

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Masalah	12
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Motivasi Penelitian	20
1.6 Manfaat Penelitian	21
1.7 Kontribusi Penelitian	21
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	22
1.9 Sistematika Laporan Penelitian	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Peran Manajemen	25
2.2 Proses Manajemen	27
2.2.1 Perencanaan (Planning)	27
2.2.2 Pengorganisasian (Organizing dan Staffing)	28
2.2.3 Pengarahan (Leading)	28
2.2.4 Pengendalian (Controlling)	29
2.3 Manajemen Strategis	29
2.4 Definisi Anggaran	31
2.5 Jenis Penyusunan Anggaran	32
2.5.1 Anggaran Puncak-Bawahan (Top Down Budgeting)	32
2.5.2 Anggaran Bawahan Atasan (Bottom Up Budgeting)	32
2.5.3 Metode Campuran (Top Down dan Bottom Up)	33
2.6 Anggaran Merupakan Alat Manajemen	33
2.6.1 Alat Perencanaan	33
2.6.2 Pengorganisasian dan Pengarahan	35



2.6.3	Alat Pengendalian	35
2.7	Perencanaan Penjualan	36
2.7.1	Tujuan Perencanaan Penjualan	36
2.7.2	Dasar Penyusunan Rencana Penjualan	37
2.7.3	Rencana Penjualan Strategis dan Taktis	39
2.7.4	Ramalan (Forecast) dan Rencana Penjualan	40
2.8	Penentuan Harga jual	40
2.8.1	Pendekatan Teori Ekonomi (Price Theory)	41
2.8.2	Pendekatan Penentuan Harga Jual berdasarkan Biaya	42
2.9	Analisis Biaya Volume Laba (Cost Volume Profit Analysis)	43
2.9.1	Tujuan Analisis Biaya Volume Laba (BVL)	44
2.9.2	Asumsi Analisis Biaya Volume Laba	45
2.9.3	Pengertian Biaya	46
2.9.4	Perilaku Biaya dan Klasifikasinya	47
2.9.5	Pemisahan (Pengklasifikasian) Biaya Campuran	48
2.9.6	Laba dan Perencanaan Laba	49
2.10	Margin Kontribusi dan Rasio Margin Kontribusi	50
2.11	Titik Impas (Break Even Point)	51
2.11.1	Pendekatan Laba Operasi (Metode Persamaan)	51
2.11.2	Pendekatan Margin Kontribusi	52
2.11.3	Pendekatan Grafik	52
2.12	Analisis Target Laba	53
2.12.1	Metode Persamaan	54
2.12.2	Metode Margin Kontribusi	54
2.13	Margin Pengaman (Margin of Safety)	55
2.14	Pengungkit Operasi (Operating Leverage)	56
2.15	Titik Penutupan Usaha (Shut Down Point)	57
2.16	Bauran Penjualan (Sales Mix)	57
2.17	Konsep Perencanaan Penjualan	58
2.17.1	Dasar Penyusunan Anggaran Penjualan	58
2.17.2	Komponen Penyusunan Anggaran Penjualan	58
2.17.3	Komponen Biaya Pemasaran Yang Dianggarkan sebagai Yang Tidak Terpisahkan dari Anggaran Penjualan	59
2.18	Peramalan (Forecasting)	61



2.18.1	Hubungan Forecast dengan Rencana	61
2.18.2	Pengaruh Kebenaran Asumsi	62
2.18.3	Pemilihan Metode Forecasting	62
2.19	Teknik Forecasting	62
2.20.1	Metode Pendapat (Judgement Method) dalam Forecasting	63
2.20.2	Forecasting Dengan Analisis Trend (Kecenderungan)	64
2.20	Mengukur Error Dalam Forecasting	67
2.20.1	Mean Absolute Error (MAE)	68
2.20.2	Mean Squared Error (MSE)	69
2.20.3	Mean Absolute Percentage Error (MAPE)	69
2.21	Penelitian Terdahulu	70
BAB III METODE PENELITIAN		73
3.1	Gambaran Umum Lokasi Objek Penelitian	73
3.1.1	Sejarah Singkat SP Aluminium	74
3.1.2	Visi SP Aluminium Yogyakarta	76
3.1.3	Misi SP Aluminium Yogyakarta	76
3.1.4	Struktur Organisasi SP Aluminium	77
3.2	Rasionalitas Lokasi Objek Penelitian	78
3.3	Desain Penelitian	79
3.4	Alur Penelitian	80
3.5	Sumber Data	86
3.5.1	Data Primer	86
3.5.2	Data Sekunder	86
3.6	Teknik Pengumpulan Data	87
3.6.1	Observasi	87
3.6.2	Wawancara Mendalam (In Depth Interview)	87
3.6.3	Dokumentasi	89
3.7	Analisis Data	89
3.7.1	Reduksi Data (Data Reduction)	90
3.7.2	Penyajian Data (Data Display)	90
3.7.3	Kesimpulan (Conclusion)	90
3.8	Mengurangi Bias	91
3.8.1	Bias Seleksi	91
3.8.2	Bias Instrumen	91



