"TINJAUAN TERHADAP EFEKTIVITAS ANGGARAN PENJUALAN PADA CV. SERASI PADALARANG."

REVIEW OF THE EFFECTIVENESS OF THE SALES BUDGET ON THE CV. SERASI PADALARANG

ARTIKEL

Disusun Oleh
Nama : Muhammad mushlih
Nim : 21310040

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2013

ABSTRACT

Optimal profit is the goal of the company, one of the indicators that should be considered in order to obtain the optimal profit companies that can be seen from the effectiveness of the sales budget. Established strategy every company is different depending on the state of the company. Companies should consider the potential that exist within the company and external factors in making the plan work. Planning is the management functions that can not be separated.

The author's intent was to collect research data and information on the effectiveness of the Budget Sales at CV. Dressage Padalarang. Objectives can be achieved with this study was to determine how the effectiveness of the sales budget on the CV. Dressage Padalarang.

The study, entitled "Review of Effectiveness Against Budget Sales at CV. Dressage Padalarang "performed by using descriptive methods derived from interviews in the CV finance. Dressage Padalarang.

The research concludes that the effectiveness of CV sales budget. Dressage Padalarang each year has increased and decreased. This is because there are several factors that affect the increase and decrease in budget efekttivitas sales factor of which is marketing.

Keywords: Effectiveness of sales budget

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin meningkatnya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Perkembangan suatu perusahaan menuntut kemampuan dan kecakapan para pengelola dalam menjalankan perusahaannya, termasuk didalamnya kemampuan dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Keputusan-keputusan yang tepat oleh manajer berdasarkan hasil pengukuran dan pengevaluasian terhadap pelaksanaan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang optimal sebagai sumber pembiayaan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan perusahaan yang menghasilkan pendapatan pada umumnya adalah dalam bidang penjualan, baik dalam hal penjualan jasa maupun barang, sesuai dengan bidang perusahaannya masing-masing.

Anggaran ini diperlukan untuk semua jenis usaha tanpa anggaran suatu perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam menjalankan operasinya. Kesulitan ini antara lain dalam hal pengelolaan. Dalam perusahaan keberadaan anggaran sangat diperlukan sebab perusahaan bertujuan mencari laba yang optimum, dan perusahaan harus membuat perencanaan dan penyusunan program secermat mungkin, apalagi jika perusahaan tersebut berada dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang sejenis.

Strategi yang ditetapkan setiap perusahaan berbeda-beda tergantung pada keadaan perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan potensi-potensi yang ada dalam perusahaan maupun faktor-faktor ekstern dalam membuat rencana kerja. Perencanaan adalah fungsi-fungsi manajemen yang tidak dapat dipisahkan.

Umumnya Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) setiap tahunnya disusun dengan pedoman pada pola umum kebijakan uang ditetapkan/digariskan oleh manajemen dalam mencapai sasaran pokok yang hendak di capai dalam setiap tahunnya. Proses penyusunan anggaran dilakukan dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan yang mengatur tata cara penyusunan anggaran. Anggaran (*Budget*) merupakan perencanaan keuangan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintah. Penyusunan anggaran adalah suatu bagian internal dari proses perencanaan, dimana anggaran itu sendiri adalah hasil akhir dari proses perencanaan atau pernyataan untuk menghindari reaksi negatif yang sering dihubungkan dengan pengawasan manajer.

Anggaran sebagai salah satu alat bantu manajemen memegang peranan yang cukup penting, karena dengan anggaran yang baik maka manajemen dapat merencanakan dan sekaligus melakukan pengendalian terhadap jalannya perusahaan. Anggaran juga merupakan rencana pihak manajemen dan asumsi bahwa penyesuaian anggaran akan mengambil langkah-langkah positif untuk merealisasikan faktor-faktor ketidakpastian untuk kemudian dilaksanakan. Ada berbagai jenis anggaran diantaranya anggaran produksi, anggaran bahan baku, serta anggaran penjualan. Seluruh anggaran tersebut memegang peranan penting dan vital dalam perusahaan, karena semuanya saling berkaitan dan menunjang antara anggaran yang satu dengan yang lainnya.

Anggaran penjualan merupakan dasar dari penyusunan anggaran-anggaran perusahaan lainnya, karena itu perlu kecermatan dan perhitungan secara matang. Dengan demikian anggaran penjualan yang ditetapkan dengan kecermatan dan pertimbangan yang matang akan membawa perusahaan kepada tujuannya yaitu pencapaian laba yang diharapkan.

