

**ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT  
BANTU MANAJEMEN UNTUK  
MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN PADA  
PT. GATRA PERDANAPUTRA (HYUNDAI)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memeroleh Gelar Sarjana  
Ekonomi**

**Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**Disusun Oleh:**

**NITARIA YUDIONO**

**NIM : 2007141004**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA  
MALANG  
2011**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NITARIA YUDIONO  
NIM : 2007141004  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Judul : **ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT BANTU  
MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN LABA  
PERUSAHAAN PADA PT. GATRA PERDANAPUTRA  
(HYUNDAI) MALANG**

Malang, Juni 2011

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Lies Lestari S., M.Si  
NIK : 188011

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak  
NIK : 193027

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Akuntansi

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak  
NIK : 193027

Dra. Lies Lestari S., M.Si  
NIK : 188011

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Yang Berjudul :

**ANGGARAN PENJUALAN  
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN  
UNTUK MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN  
PADA PT. GATRA PERDANAPUTRA MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nitaria Yudiono

NIM : 207141004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 28 Juni 2011 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya

Dra. Silvia Indrarini., M.M., Ak  
NIK 193027

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Dra. Lies Lestari S.,M.Si

\_\_\_\_\_

2. Dra. Silvia Indrarini., M.M., Ak

\_\_\_\_\_

3. Dra. MAF Suprapti, M.M.

\_\_\_\_\_

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertandatangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN PADA PT. GATRA PERDANAPUTRA MALANG” merupakan karya asli dari :

Nama : Nitaria Yudiono  
NIM : 2007141004  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, Juni 2011

Nitaria Yudiono

**DITERIMA DAN DISETUJUI :**

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Lies Lestari S., M.Si  
NIK : 188011

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak  
NIK 193027

**MENGETAHUI :**

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Akuntansi

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak  
NIK 193027

Dra. Lies Lestari S., M.Si  
NIK : 188011

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nitaria yudiono  
NIM : 2007141004  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 21 November 1987  
Alamat : Jl. Yos Sudarso No. 23 Malang  
Nama orang tua (ayah) : Hendra Yudiono  
Nama orang tua (ibu) : Helly Surija  
Riwayat pendidikan : - Tahun 1999 : Lulus SD YPPI II Surabaya  
- Tahun 2002 : Lulus SMPK Sang Timur Malang  
- Tahun 2005 : Lulus SMA Taman Harapan Malang  
- Tahun 2007 : Terdaftar sebagai mahasiswa  
Universitas Widya Karya malang Fakultas  
Ekonomi Jurusan Akuntansi



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan banyak anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN PADA PT GATRA PERDANAPUTRA (HYUNDAI)”.

Mulai dari proses perencanaan sampai dengan selesainya laporan praktek kerja lapangan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Lies Lestari S., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya dalam mengarahkan dan membimbing penulis hingga akhir penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr . Silvia Indrarini., M.M., Ak, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Bpk Reza Prabawa Wijaya, ST, selaku Operasional Manager PT. Gatra Perdanaputra (Hyundai) yang telah memberikan ijin atas penelitian dan memberikan data-data yang diperlukan penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama berkuliah di Universitas Widya Karya Malang.

Semoga Tuhan senantiasa memberikan kasih-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan tersebut di atas. Skripsi ini tentu saja masih jauh dari sempurna sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik demi perbaikan. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat menambah wacana baru bagi semua pembaca skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Malang, Juni 2011

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

HALAMAN RIWAYAT HIDUP

KATA

PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	5

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Teori.....	8
1. Anggaran.....	8
a. Pengertian anggaran.....	8



b. Tujuan anggaran.....	10
c. Manfaat anggaran.....	11
d. Proses penyusunan anggaran.....	14
e. Jenis-jenis anggaran.....	16
f. Keuntungan dan keterbatasan anggaran.....	19
2. Anggaran Penjualan.....	20
a. Pengertian anggaran penjualan.....	20
b. Fungsi anggaran penjualan.....	22
c. Tahap-tahap penyusunan anggaran penjualan.....	23
d. Metode peramalan penjualan.....	24
e. Faktor-faktor dalam anggaran penjualan.....	26
f. Hubungan anggaran dengan manajemen.....	28
C. Kerangka Pikir.....	31
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	32
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Jenis Data.....	33
E. Sumber Data.....	33
F. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34

