

PROPOSAL
PENGABDIAN MASYARAKAT
PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN
MELALUI
ANGGARAN PENJUALAN



Disampaikan Oleh:

Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)

Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)

DR. H. M. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)

Malikuddin Sembiring, S.E, M.M (0304056902)

Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)

Eka Budi Yulianti, S.E, M.Ak (0312078101)

UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
Jln. TB. Simatupang No. 152 Pasar Minggu
JAKARTA

PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI ANGGARAN PENJUALAN

A. Pendahuluan

Penjualan sangat penting bagi perusahaan oleh karena dengan penjualan ini perusahaan akan memperoleh profit atau laba sehingga perusahaan bisa bertahan dan dapat menunjukkan bahwa perusahaan masih ada atau eksistensinya dan sebaliknya tanpa penjualan perusahaan tidak menghasilkan pendapatan dan pada akhirnya tutup perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus memperhatikan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai tujuan bisnisnya.

Penjualan adalah proses pertukaran nilai antara dua pihak yaitu pembeli dan penjual, dimana penjual menawarkan produk kepada pembeli dengan harapan memperoleh imbalan berupa uang atau bentuk pembayaran lainnya sedangkan pembeli adalah pihak yang membutuhkan produk tersebut dengan mengorbankan sejumlah uang.

Secara sederhana penjualan dapat diartikan sebagai proses penjualan produk atau jasa kepada konsumen, yang aktivitas ini dilakukan untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dan upaya untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Laba merupakan tujuan umum keberadaan setiap perusahaan, maka laba usaha adalah elemen penting yang menggerakkan seluruh aktivitas produktif di dalam suatu perusahaan. Aktivitas produktif suatu perusahaan industri dimulai dari memproduksi produk hingga menjual produk tersebut. Dalam memproses produksi hendaknya disesuaikan dengan volume penjualan yang direncanakan supaya efisien dan efektif. Untuk menghasilkan laba perusahaan harus menjual produk ke konsumen yang disebut dengan penjualan. Sebelum melakukan kegiatan produksi sebaiknya menentukan volume penjualan yang harus dijual melalui anggaran penjualan.

Anggaran penjualan adalah rencana kerja yang merupakan prediksi volume penjualan yang dilakukan perusahaan. Anggaran penjual sangat penting bagi perusahaan karena anggaran ini membantu untuk merencanakan dan memantau pendapatan. Dengan anggaran penjualan ini memungkinkan suatu bisnis untuk menetapkan tujuan pendapatan dan memahami bagaimana mencapainya selain itu anggaran penjualan dapat membantu

untuk membuat suatu keputusan yang lebih baik tentang investasi, perencanaan sumber daya, strategi pemasaran dan secara keseluruhan anggaran penjualan dapat digunakan untuk mencapai kesuksesan maupun pertumbuhan suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka kami membuat penyuluhan ini dengan topik :
"Penentuan Volume Penjualan Melalui Anggaran Penjualan".

B. Landasan Teori

1. Penjualan

Kegiatan penjualan adalah aktivitas yang paling aktif pada perusahaan, aktivitas ini dapat menentukan bahwa perusahaan itu dikatakan perusahaan yang baik dan bagus karena berpotensi memperoleh laba, selain itu dapat dikatakan perusahaan ini mempunyai kinerja yang sangat baik. Ada aspek penting dalam penjualan yaitu :

- a. Pertukaran nilai, melibatkan pertukaran sesuatu yang bernilai, baik berupa barang, jasa, atau bahkan ide
- b. Penjual dan Pembeli, terdapat dua belah pihak terlibat dalam proses penjualan yaitu penjual yang menawarkan dan pembeli yang menerima produk
- c. Tujuan, tujuan utama dari penjualan adalah mendapatkan keuntungan bagi penjual, peningkatan pangsa pasar, atau tujuan lainnya
- d. Proses, penjualan melibatkan serangkaian langkah, mulai dari indentifikasi kebutuhan pembeli, presentasi produk, negosiasi, hingga penutupan transaksi.

