

LAPORAN PENELITIAN
PERAN ANGGARAN PRODUKSI PADA KEPUASAN
KONSUMEN



Disusun oleh:

ROSMEGAWATI, SE., MM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BOROBUDUR

JAKARTA, 2021

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN

1	Judul Penelitian	Peran Anggaran Produksi Pada Kepuasan Konsumen
2	Ketua Peneliti :	
	a. Nama	Rosmegawati, SE., MM
	b. NIDN	
	c. Jenis Kelamin	Perempuan
	d. Pangkat/Golongan/NIP	
	e. Jabatan Fungsional	Lektor
	f. Fakultas/Program Studi	Fakultas Ekonomi
	g. Bidang Ilmu yang diteliti	
3	Jumlah Tim Peneliti	-
4	Lokasi Penelitian	Jakarta
5	Jangka Waktu Penelitian	6 (enam) Bulan
6	Biaya diperlukan	Rp. 22.000.000,-
7	Sumber Dana	Perguruan Tinggi

Jakarta, Agustus 2021

Ketua Peneliti,



Rosmegawati, SE., MM



Prof. Dr. Wahyu Murti, SE., MM



Evi Syairida Nasution, S.Psi., M.Psi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan yang telah melimpahkan segala karunia-Nya , sehingga saya dapat menyelesaikan makalah dengan judul “Peran Penganggaran Produksi Pada Kepuasan Konsumen .Makalah Peran Penganggaran Produksi pada Kepuasan Konsumen” disusun untuk menjadi bahan bacaan bagi Mahasiswa/i , para dosen / tenaga pengajar . pimpinan perusahaan , atau masyarakat agar mengetahui tentang Peran penganggaran produksi pada kepuasan Konsumen . Saya menyadari makalah ini masih jauh dari sempurna , semoga yang membaca makalah ini dapat memberi masukan yang positif demi kebaikan makalah ini. Dalam makalah ini penulis membahas tentang anggaran produksi dan kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan . Topik ini diangkat penulis karena sering sekali dalam kenyataannya banyak perusahaan dalam melakukan efisiensi produksi atau mensikapi lingkungan bisnis mengabaikan kepuasan konsumen yang berakibat pada kegagalan dalam usaha pemasaran.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun Makalah ini masih terdapat kesalahan- kesalahan baik dari segi bahasa, materi maupun teknik penulisan untuk itu penyusun memohon kepada pembaca untuk memberi kritik atau saran yang bersifat membangun.

Jakarta, 20 Agustus 2021

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penulisan	3
BAB II	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Anggaran Produksi	5
2.2 Kepuasan Konsumen	9
2.3 Hubungan Anggaran Produksi terhadap Kepuasan Konsumen.....	13
BAB III	16
PEMBAHASAN.....	16
3.1 Analisa dan Pembahasan Anggaran Produksi.....	16
3.2 Analisa Kepuasan Konsumen	17
3.3 Peran Anggaran Produksi pada kepuasan Konsumen.....	25
BAB IV	29
KESIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 KESIMPULAN.....	29
4.2 SARAN	31
DAFTAR PUSTAKA	32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Para pemimpin perusahaan sekarang ini dihadapkan pada suatu keadaan yang mengharuskan mereka mempunyai kemampuan bersaing dengan perusahaan yang sejenis, terutama dalam menghadapi pesaing baru yang mengelola perusahaannya dengan cara yang lebih menerapkan metode pengawasan sedemikian rupa sehingga efisiensi dan efektivitas usaha dapat dicapai guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini tentunya ditunjukkan dari aktivitas produksi yang berjalan sebagaimana harapan para pemimpin perusahaan. Dibutuhkan suatu perencanaan produksi yang tertuang dalam anggaran produksi.

Penganggaran produksi yang akan digunakan untuk mengendalikan kegiatan produksi agar menghasilkan produk yang optimum serta kepuasan yang akan didapat untuk kepentingan dan kemajuan perusahaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu berusaha bersaing dengan perusahaan yang lain. Dalam kehidupan organisasi seorang pemimpin memainkan peranan yang sangat penting dalam usaha pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan guna mencapai tujuan dari perusahaan. Sejalan dengan perkembangan dunia usaha pada umumnya, maka banyak perusahaan-perusahaan yang berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar. Sehubungan dengan perkembangan tersebut, maka kegiatan-kegiatan yang

ada didalam suatu perusahaan menjadi lebih bertambah banyak, baik dari kegiatan atau volume kegiatan yang dilaksanakan, oleh karena itu perusahaan harus melakukan perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan.

