

Evaluasi Proses Penyusunan dan Pengendalian Anggaran Advertising and Promotional (ANP) Pada PT CLN Indonesia = Evaluation of the Preparation and Control Process of the Advertising and Promotional (ANP) Budget at PT CLN Indonesia

Celine Lie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547925&lokasi=lokal>

Abstrak

Laporan magang ini ditujukan untuk mengevaluasi proses penganggaran Advertising and Promotional (ANP) yang dimulai dengan proses diskusi penetapan target penjualan periode setahun mendatang hingga akhirnya mencapai jumlah anggaran ANP yang disepakati bersama dengan Divisi Marketing dan CSP selaku pemilik anggaran ANP, dilanjutkan dengan aktivitas forecasting atas anggaran ANP selama setahun dan rincian tiap bulannya yang dilaksanakan setiap tanggal 5 tiap bulan, kemudian forecast ini akan dioperasionalkan setiap bulannya oleh Divisi Marketing dengan peran Divisi Finance sebagai pengawas dan pengendali anggaran ANP pada BU Sweety PT CLN Indonesia. Evaluasi ini akan berfokus pada tahapan penganggaran & forecasting serta peran anggaran sebagai pengendalian menggunakan teori penganggaran (budgeting). Evaluasi ini dilakukan dengan menganalisis penerapan tahapan-tahapan aktivitas penganggaran yang terbagi dalam tiga, yaitu identifikasi masalah dan ketidakpastian serta memperoleh informasi, mengambil keputusan di antara alternatif yang ada, dan implementasi strategi serta evaluasi performa. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tahapan-tahapan proses penganggaran yang dilaksanakan BU Sweety PT CLN Indonesia telah berjalan dengan sesuai, kemudian seluruh komponen yang dibutuhkan agar peran anggaran sebagai pengendalian dapat terlaksana dengan efektif juga teridentifikasi terdapat pada BU Sweety PT CLN Indonesia. Melalui evaluasi aktivitas magang yang menyeluruh ini, penulis juga mengulas terkait refleksi diri termasuk didalamnya berbagai ilmu dan keterampilan baru yang penulis peroleh melalui pengalaman magang di PT CLN Indonesia.

..... This internship report is intended to evaluate the Advertising and Promotional (ANP) budgeting process which begins with the discussion process of setting sales targets for the coming year until finally reaching the ANP budget amount agreed upon with the Marketing and CSP Divisions as the owners of the ANP budget, continued with forecasting activities for the ANP budget for a year and details for each month which are carried out every 5th of each month, then this forecast will be operationalized every month by the Marketing Division with the role of the Finance Division as the supervisor and controller of the ANP budget at BU Sweety PT CLN Indonesia. This evaluation will focus on the budgeting & forecasting stages and the role of the budget as a control using budgeting theory. This evaluation is carried out by analyzing the implementation of the stages of budgeting activities which are divided into three, namely identifying problems and uncertainties and obtaining information, making decisions among existing alternatives, and implementing strategies and evaluating performance. The evaluation results show that overall, the stages of the budgeting process carried out by BU Sweety PT CLN Indonesia have been running properly, then all the components needed so that the role of the budget as a control can be carried out effectively are also identified in BU Sweety PT CLN Indonesia. Through this comprehensive internship activity evaluation, the author also reviews self-reflection including various new knowledge and skills that the author has acquired through his internship experience at PT CLN Indonesia.