Pada masa kini yaitu zaman globalisasi aktivitas penjualan dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti :

- a. Penjualan langsung yaitu penjual langsung bertemu dengan pembeli dan melakukan presentasi produk secara langsung dan terjadilah transaksi
- b. Penjualan tidak langsung yaitu penjual menggunakan perantara seperti agen atau distributor untuk menjual produknya
- c. Penjualan Online yaitu penjual menjual produknya melalui platform online seperti website atau marketplace.

Pengertian menurut para ahli diantaranya adalah menurut Mulyadi (2010;202) :

“ Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa baik kredit maupun tunai”.

Menurut Basu Swasta (2014;246) :

“ Penjualan adalah proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli”.

Menurut Soemarsono (2009; 160) :

“Penjualan adalah jumlah dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan”.

Dari pengertian para ahli di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan merupakan proses pertukaran antara penjual dan pembeli, dimana dalam proses pertukaran ini saling menguntungkan antara dua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Maka penjualan adalah proses menghasilkan pendapatan dengan menjual barang atau jasa kepada konsumen

Tujuan utama dari penjualan adalah untuk memperoleh pendapatan dengan menjual produk atau jasa kepada pelanggan. Ini merupakan aspek penting dari bisnis dan penjualan memainkan peranan penting dalam kesuksesan dan pertumbuhan suatu organisasi atau perusahaan.

2. Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan akan digunakan sebagai dasar menentukan volume atau jumlah penjualan, dengan mengetahui volume atau jumlah penjualan maka perusahaan bisa menentukan jumlah produk yang dihasilkan. Dengan menyusun anggaran penjualan yang realistis dan terukur, perusahaan dapat meningkatkan peluang untuk mencapai target penjualan dan meningkatkan kinerja bisnis secara menyeluruh. Adapun pengertian anggaran penjualan menurut Nafarin (2007;166) :

“Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang dinyatakan dalam angka-angka dari produk yang akan dijual perusahaan pada periode tertentu”.

Menurut Darsono dan Ari Purwanti (2010;15) :

“Anggaran penjualan ialah rencana pendapatan (revenue) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih”.

Menurut Rudianto (2009; 48) :

“Anggaran penjualan adalah rencana kerja perusahaan di masa mendatang pada suatu kurun waktu tertentu di bidang penjualan produk perusahaan”

Dari pengertian anggaran penjualan di atas maka dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan adalah rencana kerja yang merupakan perkiraan atau prediksi tentang jumlah penjualan yang diharapkan dapat dicapai oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu.

Penjualan adalah perpindahan produk dari penjual ke pembeli yang melibatkan indentifikasi pasar target, promosi termasuk penelitian pasar, menetapkan harga, serta membuat rencana volume penjualan.

2. Tujuan Anggaran Penjualan

Dalam penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan perusahaan tentunya mempunyai tujuan antara lain yaitu :

- a. Membantu perusahaan dalam menentukan target penjualan yang realistis dan terukur.
- b. Memberikan panduan bagi tim penjual dalam mencapai target yang telah ditetapkan.
- c. Membantu perusahaan dalam merencanakan dan mengalokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai target penjualan
- d. Memfasilitasi proses monitoring atau evaluasi kinerja penjualan

3. Manfaat Anggaran Penjualan

Dengan adanya anggaran penjualan yang telah dibuat perusahaan, sangat bermanfaat sekali bagi suatu perusahaan diantaranya :

- a. Meningkatkan koordinasi dan komunikasi antar departemen dalam perusahaan
- b. Membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik
- c. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional
- d. Memperkuat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan

4. Faktor-faktor Yang Mendasari Penyusunan Anggaran Penjualan

Sebelum menyusun anggaran penjualan sebaiknya perusahaan memperhatikan faktor-faktor yang mendasari penyusunan yaitu :

- a. Riwayat penjualan, yang merupakan data historis dapat memberikan gambaran tentang tren penjualan dan pola musiman.
- b. Kondisi pasar, yaitu merupakan faktor dari kondisi ekonomi, persaingan, dan tren konsumen dapat mempengaruhi penjualan.
- c. Strategi pemasaran, merupakan strategi dari pemasar yang diterapkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi jumlah penjualan yang diharapkan.
- d. Target pasar, perusahaan perlu menentukan target pasar yang tepat dan mengukur potensi penjualan di segmen pasar tersebut.