Dengan demikian agar pelaksanaan perencanaan dan pengendalian dapat terlaksana dengan baik, maka yang diperlukan oleh manajemen adalah menyusun suatu langkah yang dituangkan dalam anggaran. Peranan anggaran sebagai alat bantu manajemen perusahaan untuk menyusun perencanaan, koordinasi, dan pengendalian kegiatan perusahaan. Anggaran merupakan alat kendali untuk mengukur kinerja sehingga kinerja dimasa yang akan datang dapat diperbaiki, pada awal periode anggaran merupakan rencana dan pada akhir periode dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur efektivitas kinerja. (K. Shim Jae. 2000;12)

Dalam membangun sebuah bisnis, keuntungan dan keberhasilan menjadi faktor yang diutamakan. Tak heran jika perusahaan atau bisnis betul – betul memperhitungkan segala faktor. Mulai dari modal, pengeluaran anggaran, hingga mencari orang-orang yang berkompeten untuk membuat bisnis dapat berkembang. Namun, keberhasilan dari suatu bisnis tidak terlepas dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Konsumen yang puas tentu akan meningkatkan penjualan dari perusahaan. Baik secara langsung maupun tidak langsung, kepuasan konsumen akan berdampak positif bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian atau menggunakan jasa secara kontinyu. Yang menyebabkan penjualan atau pemakaian produk semakin

meningkat. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan untuk memperhatikan konsumen. Tidak hanya memperhatikan keuntungan yang dibuat oleh perusahaan. Sehingga keberlangsungan usaha akan terus terjaga. Oleh karena itu Selain penganggaran produksi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, perusahaan juga harus mempertimbangkan kepuasan konsumen yang akan didapat dari sebuah produk yang sudah di hasilkan oleh perusahaan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatasdiatas maka perumuaan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah penganggaran produksi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen ?
2. Apa saja faktor faktor yang harus dilakukan agar mencapai kepuasan konsumen tersebut dengan menggunakan penganggaran perusahaan?

C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan penulis ,dan didapatkan hasil yang sesuai dengan judul penulisan ini maka penulis memberikan batasan masalah hanya pada Anggaran produksi dan kepuasan konsumen.

D. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan ini dilakukan adalah untuk

1. Untuk mengetahui tentang anggaran produksi yang ada pada perusahaan

2. Untuk mengetahui apa saja faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada pada perusahaan tersebut
3. Untuk menggambarkan peran anggaran produksi pada kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Anggaran Produksi

Agar tujuan perusahaan tercapai dibutuhkan suatu rencana dan pedoman kerja , sehingga pelaksanaan tugas dan kegiatan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan kondisi perusahaan . Semua ini tertuang dalam penganggaran perusahaan. Pembuatan penganggaran perusahaan ini melibatkan seluruh karyawan yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Contoh bagian produksi terlibat dalam membuat anggaran produksi. Anggaran produksi merencanakan dan mengendalikan kegiatan produksi perusahaan yang berhubungan dengan produk yang dihasilkan sesuai dengan kemampuan perusahaan. Ada beberapa hal yang dapat membuat suatu proses produksi dapat berjalan dengan baik. Diantaranya perusahaan perlu membuat perencanaan yang baik, yaitu rencana kegiatan yang disusun dalam anggaran perusahaan pada periode yang akan datang. Dengan Anggaran produksi yang tepat perusahaan dapat menghasilkan produk yang digemari konsumen , karena konsumen merasa puas dengan produk perusahaan.

Untuk lebih memahami pengertian anggaran maka akan dikemukakan oleh beberapa para ahli tentang pengertian anggaran. Menurut Julita, dkk (2014, hal 7) “anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan”. Sedangkan Menurut Rudianto (2009, hal 3) menyatakan bahwa “anggaran adalah rencana kerja organisasi

dimasa mendatang yang diwujudkan dalam bentuk kuantitatif, formal, dan sistematis”.

Menurut Darsono dan Ari Purwanti (2017, hal 1) menyatakan bahwa “anggaran adalah rencana kerja yang dituangkan dalam angka-angka keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang”. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran adalah rencana kegiatan kerja yang dituangkan dalam angka-angka keuangan yang disusun secara sistematis berdasarkan program yang telah disahkan untuk masa yang akan datang.

a. Pengertian Anggaran Produksi

- Menurut Adisaputro & Gunawan (2010)

Anggaran produksi adalah anggaran dalam arti yang luas berupa penjabaran dari rencana dan penjualan menjadi rencana produksi dalam arti sempit disebut juga sebagai anggaran jumlah yang harus diproduksi dalam suatu perencanaan tingkat atau volume barang yang harus diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang direncanakan.