Perolehan laba yang optimal merupakan tujuan perusahaan, salah satu indikator yang harus diperhatikan agar perusahaan memperoleh laba yang optimal yaitu dapat dilihat dari efektifitas anggaran penjualan tersebut.

Anggaran penjualan yang buruk akan mengakibatkan kegagalan bisnis dan karir, selain itu juga anggaran pengeluaran yang didasarkan pada penjualan menjadi tidak akurat. Karena alasan tersebut, maka penjualan berhak mendapatkan upaya perencanaan yang sungguh-sungguh. Anggaran penjualan dibuat berdasarkan taksiran dan anggapan, sehingga mengandung unsur ketidakpastian.

Agar efektifitas anggaran penjualan sesuai dengan yang diharapkan maka perlunya pengendalian terhadap anggaran penjualan dengan memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi anggaran penjualan, seperti modal kerja perusahaan, keadaan persaingan pemasaran, selera konsumen, dan lain-lain.

Jumlah angggaran penjualan dan realisasinya pada CV. Serasi Padalarang mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan anggaran penjualan serta realisasinya dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 1.1
Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan
Pada CV. Serasi Padalarang
Periode 2010-2012

TAHUN	ANGGARAN PENJUALAN	REALISASI PENJUALAN
2010	320.000.000	321.759.000
2011	360.000.000	354.936.000
2012	410.000.000	414.471.000
JUMLAH	1.090.000.000	1.091.166.000

Menurut Bapak Trian di bagian keuangan CV. Serasi Padalarang, dari tahun ke tahun anggaran penjualan tidak selamanya sesuai dengan realisasinya. Anggaran dan realisasinya mengalami peningkatan dan penurunan, atau mengalami fluktuasi. Penurunan disebabkan kurangnya konsumen yang ada pada CV. Serasi Padalarang.
Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melekukan penelitian dengan judul: **"TINJAUAN TERHADAP EFEKTIVITAS ANGGARAN PENJUALAN PADA CV. SERASI PADALARANG."**

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memperjelas dan mempertegas masalah yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya sesuai dengan judul yang diambil. Adapun rumusan masalah yang penulis ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana anggaran penjualan pada CV. Serasi Padalarang
2. Bagaimana efektivitas anggaran penjualan pada CV. Serasi Padalarang

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui anggaran penjualan pada CV. Serasi Padalarang
2. Untuk mengetahui efektivitas anggaran penjualan pada CV. Serasi Padalarang

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas

2.1.1 Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang *(view point)* dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Seperti yang dikemukakan oleh Anthony (2009 : *203*) dalam bukunya *Sistem informasi* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Efektivitas adalah hubungan antara keluaran suatu pusat tanggung jawab dan sasaran yang harus dicapainya.”

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa efektivitas lebih memfokuskan pada akibat atau pengaruh sedangkan efisiensi menekankan pada ketepatan mengenai sumber daya, yaitu mencakup anggaran, waktu, tenaga, alat dan cara supaya dalam pelaksanaannya tepat waktu.

Menurut pendapat Arrens (2008 : 817) dalam bukunya *Auditing Pendekatan Terpadu* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Efektivitas adalah menilai apakah suatu lembaga atau organisasi telah memenuhi tujuan yang ditetapkan dalam mencapai standar kelayakan yang mengacu kepada pencapaian suatu tujuan”

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas selalu berhubungan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dimana suatu perusahaan dapat diartikan telah dioperasikan secara efektif apabila perusahaan tersebut dapat mencapai hasil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2.2 Anggaran

2.2.1 Pengertian Anggaran

Anggaran merupakan salah satu alat bantu bagi manajemen dalam melaksanakan fungsinya terutama dalam perencanaan dan pengendalian. Nilai suatu anggaran tergantung pada perencanaan dan pengendalian anggaran, apabila terjadi penyimpangan atas pelaksanaan anggaran dikarenakan terlalu tinggi dalam penetapannya, maka diperlukan cara untuk mengendalikannya yaitu dengan cara meninjau kembali hasil penetapan anggaran sebelumnya sehingga pada saat pelaksanaan dapat terwujud dengan baik serta dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian anggaran tersebut sehingga pada periode yang akan datang dapat dijadikan sebagai perbaikan yang positif. Anggaran juga merupakan alat bantu bagi perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya yaitu memperoleh laba dengan memproduksi barang atau jasa untuk dijual kepada konsumen sehingga perusahaan memperoleh penghasilan yang optimal.