5. Pengelompokan Anggaran Penjualan.

Dalam penyusunan anggaran penjualan perusahaan dapat mengelompokkan berdasarkan beberapa variabel tertentu, yang saling terintegrasi satu dengan yang lainnya misalnya pengelompokan anggaran penjualan berdasarkan diantaranya :

- a. Wilayah pemasaran, volume penjualan berdasarkan target wilayah geografis tertentu misalnya untuk wilayah Bandung, Bogor dll
- b. Kelompok konsumen, volume penjualan berdasarkan kelompok yang ingin dijadikan sasaran penjualan seperti kelompok umur tertentu, jenis kelamin, tingkat pendapatan dll.
- c. Jenis Produksi, volume penjualan berdasarkan jenis produk yang dihasilkan perusahaan, misal perusahaan garmen dengan membagi target penjualan melalui jenis produk seperti celana panjang wanita, celana panjang pria atau celana anak-anak.
- d. Kelompok wiraniaga, volume penjualan berdasarkan dengan cara membagi target penjualan pada setiap wiraniaga yang dimiliki perusahaan.
- e. Waktu terjadinya penjualan, volume penjualan berdasarkan target waktu yang ingin dicapai seperti bulanan, triwulan, atau semester.

C. Pembahasan

Dalam menetapkan volume penjualan harus realistis, jangan terlalu tinggi sehingga sulit dicapai yang mengakibatkan frustrasi bagi yang menjalankannya, dan jangan terlalu rendah karena hal ini menyebabkan tidak optimalnya dalam memperoleh laba. Oleh sebab itu dalam menentukan volume penjualan melalui anggaran penjualan dengan terlebih dahulu. Dalam

menetapkan volume penjualan yang rasional dan realistis dapat dijual dalam suatu periode tertentu, maka perusahaan membuat anggaran penjualan terlebih dahulu dengan berdasarkan beberapa perhitungan seperti :

1. Penjualan tahun-tahun sebelumnya
 - a. Pertumbuhan rata-rata
 - b. Least square

2. Target pertumbuhan penjualan
 - a. Pertumbuhan volume penjualan
 - b. Pertumbuhan pangsa pasar

Bagian penjualan menginginkan target yg ditetapkan pada anggaran penjualan harus rasional dan realistis yaitu :

- a. Rasional artinya target harus menjelaskan sebab-sebab mengapa harus mencapai target tersebut.
- b. Realistis artinya target harus bias dicapai oleh tenaga penjual dengan dukungan sumber daya yang ada.

Untuk lebih jelas akan menggunakan contoh

PT. Garmenta Semesta memproduksi pakaian dengan merk "GS" yang beralamat di Jakarta, dan memproduksi pakaian anak laki-laki (PAL), pakaian anak perempuan (PAP), kemeja pria (KP), celana panjang pria (CPP), dan celana panjang wanita (CPW). Setiap wilayah pemasaran dipimpin oleh seorang manajer cabang. Pada tahun depan merencanakan menjual :

1. Pakaian anak-anak 10.000 stel dimana pakaian anak laki-laki(PAL) 60%, dan sisanya pakaian perempuan. Harga PAL Rp 30.000/ stel sedangkan PAP Rp 40.000.
2. Kemeja pria (KP) 15.000 unit dengan harga Rp 60.000
3. Celana panjang 20.000 unit dimana 70% celana panjang pria (CP) dan sisanya celana panjang wanita (CPW). Harga CP Rp 75.000 dan harga CPW Rp 85.000
4. Dari target penjualan diharapkan di Jakarta 30%, Jawa Barat 10%, Jawa Tengah 20% Jawa Timur 25% dan Bali 15%