- Menurut Darmanegara (2010:80)

Anggaran produksi adalah suatu pernyataan dari hasil produk dan umumnya diungkapkan dalam unit.

b. Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Produksi

- Faktor Intern

1) Penjualan tahun-tahun sebelumnya

- 2) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan harga jual, syarat pembayaran barang yang dijual, pemilihan saluran distribusi, dan sebagainya
 - 3) Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan
 - 4) Tenaga kerja yang dimiliki perusahaan, baik jumlahnya (kuantitas) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitas)
 - 5) Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan.
- Faktor Ekstern
 - 1) Adanya persaingan
 - 2) Tingkat pertumbuhan penduduk
 - 3) Tingkat penghasilan masyarakat
 - 4) Berbagai kebijakan pemerintah, baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan
 - 5) Keadaan perekonomian nasional maupun internasional, kemajuan teknologi, dan sebagainya.

c. Tujuan dan Manfaat Anggaran dan Anggaran Produksi

- Tujuan Anggaran
 - 1) Untuk menyatakan harapan atau sasaran perusahaan secara jelas dan formal, sehingga bisa menghindari keracunan dan memberikan arah terhadap apa yang hendak dicapai manajemen.
 - 2) Untuk mengkomunikasikan harapan manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran dimengerti, didukung dan dilaksanakan.

- 3) Untuk menyediakan rencana terinci mengenai aktivitas dengan maksud mengurangi ketidakpastian dan memberikan pengarahan yang jelas bagi individu dan kelompok dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.
 - 4) Untuk mengkoordinasikan cara atau metode yang akan ditempuh dalam rangka memaksimalkan sumber daya.
 - 5) Untuk menyediakan alat pengukur dan mengendalikan kinerja individu dan kelompok, serta menyediakan informasi yang mendasari perlu tidaknya tindakan koreksi.
- Manfaat Anggaran
 - 1) Perencanaan kegiatan organisasi pusat atau pusat pertanggung jawaban dalam jangka pendek.
 - 2) Membantu mengkoordinasikan rencana jangka pendek.
 - 3) Alat komunikasi rencana kepada berbagai manajer pusat pertanggung jawaban.
 - 4) Alat untuk memotivasi para manajer untuk mencapai tujuan pusat pertanggung jawaban yang dipimpinnya
 - 5) Alat mengendalikan kegiatan dan penilaian prestasi pusat-pusat pertanggung jawaban dan para manajernya.
 - 6) Alat pendidikan para manajer.
 - Tujuan Anggaran Produksi
 - 1) Menunjang kegiatan-kegiatan penjualan sehingga barang dapat disediakan sesuai dengan yang telah direncanakan

- 2) Menjaga tingkat persediaan yang memadai
 - 3) Mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya-biaya produksi barang yang dihasilkan akan seminimal mungkin
- Manfaat Anggaran Produksi
 - 1) Sebagai alat perencanaan produksi dalam suatu perusahaan.
 - 2) Sebagai alat pengkoordinasian apabila dalam perusahaan memiliki anggaran produksi yang telah disusun dengan baik.
 - 3) Sebagai alat pengawasan agar biaya atau anggaran produksi berjalan dengan baik dan tepat sesuai dengan tujuan perusahaan.

2.2 Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

- Menurut Barsky Lovelock dan Wirtz (2011:74)

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi oleh konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.
- Menurut Tse & Wilton (1988) dalam Tjiptjono (2012:311)

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipresepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (*importance*), kinerja dan faktor ideal

- Menurut Tjiptono (2012:301)

Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. .

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Konsumen 1) Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa.

2) Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut.

3) Harga

Harga menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli.

4) Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

c. Dimensi Kepuasan Konsumen

Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen atau pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Dimensi kepuasan konsumen terdiri dari :

- 1) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan
- 2) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau sikap ramah staff layanan terhadap pelanggan
- 3) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama
- 4) Meminta para konsumen atau pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan

manfaat (benefits) bagi pelanggan. Dalam kaitannya dengan kepuasan Konsumen/pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam kasus pemasaran barang, ada delapan dimensi utama yang biasanya digunakan (menurut Gregorius Chandra 2002), yaitu:

- 1) Kinerja (performance): Karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya kecepatan pengiriman barang, serta jaminan keselamatan barang.
- 2) Fitur (features): arakteristik pelengkap khusus yang dapat mnambah pengalaman pemakaian produk, contohhya minuman gratis pada saat penerbangan.
- 3) Reliabilitas, yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan, semakin andal produk bersangkutan.
- 4) Konformasi (conformance), yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api.
- 5) Daya Tahan (Durability), yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk.
- 6) Serviceability, yaitu kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.

- 7) Estetika (aesthetics), menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indrea (rasa, bau, suara dst).
- 8) Persepsi terhadap kualitas (perceived quality), yaitu kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.misal BMW, SONY dll.

d. Bentuk Kepuasan Konsumen

Bentuk kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu fungsional dan psikologikal

- Fungsional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pelanggan dari fungsi pemakaian produk

Contoh : Minum karena haus, Makan karena lapar dll

- Psikologikal

Kepuasan konsumen yang diperoleh tidak berwujud atau tidak memiliki fisik.

