

**PERANAN ANGGARAN FLEKSIBEL SEBAGAI DASAR
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENENTUAN
VOLUME PENJUALAN PADA PT. ZIES CREATIVE**

**SKRIPSI
Program Studi Akuntansi**

Nama : FARANIEKA RACHMA DEWI

NIM : 0320312 – 048



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005**

**PERANAN ANGGARAN FLEKSIBEL SEBAGAI DASAR
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENENTUAN
VOLUME PENJUALAN PADA PT. ZIES CREATIVE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar **SARJANA EKONOMI**
Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)
Program Studi **Akuntansi**

Nama : FARANIEKA RACHMA DEWI

NIM : 0320312 - 048



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : FARANIEKA RACHMA DEWI
N I M : 0320312 - 048
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : PERANAN ANGGARAN FLEKSIBEL SEBAGAI
DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM
PENENTUAN VOLUME PENJUALAN PADA
PT. ZIES CREATIVE.
Tanggal Ujian Skripsi : 15 Oktober 2005

Disahkan Oleh :

Pembimbing

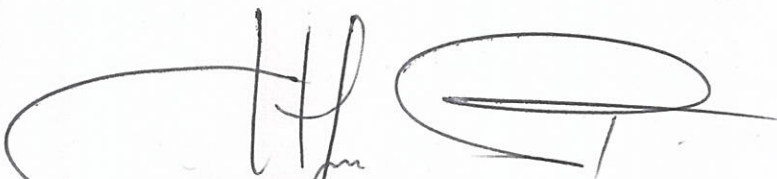


(Drs. Marsyaf Samsuri, Ak)


Tanggal: 19 Oktober 2005

Dekan,

Ketua Jurusan Akuntansi



(Drs. Hadri Mulya, Msi)
Tanggal:



(Sabarudin Muslim SE, MSi)
Tanggal: 19.11.05

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL SKRIPSI	
PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
D. Pembatasan Masalah	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Pengertian Akuntansi Biaya	5
B. Tujuan Akuntansi Biaya	7
C. Pengelompokan Biaya	8
1. Biaya Tetap	9
2. Biaya Variabel	9
3. Biaya Semi Variabel	10
D. Klasifikasi Biaya	11
1. Opportunity Cost	12
2. Out of Pocket Cost	12

3. Relevan Cost	13
E. Anggaran	15
1. Fungsi Anggaran	15
2. Jenis Anggaran	16
a. Anggaran Statis	16
b. Anggaran Fleksibel	16
F. Laba Dan Pendapatan	17
1. Pengertian Laba	17
2. Pengertian Pendapatan	17
G. Analisa Yang Dilakukan Dalam Menentukan Volume Penjualan	18
1. Analisa Aspek Pasar	19
2. Analisa Aspek Teknis	21
3. Analisa Aspek Keuangan	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Gambaran Umum	29
1. Lokasi Penelitian	29
2. Deskripsi Obyek Penelitian	29
a. Sejarah Singkat Perusahaan	29
b. Struktur Organisasi	31
1) Dewan Komisaris	32
2) Direksi	34
B. Metode Pengumpulan Data	41
C. Definisi Operasional Variabel.....	42

D. Instrumen Penelitian	42
E. Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Analisis Hasil Penelitian PT. Zies Creative.....	44
1. Hasil Penelitian Aspek Pasar	45
2. Hasil Penelitian Aspek Teknis	47
3. Hasil Penelitian Aspek Keuangan.....	48
B. Pembahasan Hasil Penelitian PT. Zies Creative	49
1. Pembahasan Aspek Pasar.....	49
2. Pembahasan Aspek Teknis.....	50
3. Pembahasan Aspek Keuangan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1	Proyeksi Penjualan Tahun 2005	45
4.2	Pendapatan Penjualan Untuk Setiap Alternatif Penjualan	52
4.3	Pendapatan Jasa Penyimpanan	53
4.4	Pendapatan Jasa Mesin Produksi	55
4.5	Daftar Jumlah Pendapatan Perusahaan Untuk Setiap Alternatif Penjualan..	55
4.6	Biaya Semivariabel Transportasi	58
4.7	Biaya Semivariabel Kendaraan	59
4.8	Biaya Semivariabel Telekomunikasi	60
4.9	Biaya Semivariabel Pos, Peranko dan Materai	61
4.10	Biaya Semivariabel Perawatan dan Perbaikan	62
4.11	Biaya Semivariabel Retribusi Air dan Listrik	63
4.12	Anggaran Fleksibel untuk Alternatif Penjualan	65
4.13	Daftar Pertambahan Pendapatan, Biaya dan Laba	
	Yang Mungkin Diperoleh Perusahaan dari Setiap Alternatif Penjualan	66
4.14	Daftar Seluruh Pertambahan pendapatan dan Biaya Serta Pertambahan.....	
	Atau Pengurangan Laba dari Setiap Alternatif Penjualan	68

DAFTAR LAMPIRAN

1. Struktur Organisasi
2. PT. Zies Creative Laporan laba Rugi Tahun yang Berakhir Tanggal 31 Desember 2004
3. Daftar Perincian Biaya Semivariabel PT. Zies Creative Tahun 2004
4. Daftar Beban Pokok Penjualan PT. Zies Creative Periode Berakhir Pada Tanggal 31 Desember 2004
5. Daftar Beban Usaha PT. Zies Creative Periode Yang Berakhir Pada Tanggal 31 Desember 2004
6. Daftar Volume Produksi PT. Zies Creative Tahun 2004
7. Daftar Volume Penjualan Tahun 2004 Prioritas dan Probabilitas Laku Terjualnya Produk
8. Ramalan Penjualan Tahun 2005 Prioritas dan Probabilitas Laku Terjualnya Produk
9. Daftar Perhitungan Biaya Semivariabel Setiap Alternatif Penjualan PT. Zies Creative
10. Daftar Hasil Perhitungan Biaya Usaha Untuk Setiap Alternatif Penjualan PT. Zies Creative