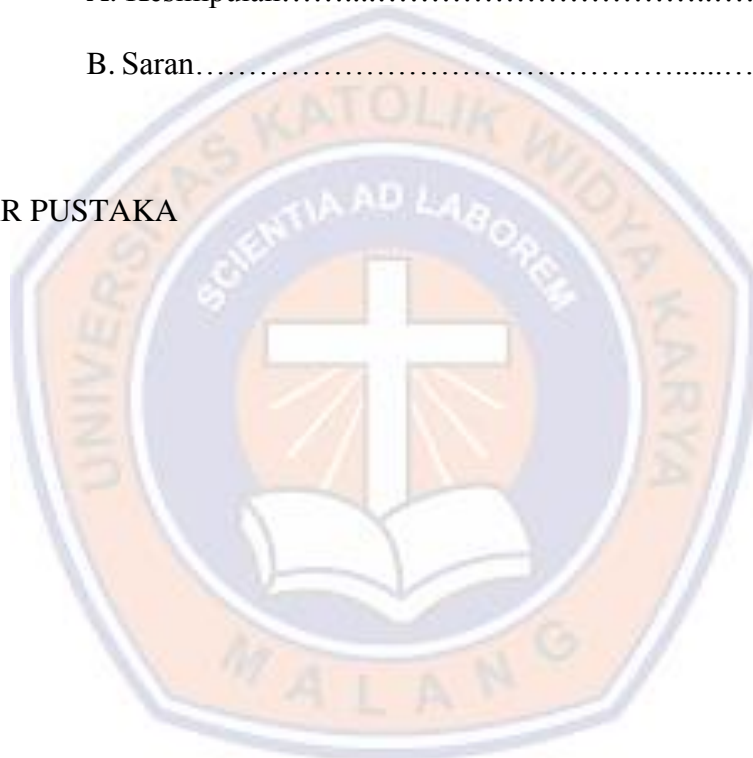
**BAB IV : ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Penyajian Data Penelitian.....	46
C. Analisis dan Interpretasi Data.....	55

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	127

**DAFTAR PUSTAKA**



DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 : Jam Kerja Karyawan PT Gatra Perdanaputra Tahun 2009.....	43
Tabel IV.2 : PT Gatra Perdanaputra Data Ketenagakerjaan Tahun 2009.....	44
Tabel IV.3 : PT Gatra Perdanaputra Data <i>Type</i> Mobil dan Harga Tahun 2009.....	46
Tabel IV.4 : PT Gatra Perdana Putra Data Penjualan Triwulan I dan Triwulan II Tahun 2009 Daerah Pemasaran Malang dan Karesidenan Malang (Berdasarkan Anggaran Penjualan Perusahaan).....	47
Tabel IV.5 : PT Gatra Perdana Putra Data Penjualan Triwulan III dan Triwulan IV Tahun 2009 Daerah Pemasaran Malang dan Karesidenan Malang (Berdasarkan Anggaran Penjualan Perusahaan).....	48
Tabel IV.6 : PT Gatra Perdanaputra Laporan Laba Rugi Berdasarkan Anggaran Perusahaan.....	49
Tabel IV.7 : PT Gatra Perdanaputra Realisasi Penjualan Triwulan I dan Triwulan II Tahun 2009.....	51
Tabel IV.8 : PT Gatra Perdanaputra Realisasi Penjualan Triwulan III dan Triwulan IV Tahun 2009.....	52
Tabel IV.9 : PT Gatra Perdanaputra Laporan Laba Rugi Tahun 2010 (Realisasi).....	54
Tabel IV.10 : PT Gatra Perdanaputra Data Unit Mobil Yang Terjual Tahun 2010.....	53
Tabel IV.11 : Analisis Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan triwulan I tahun 2009.....	58
Tabel IV.12 : Analisis Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan triwulan II tahun 2009.....	59
Tabel IV.13 : Analisis Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan triwulan III tahun 2009.....	60
Tabel IV.14 : Analisis Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan triwulan IV tahun 2009.....	61