Contoh : Perasaan bahagia karena mendapatkan *console* permainan mahal yang tidak banyak orang miliki.

2.3 Hubungan Anggaran Produksi terhadap Kepuasan Konsumen

Anggaran produksi berhubungan dengan kepuasan konsumen dapat dilihat dari tujuan anggaran produksi sendiri yang telah dibahas diatas dan terdiri dari 4 poin yaitu, 1) Menunjang kegiatan-kegiatan penjualan sehingga barang

dapat disediakan sesuai dengan yang telah direncanakan, hal tersebut berhubungan dengan kepuasan konsumen karena konsumen yang akan mengkonsumsi produk atau memakai jasa pada suatu perusahaan tersebut sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan sesuai kebutuhan konsumen. 2) Menjaga tingkat persediaan yang memadai, tingkat persediaan produk ataupun jasa pada suatu perusahaan berhubungan dengan kepuasan konsumen dikarenakan jika seorang konsumen sedang memerlukan sebuah produk maupun jasa dan perusahaan tersebut menyediakan apa yang dibutuhkan konsumen tersebut maka akan menimbulkan kepuasan pada konsumen tersebut dan akan membuat konsumen bersikap loyal terhadap perusahaan tersebut. 3) Mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya-biaya produksi barang yang dihasilkan akan seminimal mungkin, jika biaya produksi yang dikeluarkan seminimal mungkin maka akan berdampak pada harga barang yang dihasilkan, maka dari itu harga sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Bolton et al. (2003) mengemukakan bahwa pelanggan membentuk suatu persepsi dimana biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa bisa diterima dengan pembelian harga yang wajar sehingga kenormalan harga dapat membentuk kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Manus, dkk (2015) menjelaskan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya konsumen menganggap harga sebagai salah satu pertimbangan utama untuk menggunakan operator seluler, jadi semakin terjangkau harga yang

ditawarkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Dalam TRA, suatu individu akan merasakan kepuasan dengan dipengaruhi berbagai aspek yang berbeda-beda. Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dari segi harga untuk mendapatkan suatu barang. Sehingga jika harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan maka muncul suatu rasa puas pada konsumen setelah membelinya.

Kotler dan Keller (2009:140) berpendapat bahwa pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama atau jangka panjang, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu mementingkan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal baru.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Analisa dan Pembahasan Anggaran Produksi

Pada pembahasan bab sebelumnya penulis sudah mengemukakan teori yang menjelaskan anggaran produksi dengan kepuasan konsumen. Untuk mempermudah pemahaman kita pada pembahasan diatas penulis menggunakan contoh penelitian yang telah dilakukan oleh (Purnomo Edi Setyo : 2017) yang bertujuan untuk mengetahui peran kualitas produk terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks”. Selain itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks” hal ini dapat di korelasikan terhadap anggaran produksi yang tentunya akan berpengaruh terhadap kualitas produk dan berdampak pada kepuasan konsumen.

Anggaran produksi haruslah dapat di ukur dengan jelas, termasuk juga dalam penyusunan anggaran produksi tersebut. Oleh sebab itu anggaran produksi “Best Autoworks” harus disajikan dalam bentuk kuantitatif dan dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan barang. Pada saat menjalankan anggaran produksi terdapat berbagai faktor internal yang mempengaruhi anggaran produksi meliputi laporan penjualan tahun lalu, anggaran persediaan produk jadi, kapasitas produksi, Sumber daya manusia, dan sumber daya modal.

Selain faktor internal penyusunan anggaran produksi juga dipengaruhi oleh faktor faktor seperti tingkat pendidikan masyarakat, tingkat penghasilan masyarakat, penyebaran penduduk, agama, budaya, kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, serta keadaan ekonomi nasional maupun internasional.

3.2 Kepuasan Konsumen

Seperti apa yang telah disampaikan diatas, kepuasan konsumen bergantung pada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu diantaranya:

1. Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut.

3. Harga

Harga menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Dengan pernyataan diatas dapat dianalisa bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan apa yang telah saya tulis di atas yang menunjukkan bahwa anggaran produksi akan mempengaruhi harga pada produk yang akan dijual. Harga jual sebuah produk yang akan dijual tergantung pada anggaran produksi yang dikeluarkan. Anggaran produksi dipengaruhi oleh beberapa hal seperti yang telah dituliskan diatas, yaitu terbagi dalam faktor internal dan eksternal.

Faktor Internal yang pertama yaitu, Penjualan tahun-tahun sebelumnya, dalam hal ini penjualan tahun sebelumnya menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi anggaran produksi yang akan disusun untuk tahun berikutnya agar dapat meningkatkan penjualan ditahun-tahun berikutnya dengan strategi yang tepat dan anggaran produksi yang efektif.

