



BAB 2 ANGGARAN PENJUALAN





BAB 2

ANGGARAN PENJUALAN

DESKRIPSI PEKULIAHAN

Perkuliahan penganggaran dengan topik anggaran penjualan ini berisikan materi tentang proses pembuatan peramalan penjualan (*sales forecasting*) dan penganggaran dalam penjualan.

TUJUAN PERKULIAHAN

Perkuliah ini bertujuan agar mahasiswa memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menyusun dan menganalisis peramalan penjualan dan anggaran penjualan.

MATA KULIAH PRASYARAT

Telah mengikuti dan lulus mata kuliah *Pengantar Akuntansi, Matematika Ekonomi dan Statistika*.

TARGET PEMBELAJARAN

1. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan proses peramalan penjualan
2. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan penganggaran dalam penjualan.
3. Mahasiswa mampu menyajikan perhitungan peramalan dan anggaran penjualan.
4. Mahasiswa mampu menganalisis peramalan dan anggaran penjualan.

INDIKATOR KEBERHASILAN

1. Mahasiswa memaparkan atau mempresentasikan proses peramalan penjualan dengan baik.
2. Mahasiswa memaparkan atau mempresentasikan penganggaran dalam penjualan dengan baik.
3. Mahasiswa membuat laporan mengenai perhitungan peramalan dan anggaran penjualan.
4. Mahasiswa menganalisis peramalan dan anggaran penjualan.



METODE PEMBELAJARAN

Diskusi, Presentasi, *Discovery Learning*, *Case Study*.

BAHAN BELAJAR

Wajib:

Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. (2013). *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sasongko, Catur dan Safrida Rumondang Parulian. (2017). *Anggaran, Cetakan Kesebelas*. Jakarta: Salemba Empat.

Pendukung:

Nafarin. (2007). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Rudianto. (2009). *Penganggaran teknik dan konsep penyusunan anggaran*. Jakarta: Erlangga.

Sumber lain yang relevan (internet).

BAHAN BACAAN

Sebelum menyusun anggaran penjualan, ada hal yang perlu dilakukan yaitu peramalan (*forecasting*) penjualan. Peramalan atau yang dikenal sebagai *forecasting* merupakan suatu cara dalam mengukur atau menaksirkan kondisi bisnis di masa depan. Pengukuran tersebut bisa dilakukan secara kuantitatif dengan metode statistik dan matematik; dan secara kualitatif dengan menggunakan penilaian (*judgement*). Jika ingin mendapat hasil peramalan yang lebih terpercaya, maka kedua metode pengukuran tersebut seharusnya dilakukan karena secara umum penggunaan metode statistik saja tidak cukup dapat dipercaya hasilnya dengan alasan masih terdapat banyak hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif semisal perubahan selera konsumen. Penggunaan *judgement* saja juga tidak cukup akurat karena mengandung unsur subjektivitas dan terkadang sukar dimengerti oleh pihak lain.

Ramalan penjualan merupakan aktivitas penting dalam pembuatan pertimbangan pada perencanaan perusahaan (*business planning*). Ramalan penjualan bukan hanya merupakan sebuah

perkiraan tentang penjualan (*sales estimate*), namun merupakan tindakan penyesuaian peluang yaitu permintaan aktual dan potensial melalui strategi pemasaran yang diperlukan guna memperoleh manfaat bagi perusahaan.

Setelah mengetahui tentang peramalan penjualan, maka yang akan dipelajari selanjutnya adalah anggaran penjualan. Anggaran penjualan dapat disebut sebagai *master budget* atas anggaran perusahaan secara keseluruhan. Anggaran penjualan menyajikan informasi mengenai perkiraan jumlah barang yang akan dijual oleh perusahaan dan harga jual yang ditetapkan dengan harapan agar terealisasi pada periode selanjutnya. Anggaran penjualan harus dibuat pertama karena perusahaan membutuhkan target pencapaian atas penjualan yang akan membantu dalam pengambilan keputusan lebih lanjut bagi manajemen perusahaan. Hal tersebut menyebabkan anggaran penjualan disebut sebagai anggaran kunci karena anggaran ini umumnya disusun terlebih dahulu dan menjadi dasar untuk penyusunan anggaran lain.

Anggaran penjualan ini juga merupakan dasar dalam menentukan jumlah unit yang akan diproduksi dan tentunya untuk kebutuhan informasi mengenai biaya-biaya yang diperlukan dalam proses produksi selanjutnya. Jika suatu perusahaan tidak menyusun anggaran penjualan, maka perusahaan tersebut tidak memiliki dasar kinerja dan target atas usaha yang dijalankan dan hal tersebut akan berdampak pada tidak teraturnya kinerja perusahaan. Tingkat keberhasilan perusahaan bergantung pada keberhasilan bagian penjualan dalam meningkatkan penjualannya karena penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba maksimal. Oleh karena itu, kesalahan dalam penyusunan anggaran penjualan dapat menyebabkan kesalahan pada anggaran yang lain.