Anggaran atau lebih sering disebut sebagai " *budget* " mempunyai definisi yang beragam, namun apabila dicermati lebih teliti masing-masing definisi tersebut mempunyai definisi yang sama.

Pengertian anggaran menurut M. Nafarin (2007 : 9) dalam bukunya yang berjudul *Anggaran Perusahaan*, yaitu:

"Anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program-program yang telah disahkan".

2.2.1 Penjualan

2.2.2.1 Pengertian Penjualan

Menurut M. Nafarin (2007:166) dalam bukunya yang berjudul *Penganggaran Perusahaan*, pengertian penjualan adalah :

"**Penjualan berarti proses kegiatan menjual yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ketangan konsumen (pembeli)"**

Sedangkan pengertian penjualan menurut Chairul Marom (2009 : 28) dalam buku *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang* menyatakan bahwa :

"Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur".

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar aktivitas penjualan di suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai suatu bentuk perpindahan (transfer) dari penjual kepada pembeli sesuai dengan syarat dan kondisi yang disepakati. Tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah dihasilkan dan bukan penghasilan apa yang dapat dijual dalam perusahaan mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Mencapai jumlah atau volume tertentu
2. Mendapat laba tertentu

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit-unit, ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual dibandingkan dengan produk yang tersedia yang bisa dinyatakan dalam bentuk data numerik atau deretan angka.

2.2.3 Anggaran Penjualan

2.2.3.1 Pengertian Anggaran Penjualan

Pengertian anggaran penjualan menurut M. Nafarin (2007:166) Dalam bukunya yang berjudul *Anggaran Perusahaan* yaitu :

"Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu".

Selain itu menurut Darsono dan Ari Purwanti (2008:15) anggaran penjualan adalah :

"Anggaran Penjualan ialah rencana pendapatan (revenue) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih"

Sedangkan Menurut Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007:45) pengertian anggaran penjualan adalah sebagai berikut :

"Anggaran Penjualan ialah budget yang direncanakan secara lebih terperinci penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat atau daerah penjualannya."

BAB III
OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian terlebih dahulu perlu ditentukan objek penelitian. Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam menyusun suatu laporan dan penelitian Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah efektivitas anggaran pada CV. SERASI Padalarang

Menurut Sugiyono (2010:13) mengemukakan pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut:

"Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi intisari dari permasalahan di suatu penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh. Pengertian metode penelitian yang dikemukakan oleh **Sugiyono** (2009:2) adalah sebagai berikut:

"Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang *valid* dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisifikasi masalah. "

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatar belakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, maupun metode penelitian yang digunakan, maka bab ini akan dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian tersebut berupa data-data yang ada kaitannya dengan sumber modal kerja dan penggunaan modal kerja yang didapat dari bagian pendapatan. Data-data tersebut akan digunakan penulis untuk menjawab masalah yang terdapat dalam penelitian sehingga tujuan penelitian ini tercapai.

4.1.2 Analisis Deskriftif

4.1.2.1 Anggaran Penjualan Pada CV. Serasi Padalarang

Anggaran (*Budget*) merupakan perencanaan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintah. Penyusunan anggaran adalah suatu bagian internal dari proses perencanaan, dimana anggaran itu sendiri adalah hasil akhir dari proses perencanaan atau pernyataan untuk menghindari reaksi negatif yang sering dihubungkan dengan pengawasan manajer.

