

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di bidang periklanan semakin pesat, para perusahaan berlomba-lomba membuat iklan sekreatif mungkin dengan tujuan menarik minat masyarakat untuk memilih produk barang atau jasa yang ditawarkan sebagai kebutuhan hidupnya. Adanya kebutuhan ini tentunya memerlukan peran berbagai jenis media dalam melakukan iklan dengan tujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi konsumen dalam pandangannya terhadap perusahaan ataupun produk dan jasa yang ditawarkan. Periklanan ini pada dasarnya adalah bagian dari kehidupan industri modern. Kehidupan dunia modern saat ini sangat tergantung pada iklan, tanpa iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual produk nya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk barang dan jasa yang tersedia pasar, apabila hal itu terjadi maka industri dan perekonomian modern pasti akan lumpuh. Sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya, maka perusahaan harus melangsungkan kegiatan periklanan secara memadai dan terus menerus. Mengingat besarnya fungsi sebuah iklan maka jasa periklanan akan meningkat, sehingga industri periklanan berkembang pesat di Indonesia. Periklanan saat ini merupakan suatu bagian yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat, baik dalam kehidupan ekonomi maupun kehidupan sosial mereka. (Lukitaningsih, 2013), mendefinisikan periklanan sebagai

pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. Melalui iklan orang dapat memberikan atau memperoleh informasi mengenai produk atau jasa yang dibutuhkan. Pada zaman yang serba modern seperti sekarang ini dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat hingga iklan dipandang sebagai suatu alat yang dapat meningkatkan daya saing dalam menunjang keberhasilan pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak. Sebagai konsumen, kita adalah sasaran iklan yang hadir hampir setiap waktu dari kehidupan kita. Jadi, pada akhirnya iklan merupakan bagian yang mau tidak mau tidak akan terlepas dari kehidupan masyarakat.

Strategi periklanan yang dipersiapkan dengan baik akan menghasilkan komunikasi yang efektif sehingga pesan yang disampaikan akan mendapat perhatian lebih besar dari audiensi sasaran. Strategi periklanan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen sehingga mereka tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Strategi menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada dalam jalur yang tepat serta membangun kepribadian merek dengan jelas dan konsisten. Masyarakat dapat memilih dan mengenal suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya adalah dengan cara melihat iklan. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang penting dan sangat berguna dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat luas.

Kegiatan periklanan sangat penting dilakukan untuk tetap bersaing didalam dunia bisnis agar suatu perusahaan dapat menjalankan bisnisnya dengan baik, karena kelancaran suatu bisnis membutuhkan kegiatan periklanan yang maksimal. Maka dari itu dalam kegiatan periklanan harus memilih strategi yang tepat untuk penentuan keberhasilan suatu iklan dan strategi mempunyai peranan yang cukup besar bagi penjualan dan promosi.

PT. Wahana Semesta Kota Tegal merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penerbit surat kabar harian pagi, selain itu PT. Wahana Semesta juga melayani usaha jual-beli koran dan pemasangan iklan. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1999 yang berlokasi di Jalan. Perintis Kemerdekaan No. 32 Kota Tegal. Namun pada kenyataannya PT. Wahana Semesta belum melakukan penyusunan anggaran penjualan dengan baik sehingga perusahaan tidak memiliki pedoman kerja dalam mencapai target yang diinginkan. Sedangkan untuk masalah rencana penjualan dan berapa laba yang ingin dicapai perusahaan ditentukan sendiri oleh pimpinan perusahaan dengan hanya melihat laporan realisasi penjualan pada tahun sebelumnya.

Anggaran iklan sangat penting untuk rencana pemasaran yang sukses. Anggaran iklan Anda adalah jumlah yang perusahaan rencanakan untuk dibelanjakan pada promosi berbayar mereka atau produk perusahaan selama jangka waktu tertentu, misalnya satu tahun atau satu kuartal. Bisnis menghabiskan anggaran ini untuk menutupi biaya menjalankan iklan (biasanya diukur dalam klik atau tayangan), merancang dan memproduksi

materi iklan, dan biaya terkait lainnya, seperti menyewa biro iklan untuk mengelola kampanye iklan perusahaan.