5. Dari total penjualan tersebut dialokasikan 10% pada bulan Januari, Februari, September dan November. 15% pada bulan Oktober dan Desember dan 5% untuk bulan sisanya.
6. Perusahaan mempunyai 9 orang tenaga penjual dan target penjualan mereka terlihat pada tabel dibawah :

No	Nama Penjual	Wilayah	Target sales
1.	Ali	Jakarta	60%
2.	Benny	Jakarta	40%
3.	Chandra	Jawa Barat	70%
4.	Denny	Jawa Barat	30%
5.	Edison	Jawa Tengah	50%
6.	Fahri	Jawa Tengah	50%
7.	Herianto	Jawa Timur	60%
8.	Indrawan	Jawa Timur	40%
9.	Julianis	Bali	100%

Berdasarkan dat-data di atas, Anda dapat menentukan volume penjualan dengan anggaran penjualan berdasarkan kelompok variabel tertentu yaitu :

1. Anggaran penjualan berdasarkan jenis produk
2. Anggaran penjualan per wilayah pemasaran
3. Anggaran penjualan berdasarkan per periode waktu
4. Anggaran penjualan per tenaga penjual (wiraniaga)

Jawab :

1. Anggaran penjual berdasarkan jenis produk

Jenis produk (1)	Volume (2)	Harga (3)	Nilai (4)=2x3
Pakaian anak laki-laki (PAL)	6.000	Rp 30.000	Rp 180.000.000
Pakaian anak perempuan (PAP)	4.000	Rp 40.000	Rp 160.000.000
Kemeja pria (KP)	15.000	Rp 60.000	Rp 900.000.000
Celana panjang pria (CPP)	14.000	Rp 75.000	Rp 1.050.000.000
Celana panjang wanita (CPW)	6.000	Rp 85.000	Rp 510.000.000
Jumlah	45.000		Rp 2.800.000.000

Dari anggaran berdasarkan jenis produk maka dapat diketahui jumlah penjualan masing-masing produk adalah sbb :

- a. Pakaian anak laki-laki (PAL) = Rp 180.000.000
- b. Pakaian anak perempuan (PAP) = Rp 160.000.000
- c. Kemeja pria (KP) = Rp 900.000.000
- d. Celana panjang pria (CPP) = Rp 1.050.000.000
- e. Celana panjang wanita (CPW) = Rp 510.000.000

2. Anggaran per wilayah pemasaran

Jenis Produk (1)	Volume penjualan per Wilayah					Volume total (7)	Harga Per Unit (8)	Nilai Penjualan (9)=7x8
	Jakarta (2)	Jabar (3)	Jateng (4)	Jatim (5)	Bali (6)			
PAL	1.800	600	1.200	1.500	900	6.000	30.000	Rp 180.000.000
PAP	1.200	400	800	1.000	600	4.000	40.000	Rp 160.000.000
KP	4.500	1.500	3.000	3.750	2.250	15.000	60.000	Rp 900.000.000
CPP	4.200	1.400	2.800	3.500	2.100	14.000	75.000	Rp 1.050.000.000

CPW	1.800	600	1.200	1.500	900	6.000	85.000	Rp 510.000.000
Jumlah	13.500	4.500	9.000	11.250	6.750	45.000		Rp 2.800.000.000

Dari anggaran berdasarkan per wilayah pemasaran maka dapat diketahui jumlah penjualan masing-masing wilayah adalah sbb :

- a. Jakarta sebanyak 13.500 unit
- b. Jawa Barat sebanyak 4.500 unit
- c. Jawa Tengah sebanyak 9.000 unit
- d. Jawa Timur sebanyak 11.250
- e. Bali sebanyak 6.750 unit