Selain itu anggaran juga merupakan alat yang di pakai dalam organisasi, mulai perusahaan yang paling kecil sampai perusahaan yang paling besar menggunakan anggaran. Tentu saja dalam hal ini terdapat variasi yang berbeda baik dalam bentuk formalitas maupun detail dari anggaran yang digunakan. Anggaran penjualan yang dilakukan oleh CV. SERASI Padalarang tidak sama dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan perencanaan penjualan yang di lakukan CV. SERASI Padalarang. Anggaran penjualan didasarkan pada anggaran dan efektivitas penjualan tahun lalu. Besarnya penjualan yang dianggarkan jumlahnya tidak selalu lebih besar/lebih kecil dari tahun ke tahun sebelumnya, akan tetapi disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Untuk lebih jelasnya mengenai anggaran penjualan pada CV. SERASI Padalarang, penulis sajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Analisis Anggaran Penjualan
Pada CV. SERASI Padalarang
Periode 2010-2012

TAHUN	ANGGARAN PENJUALAN	PENINGKATAN	
		Rp	%
2010	320.000.000		
2011	360.000.000	40.000.000	12.50%
2012	410.000.000	50.000.000	13.90%
JUMLAH	**1.090.000.000**	**90.000.000**	**26.40%**

Dari tabel di atas yaitu hasil anggaran penjualan selama 3 tahun dapat di lihat bahwa setiap tahunnya realisasi penjualan mengalami peningkatan. Selanjutnya akan di jelaskan, yaitu sebagai berikut :

a. Pada tahun 2010 anggaran penjualan sebesar Rp 320.000.000 sedangkan tahun 2011 sebesar Rp 360.000.000 anggaran penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 40.000.000 atau sebesar 12.50 % dibandingkan tahun sebelumnya.
b. Pada tahun 2011 anggaran penjualan sebesar Rp 360.000.000 sedangkan tahun 2012 sebesar Rp 410.000.000 anggaran mengalami peningkatan sebesar Rp 50.000.000 atau sebesar 13.90 % dibandingkan tahun sebelumnya.
c. Pada tahun 2012 anggaran penjualan sebesar Rp 410.000.000

Berdasarkan hasil analisis, bahwa anggaran penjualan pada CV. Serasi Padalarang periode 2010 sampai dengan periode 2012 dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan mengalami peningkatan, peningkatan tersebut menunjukan angka yang baik. Dikatakan baik karena sesuai dengan kebijakan manajemen perusahaan, bila anggaran penjualan mencapai sebesar 10% maka pencapaian tersebut dikatakan baik. Karena memenuhi standar minimum pencapaian anggaran penjualan di CV. Serasi yaitu sebesar 10 %.

4.1.2.2 Efektivitas Anggaran Penjualan CV. Serasi Padalarang

Pelaksanaan anggaran berupa berbagai aktivitas yang dilaksanakan untuk mencapai sasaran anggaran. Pembebanan biaya berperan dalam mengukur berbagai sumber daya yang dipakai dalam melaksanakan aktivitas untuk tercapainya suatu anggaran. Dengan adanya perhitungan biaya maka CV. SERASI Padalarang dapat melakukan penjualan yang telah direncanakan oleh manajer pusat pertanggungjawaban sehingga realisasi penjualan dapat tercapai. Untuk mengetahui besarnya realisasi penjualan di CV. SERASI Padalarang, berikut penulis sajikan table mengenai realisasi anggaran penjualan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Analisis Efektivitas Anggaran Penjualan
Pada CV. SERASI Padalarang
Periode 2010-2012

TAHUN	ANGGARAN PENJUALAN	REALISASI PENJUALAN	SELISIH	
			.	
2010	320.000.000	321.759.000	1.759.000	
2011	360.000.000	354.936.000	-5.064.000	188%
2012	410.000.000	414.471.000	4.471.000	13.26%
JUMLAH	1.090.000.000	1.091.166.000	11.294.000	201.26%

(Sumber : CV. Serasi Padalarang)

Dari tabel di atas yaitu hasil realisasi anggaran penjualan selama 3 tahun dapat di lihat bahwa setiap tahunnya realisai penjualan mengalami peningkatan. Selanjutnya akan di jelaskan, yaitu sebagai berikut :

a. Pada tahun 2010 realisai penjualan sebesar Rp 321.759.000 sedangkan tahun 2011 sebesar Rp 354.936.000 efektivitas penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 33.177.000 atau sebesar 10.31 % dibandingkan tahun sebelumnya.

b. Pada tahun 2011 realisai penjualan sebesar Rp 354.936.000 sedangkan tahun 2012 sebesar Rp 414.471.000 efektivitas penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 59.535.000 atau sebesar 16.77 % dibandingkan tahun sebelumnya.