Kedua, Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan harga jual, syarat pembayaran barang yang dijual, pemilihan saluran distribusi, dan sebagainya, dalam hal ini kebijakan digunakan sebagai pedoman dalam membuat atau menyusun sebuah anggaran produksi agar sesuai dengan tujuan perusahaan best autoworks dan memenuhi segala syarat yang telah ditentukan oleh perusahaan itu sendiri.

Ketiga, Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan, best autoworks harus memperhatikan kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan agar

perusahaan tersebut tidak melampaui batas yang dimiliki perusahaan agar dalam pembuatan anggaran produksi berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan oleh best autoworks mendapatkan kualitas yang maksimal karena dikerjakan dengan baik sesuai dengan kapasitas yang dimiliki oleh perusahaan dan tentunya hal tersebut dapat dijadikan acuan perusahaan agar menghasilkan produk yang jumlahnya atau kuantitasnya maksimal dan dapat bekerja secara efektif dan efisien yang dapat menimbulkan kepuasan pada konsumen .

Keempat, Tenaga kerja yang dimiliki perusahaan, baik jumlahnya (kuantitas) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitas), tenaga kerja juga menjadi faktor yang sangat perlu diperhatikan karena jika jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh best autoworks memiliki jumlah yang cukup dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan maka hal tersebutlah yang menjadi penyusunan anggaran produksi berjalan dengan baik dan akan mendorong produksi yang akan menghasilkan produk yang jumlahnya banyak, tidak hanya itu yang harus diperhatikan namun keterampilan dan keahlian yang baik akan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan oleh tenaga kerja untuk dijual kepada konsumen memiliki kualitas yang terbaik yang berdampak pada kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan best autoworks.

Kelima, Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan. Faktor internal yang terakhir ini tidak kalah penting karena fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan best autoworks menjadi faktor dalam menyusun anggaran

produksi dan akan berdampak pada kinerja perusahaan, baik dari tenaga kerja yang bekerja dalam perusahaan tersebut maupun kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Jika fasilitas yang dimiliki perusahaan seperti contohnya best autoworks ini menyediakan fasilitas yang modern dan canggih yang digunakan dalam proses produksi.

Berikutnya selain faktor internal yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran produksi terdapat juga faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penyusunan anggaran produksi pada perusahaan best autoworks

Faktor eksternal yang pertama yaitu, adanya persaingan. Di Indonesia terdapat berbagai perusahaan yang menyediakan produk otomotif namun best autoworks ini berkembang dengan baik di Indonesia karena perusahaan ini memiliki strategi yang baik dan dapat menangani saingan dengan baik sehingga dapat bertahan di persaingan pasar bisnis otomotif di Indonesia.

Kedua, tingkat pertumbuhan penduduk menjadi salah satu faktor eksternal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan anggaran produksi, hal tersebut terjadi karena semakin banyaknya pertumbuhan penduduk maka produk yang diperlukan akan semakin banyak, hal tersebut di iringi dengan perkembangan jaman yang semakin lama semakin canggih lalu kemajuan teknologi dan transportasi di Indonesia semakin maju dan berkembang. Hal tersebut menjadi perhatian dari perusahaan best autoworks untuk selalu memperhatikan tingkat penduduk agar dapat menyesuaikan dengan jumlah produk yang akan dibuat sesuai dengan permintaan pasar di Indonesia.

Ketiga, tingkat penghasilan masyarakat juga tidak luput dari perhatian dikarenakan penghasilan masyarakat menjadi faktor yang penting dalam menentukan harga produk yang akan dijual, best autoworks ini memperhatikan hal tersebut karena jika anggaran produksi tinggi maka akan menimbulkan harga jual yang tinggi maka dari itu perusahaan ini memiliki strategi untuk menyusun anggaran produksi yang telah dipertimbangkan dengan penghasilan masyarakat di Indonesia.

Keempat, Berbagai kebijakan pemerintah, baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan. Sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi produk otomotif di Indonesia maka best autoworks selalu mengikuti berbagai kebijakan pemerintah di Indonesia dari berbagai bidang baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan. Hal tersebut diperhatikan karena menjadi salah satu faktor yang penting untuk kelangsungan perusahaan yang beroperasi di Indonesia.