Tabel IV.15 : Analisis Laba Rugi Berdasarkan anggaran dan Realisasi Perusahaan Tahun 2009.....	63
Tabel IV.16 : Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS M/T (Mobil “A”) Unit Terjual Tahun 2009.	67
Tabel IV.17 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS M/T (Mobil “A”).....	68
Tabel IV.18 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS M/T (Mobil “A”).....	68
Tabel IV.19 : Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS A/T (Mobil ”B”) Unit Terjual Tahun 2009	70
Tabel IV.20 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS A/T (Mobil ”B”).....	71
Tabel IV.21 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLS A/T (Mobil ”B”).....	71
Tabel IV.22 : Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi M/T (Mobil “C”) Unit Terjual Tahun 2009....	73
Tabel IV.23:Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi M/T (Mobil “C)	74
Tabel IV.24 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi M/T (Mobil “C”).....	74
Tabel IV.25: Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi A/T (Mobil “D”) Unit Terjual Tahun 2009	76
Tabel IV.26:Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi A/T (Mobil “D”)	77
Tabel IV.27: Proyeksi Penjualan Hyundai i-10 <i>Type</i> GLi A/T (Mobil “D”)....	77
Tabel IV.28 : Hyundai i-20 <i>Type</i> GL M/T (Mobil “E”) Unit Terjual Tahun 2009	79
Tabel IV.29 : Hyundai i-20 <i>Type</i> GL M/T (Mobil “E”) Unit Terjual Tahun 2009	80
Tabel IV.30 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> GL M/T (Mobil “E”).....	80
Tabel IV.31 : Hyundai i-20 <i>Type</i> GL A/T (Mobil “F”) Unit Terjual Tahun 2009	81
Tabel IV.32 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> GL A/T (Mobil “F”)	82
Tabel IV.33 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> GL A/T (Mobil “F”).....	82
Tabel IV.34 : Hyundai i-20 <i>Type</i> SG M/T (Mobil “G”) Unit Terjual Tahun 2009	83
Tabel IV.35:Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> SG M/T (Mobil “G”)	84
Tabel IV.36 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> SG M/T (Mobil “G”).....	84
Tabel IV.37: Hyundai i-20 <i>Type</i> SG A/T (Mobil “H”) Unit Terjual Tahun 2009	86

Tabel IV.38: Proyeksi Volume Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> SG A/T (Mobil “H”)	87
Tabel IV.39 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> SG A/T (Mobil “H”)	87
Tabel IV.40: Hyundai i-20 <i>Type</i> CRDi M/T (Mobil “I”) Unit Terjual Tahun 2009	88
Tabel IV.41: Proyeksi Volume Penj Hyundai i-20 <i>Type</i> CRDi M/T (Mobil “I”)	89
Tabel IV.42 : Proyeksi Penjualan Hyundai i-20 <i>Type</i> CRDi M/T (Mobil “I”)	89
Tabel IV.43 : Hyundai H-1 Elegance CRDi M/T (Mobil “J”) Unit Terjual Tahun 2009.....	91
Tabel IV.44: Proyeksi Volume Penjualan Hyundai H-1 Elegance CRDi M/T (Mobil “J”).....	92
Tabel IV.45: Proyeksi Penjualan Hyundai H-1 Elegance CRDi M/T (Mobil “J”).....	92
Tabel IV.46 : Hyundai H-1 Elegance CRDi A/T (Mobil “K”) Unit Terjual Tahun 2009.....	93
Tabel IV.47 : Hyundai H-1 Elegance CRDi A/T (Mobil “K”) Proyeksi Volume Penjualan.....	94
Tabel IV.48 : Proyeksi Penjualan Hyundai H-1 Elegance CRDi A/T (Mobil “K”)	94
Tabel IV.49 : Hyundai Elegance Gasoline A/T (Mobil “L”) Unit Terjual Tahun 2009.....	95
Tabel IV.50 : Hyundai Elegance Gasoline A/T (Mobil “L”) Unit Terjual Tahun 2009.....	96
Tabel IV.51 : Proyeksi Penjualan Hyundai Elegance Gasoline A/T (Mobil “L”)	96
Table IV.52 : Hyundai XG Gasoline A/T (Mobil ”M”) Unit Terjual Tahun 2009.....	97
Tabel IV.53 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai XG Gasoline A/T (Mobil ”M”).....	98
Tabel IV.54 : Proyeksi Penjualan Hyundai XG Gasoline A/T (Mobil ”M”)	99
Tabel IV.55 : Hyundai XG CRDi A/T (Mobil “N”) Unit Terjual Tahun 2009	100
Tabel IV.56 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai XG CRDi A/T (Mobil “N”)	101