Faktor yang Memengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan

Terdapat dua faktor yang memengaruhi anggaran penjualan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal

- a. Penjualan tahun-tahun sebelumnya.
- b. Kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan masalah penjualan.
- c. Kapasitas produksi yang dimiliki serta kemungkinan perluasannya.
- d. Ketersediaan tenaga kerja yang kompeten dari segi kualitas dan kuantitas.
- e. Modal kerja yang dimiliki perusahaan.
- f. Fasilitas penunjang lainnya.

2. Faktor eksternal

- a. Kondisi pesaing di pasar.
- b. Posisi perusahaan dalam persaingan.
- c. Tingkat pertumbuhan penduduk.
- d. Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan.
- e. Kebijakan pemerintah yang berpengaruh.

Penyusunan Anggaran Penjualan

Langkah yang perlu diperhatikan dalam proses penyusunan anggaran penjualan (Nafarin, 2007) adalah sebagai berikut.

1. Mempertimbangkan factor-faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan.
2. Menetapkan harga jual untuk produk tertentu dan daerah tertentu.
3. Membuat taksiran atau ramalan penjualan (*sales forecast*) tiap jenis produk yang akan dijual dan penentuan produk yang akan dijual pada daerah tertentu.
4. Memperhitungkan anggaran penjualan.

5. Menyusun anggaran penjualan.
6. Membentuk anggaran penjualan karena tidak ada suatu bentuk standar dalam penyusunan anggaran penjualan. Tiap perusahaan memiliki kebebasan dalam menentukan bentuk serta formatnya, namun harus mencakup rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualan.

Contoh Ilustrasi Perhitungan Anggaran Penjualan

PT ABC ingin membuat ramalan penjualan tahun 2021. Berikut merupakan data penjualan aktual selama 4 tahun terakhir.

TAHUN	PENJUALAN
2017	4.400 Unit
2018	4.000 Unit
2019	3.800 Unit
2020	3.900 Unit
TOTAL	16.100 Unit

Pada tahun 2021, perusahaan berencana menjual satu jenis barang dengan harga jual per unit Rp100,00. Harga jual per unit tiap triwulan tahun 2021 mendatang diperkirakan naik 10% dari triwulan sebelumnya. Perkiraan penjualan triwulan I = 30%, II = 20%, III = 20% dan IV = 30%. Berdasarkan data ini, buatlah ramalan penjualan tahun 2021 dengan metode kuadrat terkecil dan susunlah anggaran penjualan tiap triwulannya!

Penyelesaian:

Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan menggunakan metode kuadrat terkecil.

N	Tahun	Penjualan (Y)	X	X ²	XY
1	2017	4.400 Unit	-3	9	-13.200
2	2018	4.000 Unit	-1	1	-4.000
3	2019	3.800 Unit	1	1	3.800
4	2020	3.900 Unit	3	9	11.700
	TOTAL	16.100 Unit		20	-1.700

$$\begin{aligned}
 a &= \Sigma Y/n \\
 &= 16.100/4 \\
 &= 4.025 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 b &= \Sigma XY/\Sigma X^2 \\
 &= -1.700/20 \\
 &= -85
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan garis lurus metode kuadrat terkecil: $a + bX$

Ramalan Penjualan 2021 = $4.025 + (-85 \times 5) = 3.600$ unit

Anggaran Penjualan

Perkiraan Penjualan Triwulan I	30%	x 3.600	x Rp100,00	=	Rp108.000,00
Perkiraan Penjualan Triwulan II	20%	x 3.600	x Rp100,00	=	Rp72.000,00
Perkiraan Penjualan Triwulan III	20%	x 3.600	x Rp100,00	=	Rp72.000,00
Perkiraan Penjualan Triwulan IV	30%	x 3.600	x Rp100,00	=	Rp108.00,00
Anggaran Penjualan Setahun					Rp360.000,00

LATIHAN SOAL

1. Berikan alasan mengapa anggaran penjualan disebut sebagai anggaran kunci dari anggaran perusahaan!
2. Beri penjelasan atas sudut pandangmu mengenai keharusan pembuatan *sales forecasting* sebelum membuat anggaran penjualan!
3. Hitung dan susunlah *sales forecast* dan anggaran penjualan tiap triwulan atas data berikut:

Malfoy Co. ingin membuat ramalan penjualan tahun 2021. Berikut merupakan data penjualan aktual selama 5 tahun terakhir.

TAHUN	PENJUALAN
2016	2.600 unit
2017	2.400 unit
2018	3.900 unit
2019	2.800 unit
2020	3.200 unit
TOTAL	14.900 unit

Harga jual yang direncanakan atas produk X adalah Rp500,00 per unit. Harga jual per unit tiap triwulan tahun 2021 mendatang diperkirakan naik 15% dari triwulan sebelumnya. Perkiraan penjualan triwulan adalah sebagai berikut:

Triwulan I	15%
Triwulan II	20%
Triwulan III	25%
Triwulan IV	40%