe
12					
13					
14					
15					
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n. Dekan

Program Studi :

Betri Sirajuddin, S.E, M.Si, Ak., CA

BIODATA PENULIS

Nama	: Ela Sasmita
NIM	: 22 2012 211
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/Tgl lahir	: Palembang, 07 Juli 1994
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat Lengkap	: Jl. Asrama Polisi Punti Kayu Blok C No.160 Km. 6 Rt.03/rw 01 Kel. Sukarame Kec. Sukarame Palenbang
Nama Ayah	: Syamirun
Nama Ibu	: Emi Ruhyati
Nomor Telpon/HP	: 085219946492
E-mail	: sasmitaela@gmail.com

Riwayat Pendidikan

No	Sekolah	Tahun
1	SD Negeri 01 Betung	2006
2	SMP PGRI Betung	2009
3	SMA Negeri 1 Betung	2012