Tabel IV.57 : Proyeksi Penjualan Hyundai XG CRDi A/T (Mobil “N”).....	101
Tabel IV.58: Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX M/T (Mobil “O”) Unit Terjual Tahun 2009.....	102
Tabel IV.59 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX M/T (Mobil “O”).....	103
Tabel IV.60 : Proyeksi Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX M/T (Mobil “O”).....	103
Tabel IV.61 : Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX A/T (Mobil “P”) Unit Terjual Tahun 2009.....	104
Tabel IV.62 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX A/T (Mobil “P”).....	105
Tabel IV.63 : Proyeksi Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GX A/T (Mobil “P”).....	105
Tabel IV.64 : Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL M/T (Mobil “Q”) Unit Terjual Tahun 2009.....	106
Tabel IV.65 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL M/T (Mobil “Q”).....	107
Tabel IV.66 : Proyeksi Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL M/T (Mobil “Q”).....	107
Tabel IV.67 : Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL A/T (Mobil “R”) Unit Terjual Tahun 2009.....	109
Tabel IV.68 : Proyeksi Volume Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL A/T (Mobil “R”).....	110
Tabel IV.69 : Proyeksi Penjualan Hyundai AVEGA 1,5 F/L Euro II GL A/T (Mobil “R”).....	110
Tabel IV.70 : PT Gatra Perdanaputra Prediksi Total Penjualan (Unit dan Rupiah) Tahun 2010.....	113
Tabel IV.71 : Analisis Data untuk proyeksi biaya variable.....	115
Tabel IV.72: Proyeksi Laporan Laba Rugi berdasarkan Penyusunan Anggaran Tahun 2010.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Model Teori.....	36
Gambar 2 : PT Gatra Perdanaputra Struktur Organisasi.....	45



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa dekade terakhir, ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami perkembangan yang signifikan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut mempunyai peranan yang cukup besar sebagai sarana penunjang pembangunan. Dengan adanya kemajuan-kemajuan dalam bidang teknologi dan ilmu pengetahuan maka dengan sendirinya memaksa Indonesia, bahkan dunia untuk memasuki era baru yang disebut era globalisasi, dimana setiap negara, setiap perusahaan harus siap bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan dapat bergerak secara dinamis dan efisien untuk dapat menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan kondisi tersebut.

Karena penyesuaian diri tersebut, maka setiap perusahaan harus bisa bertahan dalam kondisi yang sulit sekalipun. Perusahaan harus tetap mampu memaksimalkan laba yang diperoleh pada setiap periode. Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan agar memperoleh laba, sehingga kontinuitas dan perkembangan perusahaan terjamin. Untuk mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan perlu memperhatikan proses perencanaan dan pengendalian terhadap segala kegiatan operasinya. Untuk dapat memaksimalkan laba yang akan diperoleh maka perusahaan dituntut untuk lebih efisien dan efektif dalam merencanakan dan mengestimasi kebutuhan-kebutuhan di masa yang akan datang.



Dengan tuntutan tersebut ternyata juga membawa dampak yang positif pada PT Gatra Perdanaputra (Hyundai). PT Gatra Perdanaputra (Hyundai) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha dagang mobil Hyundai. Perusahaan ini termotivasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang akan di pasarkan khususnya pasar domestik (Indonesia), dan umumnya di pasar internasional agar kelangsungan hidup perusahaan dapat tetap terjaga.