3.8.3	Bias dalam Wawancara	92
3.8.4	Bias Metode	92
3.9	Pengujian Validitas	92
3.9.1	Triangulasi Sumber	93
3.9.2	Triangulasi Teknik	93
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		94
4.1	Profil SP Aluminium Yogyakarta	94
4.2	Visi SP Aluminium Yogyakarta	97
4.3	Misi SP Aluminium Yogyakarta	97
4.4	Nilai-nilai Perusahaan di SP Aluminium Yogyakarta	98
4.5	Budaya Perusahaan	98
4.6	Struktur Organisasi	99
4.7	Wawancara Kepada Responden	100
4.7.1	Direktur Operasional Sekaligus Kepala Bagian Pemasaran	101
4.7.2	Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan	102
4.7.3	Kepala Bagian Produksi	102
4.8	Penerapan fungsi Anggaran di SP Aluminium Yogyakarta	103
4.8.1	Partisipasi Kepala Bagian Dalam Penyusunan Anggaran	104
4.8.2	Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan	105
4.8.3	Penyusunan Anggaran Yang Baik	107
4.9	Pelaksanaan Fungsi Anggaran di SP Aluminium Yogyakarta	109
4.9.1	Prosedur Pengajuan Pemberian Dana	109
4.9.2	Prosedur Penggantian Dana (Reimbursement)	110
4.9.3	Pemanfaatan Kas Kecil	111
4.10	Penjualan Melalui Strategi Pemasaran	112
4.11	Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP)	114
4.12	Analisis Biaya Volume Laba	116
4.12.1	Volume dan Komposisi Penjualan SP Aluminium Yogyakarta	116
4.12.2	Klasifikasi Biaya	117
4.12.3	Pengalokasian Biaya Variabel Pada Masing-masing Produk	118
4.12.4	Margin Kontribusi Rata-Rata Tertimbang dan Rasio Margin Kontribusi	119
4.12.5	Titik Impas (Break Even Point)	121
4.12.6	Perencanaan Laba	121
4.12.7	Margin Pengamanan (Margin of Safety)	125



4.12.8	Pengungkit Operasi (Operating Leverage)	126
4.12.9	Titik Penutupan Usaha (Shut Down Point)	127
4.12.10	Grafik Hasil Analisis Biaya Volume Laba	128
4.13	Analisis Trend	131
4.13.1	Trend Bebas	131
4.13.2	Trend Setengah Rata-Rata (Semi Average)	133
4.13.3	Trend Moment	138
4.13.4	Trend Kuadrat Terkecil (Trend Lead Square)	142
4.13.5	Hasil Analisis Trend	146
4.14	Analisis Error dalam Forecasting	147
4.14.1	Analisis Error dari Trend Setengah Rata-Rata	148
4.14.2	Analisis Error dari Trend Moment	148
4.14.3	Analisis Error dari Kuadrat Terkecil	149
4.14.4	Hasil Analisis Error dalam Forecasting	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		151
5.1	Kesimpulan	151
5.2	Saran	154
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya	156
DAFTAR PUSTAKA		158
LAMPIRAN		161
Lampiran I Transkrip Hasil Wawancara Responden I		161
Lampiran II Transkrip Hasil Wawancara Responden II		175
Lampiran III Transkrip Hasil Wawancara Responden III		178
Lampiran IV Laba Rugi SP Aluminium 2015-2019		183
Lampiran V Neraca SP Aluminium Tahun 2015-2019		184
Lampiran VI Data Volume Bahan Baku Produksi dan Volume Produksi SP Aluminium 2015-2019 (Kilogram)		185
Lampiran VII Biaya Produksi SP Aluminium 2015-2019		186
Lampiran VIII Data Volume Penjualan SP Aluminium 2015-2019		187
Lampiran IX Data Omzet dan Penjualan SP Alumnum 2015-2019		188
Lampiran X Surat Permohonan Izin Penelitian Tesis		189
Lampiran XI Surat Izin Penelitian Dari SP Aluminium Yogyakarta		190