Kelima, Keadaan perekonomian nasional maupun internasional, kemajuan teknologi, dan sebagainya. Best autoworks sangat memperhatikan keadaan perekonomian baik nasional maupun internasional dikarenakan bisnis yang bergerak pada bidang otomotif ini dapat dipengaruhi oleh keadaan perekonomian. Kemajuan teknologi juga menjadi pendorong perusahaan untuk senantiasa menjadi perusahaan yang terbaik dan tidak ketinggalan jaman. Seiring berkembangnya waktu teknologi akan semakin berkembang maka produk yang dihasilkan juga harus memiliki inovasi yang semakin maju dan terus berkembang. Dan hal tersebut lah dihasilkan karena

adanya anggaran produksi yang tepat dan telah disusun oleh perusahaan best autoworks.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis otomotif di Indonesia, kebutuhan transportasi di dalam negeri terus meningkat, diikuti dengan bertumbuhnya jumlah penduduk tiap tahun. Salah satu pendorong industri alat transportasi darat adalah meningkatnya kebutuhan alat transportasi penumpang (mobil). Pertumbuhan jumlah penduduk dan kondisi ekonomi yang positif memacu kenaikan permintaan transportasi darat (Kemenperin 2016). Penjualan kendaraan roda empat diprediksi akan kembali menguat dan mengalami peningkatan pada tahun 2016. Penjualan pada industri otomotif bahkan bisa mencapai angka lebih dari 1,2 juta unit pada tahun 2016 (suaranews.com). Dari data yang diperoleh dari sumber Gaikindo dapat diketahui bahwa sejak tahun 2008 – 2015, jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus bertambah (Tabel 1.1).

Faktor lain yang menyebabkan penjualan mobil di Indonesia juga semakin tinggi dikarenakan semakin banyak mobil yang ditawarkan tergolong terjangkau (LCGC). Low-cost green car (LCGC) adalah mobil dengan harga terjangkau, dan efisien menggunakan bahan bakar, yang diperkenalkan ke pasar Indonesia di akhir 2013 setelah Pemerintah telah menawarkan insentif-insentif pajak untuk para pemanufaktur mobil yang memenuhi persyaratan-persyaratan untuk target efisiensi BBM. Mobil-mobil LCGC biasanya memiliki harga kira-kira Rp 100 juta membuat mobil-mobil ini menarik untuk segmen kelas menengah ke bawah yang berjumlah besar di

negara ini. Menjelang implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di akhir 2015, Pemerintah Indonesia ingin membuat Indonesia menjadi pusat regional untuk produksi mobil-mobil LCGC (indonesia-investments.com). Penjualan mobil yang meningkat tentunya memberikan peluang positif bagi para perilaku usaha yang terkait dengan bidang mobil yaitu bengkel mobil.

Salah satu bidang usaha yang mendapatkan dampak positif terkait dengan bengkel mobil adalah usaha modifikasi dan penjualan aksesoris mobil. Berbagai macam pilihan aksesoris dan jasa modifikasi kendaraan bermotor yang senantiasa dicari konsumen adalah alat penghemat BBM, modifikasi jok mobil maupun motor, modifikasi audio mobil, jasa lukis mobil dan motor, jasa pemasangan stiker (skotlet), velg dan ban (Sumber: www.dawaihati.com). Best Autoworks merupakan perusahaan yang bergerak di dunia otomotif yang menjual berbagai macam velg dan ban mobil. Best Autoworks melayani jual atau beli produk velg baru maupun bekas, ban baru & bekas, pemasangan kaca film, jasa pemasangan coil over dan peer mobil, pengecatan & perbaikan velg dan aksesoris. Target pasar Best Autoworks merupakan para pecinta otomotif mobil yaitu pemuda-pemudi hingga orang tua. Segmentasi pasar Best Autoworks merupakan kalangan menengah ke atas.

Weenas (2013:608) menjelaskan tentang perkembangan dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi

pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Selain itu, konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya (Weenas, 2013:608). Masih menurut Weenas (2013:608), dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan kualitas produk perlu ditinjau dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Sejauh ini, Best Autoworks berusaha untuk memperhatikan permasalahan kualitas dari produk yang dijual kepada para konsumen. Beberapa upaya yang dilakukan Best Autoworks adalah dengan cara memilih supplier yang berkualitas dan bertanggung jawab.

Purnamasari (2015:3) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Masih menurut (Purnamasari 2015:3), dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan harga perlu juga ditinjau kaitannya dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks. Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa

hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks. Namun, hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar 0,054. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya.