Dalam menetapkan anggaran periklanan sebelumnya memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi pengeluaran untuk perencanaan bisnis jangka panjang. Merencanakan anggaran memungkinkan perusahaan mempertimbangkan skala iklan jumlah saluran, ukuran pemirsa, durasi kampanye, dan banyak lagi. tanpa menentukan anggaran sebelumnya, perusahaan mungkin berisiko lupa pengeluaran dan mengeluarkan uang terlalu banyak untuk iklan, atau tidak memiliki cukup anggaran untuk beriklan sama sekali. Keduanya berpotensi membatasi kemampuan bisnis perusahaan untuk berkembang.

Periklanan yang baik dapat membangun citra merk yang positif di benak konsumen, melalui iklan yang konsisten dan berfokus pada nilai-nilai iklan, maka perusahaan dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas, reputasi atau nilai produk mereka. anggaran periklanan mengacu pada jumlah uang yang di alokasikan oleh perusahaan atau agensi untuk pengeluaran yang berkaitan dengan promosi produk atau layanannya.

Berdasarkan latar belakang di atas ,maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. WAHANA SEMESTA KOTA TEGAL**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut: Bagaimana Hasil Analisis Anggaran Penjualan Pada PT Wahana Semesta Kota Tegal ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui Hasil Analisis Anggaran Penjualan Pada PT Wahana Semesta Kota Tegal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti untuk mengetahui tentang analisis anggaran penjualan sebagai alat perencanaan laba di perusahaan secara nyata seperti halnya penerapan di dalam dunia kerja dan menambah kemampuan peneliti untuk lebih baik lagi dalam pembuatan karya ilmiah.

2. Bagi PT. Wahana Semesta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan terkait anggaran penjualan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan dan sebagai tambahan evaluasi agar lebih memahami perusahaan, karyawan dan keadaan sekitar.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis terkait anggaran penjualan terhadap perencanaan laba. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan kerja sama riset antara pihak kampus dengan PT. Wahana Semesta.