3. Anggaran penjualan berdasarkan per periode

Bulan	PRODUK					
	PAL	PAP	KP	CPP	CPW	Jumlah per bulan
Januari (10%)	600	400	1.500	1.400	600	4.500
Februari (10%)	600	400	1.500	1.400	600	4.500
Maret (5%)	300	200	750	700	300	2.250
April (5%)	300	200	750	700	300	2.250
Mei (5%)	300	200	750	700	300	2.250
Juni (5%)	300	200	750	700	300	2.250
Juli (5%)	300	200	750	700	300	2.250
Agustus (5%)	300	200	750	700	300	2.250
September (10%)	600	400	1.500	1.400	600	4.500
Oktober (15%)	900	600	2.250	2.100	900	6.750
November (10%)	600	400	1.500	1.400	600	4.500
Desember (15%)	900	600	2.250	2.100	900	6.750
Jumlah	6.000	4.000	15.000	14.000	6.000	45.000

Dari anggaran berdasarkan per periode yaitu bulan maka dapat diketahui jumlah penjualan masing-masing bulan terlihat jumlah penjualan dalam unit yaitu bulan Januari, Februari, September dan November sebanyak 4.500 unit. Pada bulan Maret, April, Mei, Juni, Juli dan Agustus 2.250 unit sedangkan bulan Oktober dan Desember 6.750 unit.

4. Anggaran penjualan per tenaga penjual/wiraniaga

Sebelum membuat anggaran penjual per tenaga penjual, harus mengetahui pembagian persentase pada per wilayah serta tenaga penjual

No	Wilayah	Nama Tenaga penjual
1.	Jakarta (30%)	1. Ali (60%) 2. Benny (40%)
2.	Jawa Barat (10%)	1. Chandra (70%) 2. Denny (30%)
3.	Jawa Tengah (20%)	1. Edison (50%) 2. Fahri (50%)
4.	Jawa Timur (25%)	1. Herianto (60%) 2. Indrawan (40%)
5.	Bali (15%)	1. Julianis (100%)

No	Nama Wiraniaga	PRODUK					Jumlah
		PAL	PAP	KP	CPP	CPW	
1.	Ali (Jakarta) 60%	1.080	720	2.700	2.520	1.080	8.100
2.	Benny (Jakarta) 40%	720	480	1.800	1.680	720	5.400
3.	Chandra (Jawa Barat) 70%	420	280	1.050	980	420	3.150
4.	Denny (Jawa Barat) 30%	180	120	450	420	180	1.350
5.	Edison (Jawa Tengah) 50%	600	400	1.500	1.400	600	4.500
6.	Fahri (Jawa Tengah) 50%	600	400	1.500	1.400	600	4.500

7.	Herianto (Jawa Timur) 60%	900	650	2.250	2.100	900	6.750
8.	Indrawan (Jawa Timur) 40%	600	400	1.500	1.400	600	4.500
9.	Julianis (Bali) 100%	900	600	2.250	2.100	900	6.750
	Jumlah	6.000	4.000	15.000	14.000	6.000	45.000

Dari anggaran berdasarkan per wiraniaga dalam satu wilayah maka dapat diketahui jumlah penjualan masing-masing wilayah adalah sbb :

- a. Jakarta sebanyak 13.500 unit ditargetkan jumlah penjualan untuk Ali sebanyak 8.100 unit dan Benny sebanyak 5.400 unit.
- b. Jawa Barat sebanyak 4.500 unit ditargetkan jumlah penjualan untuk Candra sebanyak 3.150 unit dan Denny sebanyak 1.350 unit.
- c. Jawa Tengah sebanyak 9.000 unit ditargetkan jumlah penjualan untuk Edison sebanyak 4.500 unit dan Fahri sebanyak 4.500 unit.
- d. Jawa Timur sebanyak 11.250 unit ditargetkan jumlah penjualan untuk Herianto sebanyak 6.750 unit dan Indrawan sebanyak 4.500 unit.
- e. Bali sebanyak 6.750 unit target jumlah penjualan hanya ada Julianis sebanyak 6.750 unit.