3.3 Peran Anggaran Produksi pada kepuasan Konsumen

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diatas menunjukkan bahwa best autoworks mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks” hal ini dapat di korelasikan terhadap anggaran produksi yang tentunya akan berpengaruh terhadap kualitas produk dan berdampak pada kepuasan konsumen. Analisis ini dilakukan berdasarkan teori yang telah ditulis pada bab sebelumnya, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran produksi yang berhubungan dengan harga jual sampai dengan hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selain itu juga terdapat berbagai strategi yang dilakukan oleh best autoworks untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Berikut ada juga beberapa prosedur dan kebijakan dalam penyusunan anggaran produksi agar efektif :

1. Penyusunan anggaran produksi yang dilakukan setahun sekali secara triwulanan.
2. Pada saat menyusun anggaran produksi, perusahaan menganalisis faktor faktor intern, seperti informasi-informasi di masa lalu, serta perubahan lingkungan eksternal.
3. Kegiatan produksi dikoordinasi dan diawasi langsung oleh manajer produksi.
4. Setiap bagian yang terkait selalu mengkomunikasikan rencana kegiatan mereka kepada berbagai manajer pusat pertanggungjawaban didalam proses penyusunan anggarannya.
5. Direktur utama selalu mengkomunikasikan mengenai maksud dan tujuan target jangka panjang yang harus dicapai perusahaan kepada setiap bagian yang terkait didalam proses pembuatan anggaran.
6. Manajer produksi membuat usulan anggaran produksi berdasarkan usulan anggaran penjualan, setelah anggaran produksi selesai dibuat untuk mengetahui efektifitas biaya produksi, maka manajer produksi membuat pula anggaran mengenai biaya-biaya yang diperlukan didalam berlangsungnya proses produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Usulan anggaran telah dapat ditetapkan jika memperoleh pengesahan dari direktur utama. Apabila ternyata usulan tersebut belum dapat disahkan, maka manajer produksi perlu menganalisis kembali untuk dilakukan revisi.

7. Anggaran hanya dapat diubah, jika perusahaan dalam situasi khusus.

Berikut ada beberapa hal yang dapat dilihat apakah anggaran produksi mempengaruhi efektifitas biaya produksi yang menjadi acuan pada perusahaan:

1. Sebelum melakukan kegiatan produksi perusahaan menetapkan terlebih dahulu anggaran penjualan yang harus dicapai perusahaan, dimana besar kecilnya penjualan mempengaruhi besar kecilnya unit yang harus di produksi.
2. Dari hasil anggaran produksi perusahaan dapat menentukan berapa besar kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan produksi. setelah kebutuhan bahan baku yang diperlukan telah dapat ditentukan, maka selanjutnya adalah penentuan berapa besar anggaran biaya yang harus dikeluarkan untuk pembelian bahan baku tersebut.
3. Berdasarkan anggaran produksi dapat pula dihitung berapa besar anggaran biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan.
4. Dan berdasarkan anggaran produksi pula dapat dihitung berapa besar anggaran biaya overhead pabrik yang harus dikeluarkan, karena untuk menghitung biaya-biaya yang ada di dalam anggaran biaya overhead pabrik, misalnya seperti biaya gaji lembur, biaya bahan bakar, dan biaya pemeliharaan mesin didasarkan kepada berapa banyak kebutuhan unit yang harus diproduksi serta berapa banyak kebutuhan bahan bakunya untuk memenuhi kebutuhan produksinya.

5. Perusahaan melakukan evaluasi dengan membandingkan realisasi penjualan, realisasi produksi, realisasi biaya bahan baku, realisasi pembelian bahan baku, realisasi biaya tenaga kerja langsung, dan realisasi biaya overhead pabrik dengan anggaran masing-masing yang telah ditetapkan sebelumnya.
6. Dengan membandingkan anggaran dengan realisasinya, maka dapat diketahui apakah terjadi penyimpangan yang positif atau negatif didalam pelaksanaannya, seperti pada triwulan III tahun 2009 terjadi kerusakan mesin sehingga menimbulkan realisasi penjualan tidak dapat memenuhi target yang dianggarkan.
7. Setelah diketahui faktor-faktor yang menyebabkan penyimpangan, terutama penyimpangan yang negatif bagi perusahaan, terlebih lagi jika penyimpangan terjadi pada biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, maka perusahaan dapat dengan cepat melakukan tindakan perbaikan. Karena penyimpangan negatif yang terlalu besar pada biaya produksi maka akan dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Pada intinya anggaran produksi secara efektif mempengaruhi biaya produksi yang berdampak pada harga jual produk yang akan diterima konsumen dan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari pembahasan diatas kita mendapat gambaran yang jelas tentang Anggaran produksi dan kepuasan konsumen yang didukung oleh teori teori yang ada dan analisa diskriptif yang dilakukan oleh penulis dapat menggambarkan peran anggaran produksi pada kepuasan konsumen .

Anggaran produksi pada dasarnya dilakukan perusahaan untuk dapat merencanakan dan mengendalikan produksi perusahaan dengan baik , sehingga perusahaan dapat memperoleh optimalisasi produksi dalm kegiatannya. Hal ini dilakukan oleh pimpinan perusahaan agar dapat bersaing dan bertahan pada kondisi apapun yang dihadapi oleh perusahaan .