Selama ini PT Gatra Perdanaputra (Hyundai) telah menyusun anggaran penjualan kurang efektif sehingga belum mampu mengoptimalkan laba yang diperoleh. Penyusunan anggaran penjualan dimulai dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan yaitu meliputi kuantitas barang yang akan dijual, harga, daerah pemasaran serta satuan moneter yang digunakan. Setelah perusahaan memperoleh data-data tersebut perusahaan memulai penyusunan anggaran dan dan selanjutnya menganalisisnya dalam laporan laba rugi per periode. Dalam analisis yang dilakukan itulah dapat diketahui bahwa selama ini penyusunan anggaran belum mampu menghasilkan laba secara maksimal. Laba yang diperoleh tidak mampu memenuhi *target profit* yang ditetapkan perusahaan pada saat awal penyusunan anggaran.

Faktor lain yang juga turut mempengaruhi adalah dikarenakan adanya sistem pada manajemen yang kurang efektif dimana pihak manajemen tersebut adalah pihak yang menyusun anggaran perusahaan dalam suatu periode. Susunan manajemen pada PT Gatra Perdanaputra (Hyundai) sering mengalami pergantian sehingga manajemen yang baru harus menyesuaikan

diri dalam waktu yang relatif singkat dengan alasan perusahaan harus tetap beroperasi.

Telah dikatakan sebelumnya bahwa proses perencanaan dan pengendalian harus selalu diperhatikan pada setiap kegiatan operasional perusahaan karena hal ini akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan penyusunan aktivitas-aktivitas perusahaan untuk waktu yang akan datang. Aktivitas-aktivitas ini meliputi penetapan tujuan yang akan dicapai, perumusan rencana, siapa yang harus melaksanakan, dimana harus dikerjakan, dan bagaimana cara menilai hasilnya. Sedangkan pengendalian adalah pengarahan aktivitas atas perencanaan yang telah disusun sebelumnya, selain itu pengendalian merupakan penilaian suatu pekerjaan dan mengambil tindakan perbaikan bilamana diperlukan.

Salah satu alat yang paling mendasar dalam perencanaan bagi perusahaan adalah anggaran. Anggaran merupakan perencanaan keuangan perusahaan yang sekaligus digunakan sebagai dasar sistem pengendalian keuangan untuk periode yang akan datang, yaitu meliputi perbandingan terus-menerus dan evaluasi hasil yang sebenarnya dari program-program dan anggaran yang telah ditetapkan.

Kegiatan utama yang ada pada setiap perusahaan salah satunya adalah penjualan. Dengan adanya penjualan, maka perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang dapat digunakan kembali untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan. Sedangkan laba merupakan selisih antara jumlah

pendapatan dalam suatu periode dengan beban-beban yang terjadi selama periode tersebut.

Tujuan perusahaan adalah memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Agar memperoleh laba yang maksimal maka perusahaan dapat menempuh cara yaitu dengan memperbesar selisih antara jumlah pendapatan dengan beban-beban yang ada, yaitu dengan menggunakan sumberdaya seminimal mungkin untuk hasil yang maksimal. Perencanaan dan pengendalian terhadap aktivitas penjualan dapat diwujudkan dengan cara menyusun suatu anggaran penjualan yang merupakan proyeksi penjualan yang diharapkan dalam suatu periode.

Keefisien dan keefektifan dari pihak manajemen dalam mengelola usaha akan sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya laba perusahaan yang dicapai. Untuk itu diperlukan peran optimal manajemen sebagai pengelola dan pengendali aktivitas perusahaan, yaitu dengan menyusun cara-cara yang strategis untuk mencapai laba yang maksimal tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang akan diambil dalam penelitian ini adalah: **“Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan pada PT Gatra Perdanaputra (Hyundai)”**.

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen untuk meningkatkan laba perusahaan pada PT Gatra Perdanaputra (Hyundai)?”

## C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui anggaran penjualan sebagai alat bantu manajemen untuk meningkatkan laba perusahaan pada PT Gatra Perdanaputra (Hyundai).

### 2. Kegunaan Penelitian

- a) Perusahaan dapat menggunakannya sebagai bahan pertimbangan untuk membantu anggaran penjualan dalam rangka meningkatkan laba.
- b) Dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti lainnya yang mengadakan penelitian dengan pembahasan atau topik yang sama.
- c) Dapat digunakan oleh peneliti sebagai tambahan ilmu sehingga dapat menambah wawasan berpikir serta mampu mengaplikasikan teori atau ilmu yang telah diperoleh dalam praktek yang lebih nyata.