D. Penutup

Pada pembahasan terlihat anggaran penjualan dapat menentukan jumlah penjualan baik dalam unit maupun dalam rupiah. Dengan dibuatnya anggaran penjualan dapat menciptakan jumlah penjualan yang rasional dan realistas oleh bagi penjualan karena bagian penjualan menginginkan target yg ditetapkan pada anggaran penjualan harus rasional dan realistik yaitu :

- a. Rasional artinya target harus menjelaskan sebab-sebab mengapa harus mencapai target tersebut.
- b. Realistik artinya target harus bisa dicapai oleh tenaga penjual dengan dukungan sumber daya yang ada.

Dengan demikian anggaran penjualan sangat membantu menentukan jumlah penjualan suatu perusahaan pada satu periode akuntansi.



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
(LPPM – UTAMA)**



Jl. T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12530 Telp. (021) 789 0965 Ext. 108 Fax. (021) 789 0966
e-mail: lppm_jama@yahoo.com Website: <http://www.jagakarsa.ac.id>

SURAT TUGAS
No: 076 / LPPM-UTAMA/VI/ 2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Ima Sjafei, M.Pd

Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tama Jagakarsa Jakarta, dengan ini
memberikan tugas kepada:

Nama : 1. Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)
2. Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)
3. DR.H. MR. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)
4. Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)
5. Malikuddin Sembiring, S.E, M.M (0304056902)
6. Eka Budi Yulianti, S.E, M.Ak (0312078101)

Pekerjaan: Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta
Untuk melakukan tugas pengabdian masyarakat secara insidental yaitu penyuluhan dengan topik:
"PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI ANGGARAN PENJUALAN". Pada hari Rabu
tanggal 12 Juni 2024, pukul 09.30 s/d 11.30, di Yayasan Islamic At-Taqwa Muslimin, Jl. Merapi VI Rw 011
Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Juni 2024
Kepala LPPM


Dr. Ima Sjafei, M.Pd

Tembusan:

1. Dekan Ekonomi
2. Prodi Manajemen
3. Arsip



YAYASAN ISLAMIC AT-TAQWA MUSLIMIN

SK. Menteri Kehakiman dan HAM RI No. C.372/HT.03/01-Th.2002

Akte No. 03 Tgl. 24 Januari 2015

Jl. Merapi VI RW.011 Kel. Abadijaya Kec. Sukmajaya Kota Depok

Telep. : 0857 1703 5144 - 0816 8434 32 - 0815 1359 0712

AT-TAQWA MUSLIMIN

DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN DENGAN TEMA "PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI ANGGARAN PENJUALAN" RABU, 12 JUNI 2024

No.	NAMA PESERTA	ALAMAT/RT	JABATAN	PARAF
1.	H. Suryo	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
2.	Zainul Anam	RT.003/011	Ketua DKM	<i>[Signature]</i>
3.	Bp. Wagiran	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
4.	Suhartoyo	RT.001/011	Sekretaris RW	<i>[Signature]</i>
5.	H.Nirwono	RT.005/011	Bendahara Yayasan	<i>[Signature]</i>
6.	H. Syamsudin	RT.005/011	Pembina Yayasan	<i>[Signature]</i>
7.	Sulaeman	RT.003/011	Humas Yayasan	<i>[Signature]</i>
8.	Ustadzah Hj. Marmah	RT.005/011	Ketua Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
9.	Nawiyah	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
10.	Hj. Sutji Harim	RT.005/011	Sekretaris Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
11.	Hj. Ida Zuraida	RT. 002/011		<i>[Signature]</i>
12.	Hj. Liesnawati	RT. 004/011	Ibu RT.004/011	<i>[Signature]</i>
13.	Hj. Ani	RT.001/011	Ibu RT.001/011	<i>[Signature]</i>
14.	Hj. Sudarminingsih	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
15.	Hj. Hermayani	RT.003/011	Bend. Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
16.	Hj. Yatinah	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
17.	Hj. Sally	RT.002/011	Ibu RT.002/011	<i>[Signature]</i>
18.	Hj. Asmawati	RT.003/011	Ibu RT.003/011	<i>[Signature]</i>
19.	Hj. Een	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
20.	Hj. Poniisah	RT. 004/011		<i>[Signature]</i>
21.	Hj. Katma	RT.001/011		<i>[Signature]</i>
22.	Ibu Saimah	RT. 004/011		<i>[Signature]</i>
23.	Ibu Sri Onuh	RT.002/011		<i>[Signature]</i>
24.	Ibu Risa	RT 005/011		<i>[Signature]</i>
25.	Ibu Rohana	RT.001/011		<i>[Signature]</i>
26.	Ibu Sri Sunarti	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
27.	Ibu Kristina	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
28.	Ibu Shaeti	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
29.	Ibu Yuli	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
30.	Ibu Rohayati	RT.006/029		<i>[Signature]</i>
31.	Ibu Yulianti	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
32.	Ibu Sarikem	RT.002/029		<i>[Signature]</i>