Kepuasan konsumen dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk menjadi pedoman kerja kegiatan produksi , sehingga kegiatan produksi memiliki arah yang akan dicapai bagi keberhasilan kegiatan produksi dalam menjalankan tugasnya , nantinya inilah yang menjadi ukuran keberhasilan kegiatan produksi dalam menjalankan tugasnya.

Untuk melihat peran anggaran produksi pada kepuasan konsumen penulis menggunakan contoh kasus pada perusahaan yang bernama “BEST AUTOWORKS” dimana didalam proses penganggarannya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan pada dasarnya terdapat faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut.

Faktor faktor yang mempegaruhi kepuasan konsumen :

1. Pelayanan
2. Kualitas Produk
3. Harga
4. Promosi

Dalam faktor faktor diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga & kualitas produk, harga & kualitas produk menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen. Berdasarkan pembahasan menunjukkan bahwa anggaran produksi akan mempengaruhi harga pada produk yang akan dijual. Begitupun sebaliknya sebuah produk yang akan dijual mempengaruhi anggaran produksi.

Terdapat faktor internal dan eksternal yang memperngaruhi anggaran produksi yaitu :

Faktor Internal : Penjualan ditahun sebelumnya, Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan harga jual, Kapasitas produksi yang di miliki oleh perusahaan, Tenaga Kerja yang dimiliki oleh perusahaan, Fasilitas fasilitas yang mendukung aktivitas produksi.

Faktor Eksternal : Adanya persaingan, Tingkat pertumbuhan penduduk, Tingkat penghasilan masyarakat, Berbagai Kebijakan pemerintah, Keadaan ekonomi nasional maupun internasional

Dari faktor faktor yang di sebutkan diatas merupakan faktor yang membuat harga adalah salah satu faktor penting dan dalam membuat suatu harga dapat

memperhatikan berbagai faktor diatas, sehingga diperoleh harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maka.

Dalam penyusunan anggaran produksi “BEST AUTOWORKS” melakukan strategi, melakukan sejumlah prosedur dan kebijakan agar penyusunan anggaran produksi tetap efektif. Begitupun dengan anggaran produksi mempengaruhi efektifitas biaya produksi sebagai acuan perusahaan.

Pada intinya anggaran produksi secara efektif mempengaruhi biaya produksi yang berdampak pada harga jual produk yang akan diterima konsumen dan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

4.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas pelaksanaan Anggaran produksi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen melalui harga dan mutu produk. Tapi kepuasan konsumen tidak hanya tergantung pada harga dan mutu tapi juga perlu diperhatikan faktor pelayanan dan promosi. Oleh sebab itu perusahaan perlu memperhatikan faktor ini , seperti memberikan pelayanan After Sales yang bagus didalam setiap pembelian produknya, terdapat tulisan “Jika terjadi Masalah dengan laptop ini Hubungi nomer yang tertera maka Teknisi kami akan melayani anda 24 Jam”. sehingga konsumen merasa aman dengan produk yang telah dibelinya. Disamping itu gencar melakukan promosi yang bersifat memberi informasi dan pendidikan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan . Semua kegiatan yang akan dilakukan perusahaan untuk kepuasan konsumen ini harus didukung oleh anggaran produksi yang baik dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan., dan Asri, Marwan.2010. Anggaran Perusahaan, BPFE, Yogyakarta.
- Angelia, Vivian., 2015. “Penyusunan Anggaran Operasional Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian pada Home Made Industri ”. Yogyakarta.
- Husnayetti., 2013. “Anggaran Penjualan dan Pengendalian Tingkat Produksi ”. Jakarta.
- Kotler, Philip. and Keller, L. Kevin. 2012. “Marketing Management”, 14th Edition. New York: Pearson Education Limited..
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2013), Marketing Management, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Lovelock, Christopher. and Wirtz, Jochen. 2011. “Services Marketing: “People, Technology, Strategy”, 7th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Tjiptono, Fandy.1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: bayumedia publishing.
- Tse dan Wilton (1988). Kepuasan Pelanggan, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Anthony, Robert N dan D. Young. (2003). Management Control in Nonprofit Organization. New York: McGraw-Hill Companies.
- Ahyari, Agus. (2002). Manajemen Produksi: Pengendalian Produksi. Edisi Keempat, Yogyakarta : BPFE Universitas Gajah Mada.
- Assauri, Sofyan. (1993). Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Keempat, Jakarta: FE UI.
- Gasperz, Vincent. (1998). Manajemen Produktivitas Total, Strategi Peningkatan Produktivitas Bisnis Global. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Budgeting : Pedoman Lengkap, Langkah-Langkah Penganggaran. Jakarta : Erlangga.
- Soekanto, Reksohadiprodjo dan Indriyo Gito Sudarmo. (1999). Manajemen Produksi. Edisi Keempat, Yogyakarta: BPFE.