4. Bagi Masyarakat

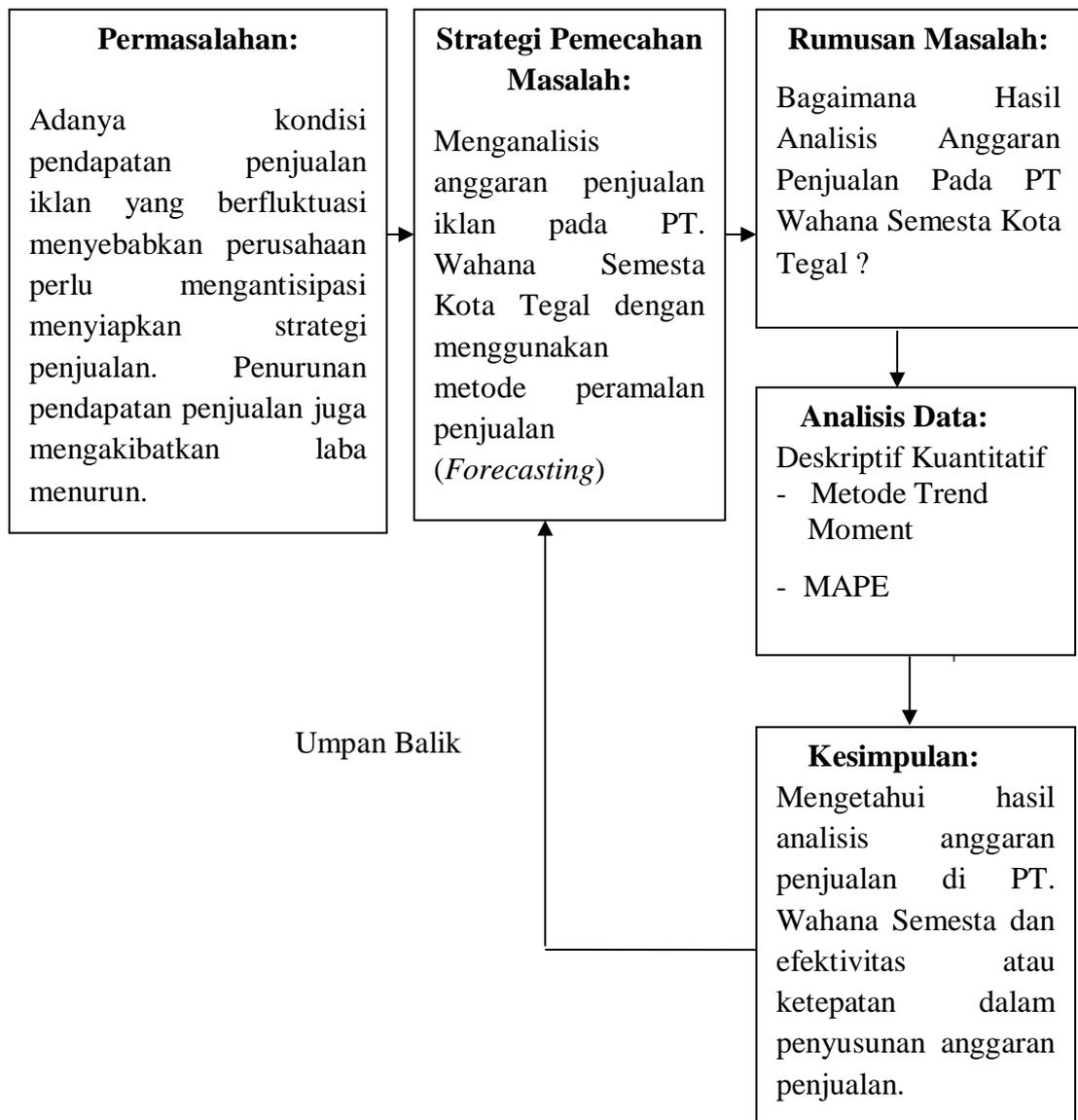
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap barang maupun jasa kepada masyarakat. Iklan dapat memberikan motivasi kepada pelanggan sekaligus menjalin realisasi yang baik antara perusahaan penyedia barang atau jasa.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan pada data penjualan dari jasa periklanan untuk tahun 2023, untuk dilakukan analisis anggaran atau permalan penjualan dari jasa periklanan untuk tahun 2024 pada periode bulan Januari sampai Desember dengan menggunakan Metode *Trend Moment* pada PT Wahana Semesta Kota Tegal.

1.6 Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan suatu kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada para pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian tugas akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, abstrak, daftar pustaka, daftar tabel, daftar gambar dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara tepat.

2. Bagian isi terdiri dari 3 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang dasar-dasar teori yang mendasari dan mendukung pokok-pokok bahasan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian, dalam hal ini meliputi pengertian anggaran penjualan, prosedur penyusunan anggaran penjualan, teknik peramalan dan

penafsiran anggaran, faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan dengan jelas metodologi yang digunakan dalam penyelesaian penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab yaitu lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran umum, visi dan misi PT. Wahana Semesta Kota Tegal. Bab ini juga menjelaskan hasil penelitian yang menguraikan Pelaksanaan anggaran penjualan sebagai alat perencanaan laba, peran anggaran penjualan sebagai alat perencanaan laba, Efektivitas penggunaan anggaran penjualan sebagai alat perencanaan laba.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan penelitian yang mengemukakan beberapa Kesimpulan serta saran-saran yang disumbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi tentang daftar buku, majalah, surat kabar dan literatur lain yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Ketiga

LAMPIRAN

Lampiran ini berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain surat keterangan telah melaksanakan penelitian dari tempat penelitian, kartu konsultasi, spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.