c. Pada tahun 2012 realisasi penjualan sebesar Rp 414.471.000

Laporan anggaran penjualan dan realisasi penjualan diketahui anggaran penjualan itu tidak sesuai dengan realisasi penjualan. Dari tahun ke tahun anggaran dan realisasi penjualan mengalami peningkatan dan juga penurunan.

a. Pada tahun 2010 anggaran penjualan bisa tercapai. Pada tahun ini efektivitas anggaran penjualan bisa dikatakan efektiv karena realisasi penjualan sudah melebihi target yang direncanakan

b. Pada tahun 2011 anggaran penjualan tidak bisa tercapai. Pada tahun ini efektivitas anggaran penjualan bisa dibilang tidak efektiv karena adanya beberapa pembatalan kontrak.

c. Pada tahun 2012 anggaran penjualan kembali bisa tercapai. Pada tahun ini efektivitas anggaran penjualan bisa dikatakan efektiv karena realisasi penjualan sudah melebihi target yang direncanakan.

4.2 Pembahasan

Pada point ini penulis akan membahas mengenai analisis penyusunan anggaran penjualan dan realisasi anggaran penjualan pada CV. SERASI Padalarang

4.2.1 Analisis Anggaran Penjualan Pada CV. Serasi Padalarang

Anggaran (*Budget*) merupakan perencanaan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintah. Selain itu anggaran juga merupakan alat yang di pakai dalam organisasi, mulai perusahaan yang paling kecil sampai perusahaan yang paling besar menggunakan anggaran. Tentu saja dalam hal ini terdapat variasi yang berbeda baik dalam bentuk formalitas maupun detail dari anggaran yang digunakan. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini peneliti sajikan definisi penjualan menurut Ardiyos (2007:380)

"Realization (Penyerahan) adalah pengakuan terhadap perolehan pada waktu terjadinya penjualan barang dagangan bagi usaha eceran atau pada saat penyerahan jasa bagi usaha pelayanan."

Dari pengetian diatas, dapat disimpulkan bahwa realisasi merupakan suatu proses yang harus diwujudkan untuk menjadi kenyataan dan dalam proses tersebut diperlukan adanya tindakan dan pelaksanaan yang nyata agar realisasi tersebut dapat sesuai denganharapan yang diinginkan.

Agar manajemen dapat mengetahui sejauh mana hal-hal yang ditetapkan dalam anggaran telah dilaksanakan, diperlukan laporan yang disusun secara sistematis dan terperinci mengenai anggaran penjualan. Laporan anggaran penjualan digunakan untuk memberikan informasi.

Dalam menentukan rencana anggaran, CV. Serasi mempunyai factor-faktor yang dapat meningkatkan kenaikan dalan jumlah anggaran, yaitu :

1. Faktor Pemasaran
    a. Luas pasar, apakah bersifat lokal, regional, nasional.
    b. Keadaan persaingan.
    c. Keadaan konsumen, dan bagaimana selera konsumen.
2. Factor keuangan

Apakah model kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, seperti untuk : beli bahan baku, bayar upah, biaya promosi produk, dan lain-lain.

3. Faktor ekonomis

Apakah dengan meningkatkan penjualan akan meningkakan laba atau sebaliknya.

Secara garis besar anggaran penjualan pada CV. Serasi mengalami peningkatan. Anggaran Penjualan meningkat dikarenakan anggaran yang belum dilaksanakan pada tahun yang sedang berjalan dimasukan kedalam anggaran tahun yang akan datang, sehingga tahun yang akan datang anggarannya akan bertambah.

4.2.2 Analisis Efektifitas Anggaran Penjualan Pada CV. Serasi Padalarang

Efektivitas penjualan merupakan pencatatan hasil penjualan aktual, dimana hasil dari penjualan aktual dibandingkan dengan anggaran penjualan yang terjadi antara hasil penjualan dengan anggaran penjualan untuk dicantumkan didalam laporan efektivitas penjualan tersebut

Agar manajemen dapat mengetahui sejauh mana hal-hal yang ditetapkan dalam efektivitas anggaran telah dilaksanakan, diperlukan laporan yang disusun secara sistematis dan terperinci mengenai efektivitas anggaran penjualan. Efektivitas anggaran penjualan digunakan untuk memberikan informasi. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini peneliti sajikan definisi perbandingan anggaran dan realisasi menurut M. Munandar (2007:20)

“Laporan anggaran yaitu laporan tentang realisasi pelaksanaan anggaran, yang dilengkapi dengan berbagai analisa perbandingan antara anggaran dengan realisasinya itu, sehingga dapat diketahui penyimpangan yang terjadi.”

