

An Analysis of Sales Budget in Increasing Profit at Dadang Shop in Sukamakmur Village

Analisis Anggaran Penjualan dalam Meningkatkan Laba pada Toko Dadang di Desa Sukamakmur

Asti Dwy Rahayu¹⁾; Yun Fitriano²⁾; Rina Trisna Yanti²⁾

¹⁾Study Program of Accountancy, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Accountancy, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ astidwy@gmail.com; ²⁾ yun.fitriano@gmail.com; ²⁾ rinatrisnavanti@rocketmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [04 May 2021]

Revised [12 May 2021]

Accepted [29 June 2021]

KEYWORDS

Sales Budget In Increasing Profit

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk Menganalisis Anggaran Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada Toko Dadang Di Desa Sukamakmur Kecamatan Marga Sakti Sebelat Kabupaten Bengkulu Utara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan, Anggaran Penjualan Pada Toko Dadang Di Desa Sukamakmur cukup efektif dalam meningkatkan laba toko. Dari anggaran penjualan tahun 2019 menggunakan metode Least Square yaitu sebesar Rp154.219.538,011, terealisasi sebesar Rp 4.270.649.857, diatas anggaran sebesar Rp 4.116.429.948,989, yang disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan jumlah produk yang terjual. Sedangkan dari anggaran penjualan bulan Januari tahun 2019 menggunakan perhitungan anggaran penjualan yaitu sebesar Rp 574.016.114,91, kenaikan ini disebabkan karena jumlah pelanggan dan jumlah produk yang dijual terus meningkat setiap bulannya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the sales budget in increasing profits at Dadang Shop in Sukamakmur Village of Marga Sakti Sebelat Sub-District in North Bengkulu Regency. The data collection technique is the most strategic step in the study, because the main objective of the study is to obtain data. The results of this study indicate that the Sales Budget at Dadang Shop in Sukamakmur Village is quite effective in increasing the price. From the 2019 sales budget using the Least Square method, which is IDR 154,219,538,011, realized IDR 4,270,649,857, above a budget of IDR 4,116,429,948,989 by an increase of the number of customers and an increase of the number of products sold. Meanwhile, from the sales budget for January 2019 using the sales budget calculation of IDR 574,016,114.91, this increase is due to the number of customers and the number of products being sold continues to increase every month.

PENDAHULUAN

Tujuan didirikannya sebuah toko pada umumnya dilatar belakangi oleh keinginan untuk memperoleh laba secara optimal. Salah satu variabel penting untuk mencapai tujuan tersebut dengan adanya penerapan anggaran penjualan. Agar dapat terealisasi, sebuah rencana penjualan harus dirancang oleh pihak yang kompeten dan mengetahui proses berjalannya secara keseluruhan.

Secara umum, semua anggaran termasuk anggaran penjualan, mempunyai tiga kegunaan pokok, yaitu sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja dan sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam memimpin jalannya sebuah usaha. Sedang secara khusus, anggaran penjualan berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran-anggaran dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing.

Untuk menyusun anggaran penjualan, diperlukan penaksiran (forecasting), khususnya penaksiran tentang jumlah (kuantitas) produk yang diperkirakan akan mampu dijual, dengan waktu serta tempat (daerah) untuk melakukan penaksiran-penaksiran tersebut dapat dibedakan menjadi dua yaitu, bersifat kualitatif ialah cara penaksiran yang menitik beratkan pada pendapat seseorang. Dan bersifat kuantitatif ialah cara penaksiran yang menitik beratkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistik.

Dengan anggaran penjualan, maka kegiatan perusahaan yang luas dan kompleks dengan transaksi yang juga semakin rumit akan dapat dikendalikan sehingga kebijakan perusahaan di masa yang akan datang dapat di awasi dan dapat meningkatkan laba di tahun berikutnya. Dalam anggaran penjualan yang melibatkan pula semua unsur dan semua bagian (departemen) yang berkaitan dengan penjualan.

Faktor yang mempengaruhi besar kecilnya anggaran penjualan adalah : (1) jenis produk yang dijual, semakin banyak jenis produk yang dijual anggaran penjualan semakin besar, setiap produk yang ada harus dibuat anggarannya sendiri sebelum pada akhirnya dijumlahkan. (2) unit produk, semakin besar unit yang dianggarkan maka anggaran penjualan semakin besar, besar kecilnya unit yang dianggarkan akan terlihat pada hasil proyeksi dan kapasitas produksi, tersedianya bahan baku, tenaga kerja, modal, distribusi dan lainnya.

LANDASAN TEORI

Anggaran

Menurut Mulyadi (2013:488) : “Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain yang mencakup jangka waktu satu tahun”. Menurut Supriyono (2012:15) : “Anggaran merupakan perencanaan keuangan perusahaan yang dipakai sebagai dasar pengendalian (pengawasan) keuangan perusahaan untuk periode yang akan datang”. Menurut Munandar (2011) : pengertian anggaran adalah suatu rencana yang disusun dengan sistematis yang meliputi semua aktivitas perusahaan yang dinyatakan dalam unit atau kesatuan moneter yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

Penjualan

Menurut William (2016:204) penjualan adalah : “penjualan adalah proses dimana penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak”. Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah kongkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya.

Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsernya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran.

Anggaran Penjualan

Menurut Husnayeti (2012:42) : anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dan merupakan pendukung utama dalam penyusunan anggaran komprehensif perusahaan. Anggaran penjualan yang disusun harus bersifat realistis, jika anggaran penjualan tidak bersifat realistis seperti *over confidence* (terlalu percaya diri) maka sebagian besar rencana laba secara keseluruhan juga tidak realistis.

Faktor Yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan

Suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik jika taksiran yang dibuat cukup akurat, sehingga tidak jauh berbeda dengan realisasinya nanti. Untuk bisa melakukan penaksiran dengan baik dibutuhkan data, informasi dan pengalaman yang merupakan faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun suatu anggaran. Adapun faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun anggaran penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat didalam perusahaan antara lain:
 - 1) Penjualan tahun-tahun yang lalu (kuantitas, harga, waktu dan tempat penjualan)
 - 2) Kebijakan usaha yang berhubungan dengan kebijakan penjualan (pemilihan saluran distribusi, media promosi, metode penetapan harga).
 - 3) Kapasitas produksi dan kemungkinan perluasan diwaktu yang akan datang.
 - 4) Tenaga kerja yang tersedia, baik jumlahnya (kuantitatif) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitatif), serta kemungkinan pengembangannya diwaktu yang akan datang.
 - 5) Modal kerja yang dimiliki serta kemungkinan penambahan diwaktu yang akan datang.
 - 6) Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan perluasannya diwaktu yang akan datang.
- b. Faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat diluar usaha, tetapi berpengaruh terhadap kehidupan usaha, yaitu:
 - 1) Keadaan persaingan
 - 2) Posisi dalam persaingan dipasar
 - 3) Pertumbuhan penduduk

- 4) Penghasilan masyarakat
- 5) Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan toko, yang terutama akan mempengaruhi dalam merencanakan harga jual dalam anggaran penjualan yang akan disusun
- 6) Agama, adat istiadat dan kebiasaan masyarakat
- 7) Kebijakan pemerintah (bidang politik, ekonomi, sosial budaya, keamanan)
- 8) Keadaan perekonomian nasional maupun internasional
- 9) Kemajuan teknologi, barang-barang substitusi konsumen, dan kemungkinan perubahannya.

Langkah-langkah Menyusun Anggaran Penjualan

Dalam menyusun anggaran penjualan, langkah yang perlu diperhatikan menurut Nafarin (2017:176) yaitu:

- a. Mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan.
- b. Menetapkan harga jual untuk produk tertentu dan daerah tertentu.
- c. Membuat taksiran (ramalan taksiran) tiap jenis produk yang akan dijual dan penentuan produk yang akan dijual pada daerah tertentu.
- d. Memperhitungkan anggaran penjualan.
- e. Menyusun anggaran penjualan.

Laba

Selisih antara pendapatan dan biaya secara akrual. Dapat dikatakan juga bahwa laba merupakan alat pengukuran kembalian atas investasi daripada hanya sekedar perubahan kas. Pendapat Darsono dan Purwati (2014:29), laba ialah prestasi seluruh karyawan dalam suatu perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk angka keuangan yaitu selisih positif antara pendapatan yang dikurangi beban.

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Laba merupakan indikator prestasi atau perusahaan yang besarnya tampak dilaporan keuangan, tepatnya laba rugi. Wild, Subramanyam dan Halsey (2015:25) mendefinisikan laba sebagai berikut : “Laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mendedikasikan profitabilitas usaha. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan mencari bagaimana laba didapat”.

Faktor Yang Mempengaruhi Laba

Di dalam memperoleh laba diharapkan perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Biaya, biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual, harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- c. Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu metode dalam meneliti suatu kelompok, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dimana keberhasilan penganggaran dalam laba usaha tidak ditentukan satu tolak ukur saja tapi lebih menjelaskan pada perhitungan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menguraikan dan menggambarkan suatu data atau keadaan serta melukiskan atau menjelaskan sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Analisis Anggaran Penjualan Dalam Meningkatkan Laba

Pimpinan toko menetapkan sendiri anggaran penjualan dan anggaran dilaksanakan tanpa adanya keterlibatan bawahan dalam penyusunannya atau yang disebut *Top Down*. Untuk menilai

bagaimana pencapaian anggaran yang sudah dibuat tersebut terhadap realisasi penjualan yang terjadi, guna mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk perbaikan.