Depok, 13 Juni 2024

Ketua Yayasan Islamic At Taqwa Muslimin





AT-TAQWA MUSLIMIN

YAYASAN ISLAMIC AT-TAQWA MUSLIMIN

SK. Menteri Kehakiman dan HAM RI No. C.372/HT.03.01-Th.2002

Akte No. 03 Tgl. 24 Januari 2015

Jl. Merapi VI RW.011 Kel. Abadijaya Kec. Sukmajaya Kota Depok

Telp. : 0857 1703 5144 - 0816 8434 32 - 0815 1359 0712

SURAT KETERANGAN

No: *65* /YIAM/VI/2024

Saya yang bertanda tangan dibawah ini selaku Ketua Yayasan Islamic At Taqwa Muslimin yang beralamat di RW 11 Kelurahan Abadijaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok, dengan ini menerangkan bahwa:

- Nama :
1. Shofia Asry, S.E.,M.M
 2. Sri Sugiarti, S.E.,M.M
 3. Eka Budi Yulianti, S.E., M.Ak
 4. Dr. H. MR. Ufeng Sembiring, S.E.,M.M
 5. Bachtar Sembiring, S.E.,M.M
 6. Malikuddin Sembiring, S.E.,M.M

Pekerjaan : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa

Adalah benar sebagai Dosen Tetap pada Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa dan telah melakukan pengabdian masyarakat secara incidental yaitu melakukan penyuluhan dengan topik "PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI ANGGARAN PENJUALAN", pada hari Rabu tanggal 12 Juni 2024 pukul 9.30 s/d 11.30 WIB.

Demikian surat keterangan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 13 Juni 2024





**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
(LPPM – UTAMA)**



Jl. T. B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12530 Telp. (021) 789 0965 Ext. 108 Fax. (021) 789 0966
e-mail : lppm_tama@yahoo.com Website : <http://www.jagakarsa.ac.id>

SURAT KETERANGAN
No: 077 / LPPM-UTAMA/VI/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Irna Sjafei, Mpd

Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tama Jagakarsa Jakarta, dengan ini memberikan keterangan kepada:

Nama : 1. Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)
2. Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)
3. DR.H. MR. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)
4. Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)
5. Malikuddin Sembiring, S.E, M.M (0304056902)
6. Eka Budi Yulianti, S.E, M.Ak (0312078101)

Pekerjaan: Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta
Telah melakukan pengabdian masyarakat secara insidental yaitu penyuluhan dengan topik: **“PENENTUAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI ANGGARAN PENJUALAN”**, pada hari Rabu tanggal 12 Juni 2024, pukul 09.30 s/d 11.30, di Yayasan Islamic At-Taqwa Muslimin, Jl. Merapi VI Rw 011 Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Juni 2024
Kepala LPPM

Dr. Irna Sjafei, M.Pd

Tembusan:

1. Dekan Ekonomi
2. Prodi Manajemen
3. Arsip