Realisasi Anggaran Penjualan pada CV. SERASI Padalarang mengalami fluktuasi. Pada tahun 2010 realisasi anggaran melebihi target yang ditetapkan. Yaitu sebedar Rp. 1.759.000. Akan tetapi, pada tahun 2011 realisai anggaran mengalami penurunan sebesar Rp. 5.064.000. kemudian pada tahun 2012 perusahaan kembali mengalami kenaikan sebesar Rp. 4.471.000. Dapat diartikan bahwa perkembangan Realisasi Anggaran Penjualan pada CV. Serasi Padalarang sangat fluktuatif setiap tahunnya dari tahun 2010-2012.

Terkait dengan hal diatas, CV. Serasi Padalarang menindaklanjuti agar hal tersebut tidak terulang kembali pada periode berikutnya. Adapun tindak lanjut itu berupa :

1. Menyiaplan harga yang jauh lebih kompetitif.
2. Mencari kontrak baru yang lebih banyak dibanding tahun-tahun sebelumnya.
3. Mempecepat pengerjaan agar *klien* tidak kecewa.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan pada BAB sebelumnya, maka pada BAB terakhir ini penulis menarik beberapa kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan di CV Serasi Padalarang, yaitu sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan pada CV Serasi Padalarang setiap tahunya selalu mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut menunjukan angka yang baik. Dikatakan baik karena sesuai dengan kebijakan manajemen perusahaan, bila anggaran penjualan mencapai sebesar 10% maka pencapaian tersebut dikatakan baik
2. Efektivitas penjualan pada CV. Serasi Padalarang dari tahun 2010 sangatlah efektif. Ini dikarenakan jumlah penjualan yang dianggarkan melebihi target yang sudah dianggarkan. Sedangkan pada tahun 2011, efektivitas perusahaan kurang efektif karena anggaran penjualan tidak tercapai sepenuhnya. Kemudian pada tahun 2012 perusahaan kembali bisa melebihi target yang dianggarkan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada CV. Serasi Padalarang, penulis mencoba mengemukakan saran yang berhubungan dengan penyusunan anggaran penjualan dan realisasinya yaitu sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan yang dimiliki CV. Serasi Padalarang sudah sudah bagus. Oleh karena itu diharapkan CV. Serasi Padalarang agar mempertahankan dan selalu berupaya untuk meningkatkan anggaran penjualan dalam menunjang produksi sehingga laba yang diperoleh perusahaan bisa meningkat.

2. Sebaiknya CV. Serasi Padalarang lebih meningkatkan realisasi penjualannya dibandingkan anggarannya, salah satu caranya yaitu dengan memperluas daerah pemasaran untuk menambah *customer* baru, sehingga perusahaan dapat meningkatkan efektivitas penjualan ditahun yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

.

Anthony. 2009. *Sistem informasi,* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ardiyos. 2007. *Kamus Besar Akuntansi.* Jakarta: Citra Harta Prima.

Arrens. 2008. *Auditing Pendekatan Terpadu.* Edisi ke-tiga. Jakarta. Ghalia Indonesia

Chairul Maroom. 2009. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang.*
Yogyakarta : Graha Ilmu

Darsono. 2008. *Akuntansi Manajemen.* Jakarta : Salemba Empat

Husein Umar. 2011.*Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta:
PT. Raja Grafindo Persada.

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi Dua, Yogyakarta: Graha Ilmu

Markus Zahnd. 2006. *Perancangan Kota Secara Terpadu.* Yogyakarta : BPFE

Munandar, M. 2008. *Budgeting, Perencanaan Kerja, pengkoordinasian kerja dan Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.

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

Moh, Nazir,. Ph.D.2003. "*Metode Penelitian*", Jakarta : Ghalia Indonesia

Nafarin, M. 2007. *Penganggaran Perusahaan.* Jakarta: Salemba Empat.

Nazir, Moh. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Suharsini Arkunto. 2007. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :
Alfabetis.

Tendi Haruman. 2007. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.

Witjaksono, Armanto. 2006. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Welsch H, Gordon, dkk. 2002. *Anggaran Perusahaan*. jakarta : Gramedia Pustaka
Utama