Meramalkan (*forecast*) penjualan yang diharapkan dengan anggapan segala sesuatu berjalan seperti masa lalu. sebelum menyusun anggaran penjualan dilakukan peramalan penjualan. Toko melihat data penjualan toko dan kemudian dilihat bagaimana pencapaian target penjualan periode sebelumnya.

Metode ini tentunya akan memakan waktu yang cukup banyak, karena data jumlah penjualan aktual baru dapat diperoleh pada akhir tahun, sedangkan manajemen tidak memiliki waktu yang banyak untuk menyusun anggaran periode berikutnya apabila toko tidak menyusun anggaran penjualan tepat waktu, akan mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan penjualan periode selanjutnya.

Menyusun *forecast* penjualan dengan menggunakan metode *least square* dapat dihitung dengan:

1. $Y = a + bX$
2. $\sum Y = n.a + b\sum x$
3. $\sum XY = a\sum X + b\sum x^2$

Tabel 1. Data Penjualan

NO	BULAN	X	PENJUALAN (Y)	X.Y	X ²
1	JANUARI	0	577.295.487	0	0
2	FEBRUARI	1	352.887.698	352.887.698	1
3	MARET	2	328.880.314	657.760.628	4
4	APRIL	3	336.903.829	1.010.711.487	9
5	MEI	4	276.850.648	1.107.402.592	16
6	JUNI	5	298.085.486	1.490.427.430	25
7	JULI	6	339.967.718	2.039.806.308	36
8	AGUSTUS	7	360.572.420	2.524.006.940	49
9	SEPTEMBER	8	357.762.920	2.862.103.360	64
10	OKTOBER	9	390.489.153	3.514.402.377	81
11	NOVEMBER	10	352.887.698	3.528.876.980	100
12	DESEMBER	11	298.085.486	3.278.940.346	121
JUMLAH		66	4.270.649.857	21.367.326.146	505

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum x}{n} \right)$$

Keterangan:

Y = Penjualan

X = Parameter yang dimulai dari angka 0

a = Persamaan garis trend

b = Persamaan garis trend

n = Jumlah Data

Forecast Penjualan Tahun 2019:

$$b = \frac{12 \times 21.367.326.146 - 66 \times 4.270.649.857}{12 \times 505 - (66)^2}$$

$$b = \frac{256.407.913.752 - 281.862.890.562}{6.060 - 4.356}$$

$$b = \frac{-25.454.976.810}{1.704} = -14.938.366,672$$

$$a = \frac{4.270.649.857}{12} - \frac{66}{12}(-14.938.366,672)$$

$$a = 355.887.488,083 + 82.161.016,696$$

$$a = 438.048.504,779$$

Forecast Penjualan

$$Y_{19} = a + bX$$

$$= 438.048.504,779 + (-14.938.366,672)(19)$$

$$= 438.048.504,779 - 283.828.966,768$$

$$= 154.219.538,011$$

Anggaran penjualan untuk tahun 2019 sebesar Rp 154.219.538,011

Sedangkan dengan menggunakan perhitungan menggunakan rumus anggaran penjualan adalah sebagai berikut:

Penjualan Januari 2019 = Desember 2018 x (1 + Pertumbuhan Penjualan Januari 2019)

Pertumbuhan Januari 2019 = Januari 2019 – Desember 2018

$$\frac{\text{Desember 2018}}{390.487.153} \times 100\%$$

$$= \frac{577.295.487 - 390.487.153}{390.487.153} \times 100\%$$

$$= 0,47\%$$

$$\text{Penjualan Januari 2019} = 390.487.153 \times (1 + 0,47\%)$$

$$= 390.487.153 \times 1,47\%$$

$$= 574.016.114,91$$

Pembahasan

Anggaran penjualan juga dapat mempengaruhi peningkatan laba toko, karena anggaran penjualan merupakan salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi harga pokok penjualan, sehingga toko dapat mengetahui dan mengukur apakah laba tokonya meningkat atau menurun.

Dari anggaran penjualan tahun 2019 menggunakan metode *Least Square* yaitu sebesar Rp 154.219.538,011, terrealisasi sebesar Rp 4.270.649.857, diatas anggaran sebesar Rp 4.116.429.948,989, yang disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan jumlah produk yang terjual. Sedangkan dari anggaran penjualan bulan Januari tahun 2019 menggunakan perhitungan anggaran penjualan yaitu sebesar Rp 574.016.114,91, yang disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan jumlah produk yang terjual. Karena produk yang dijual juga bertambah setiap bulannya jadi pendapatan setiap bulannya meningkat. Anggaran penjualan yang ditetapkan dan pendapatan yang didapat selama satu tahun dikatakan berhasil karena pendapatan lebih besar dibanding dengan anggaran yang sudah ditetapkan..

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tujuan penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan pemilik toko untuk membandingkan sejauh mana laba yang dicapai dengan rencana yang telah ditetapkan untuk melengkapi kegiatan lain yang direncanakan toko nantinya.
2. Proses penyusunan anggaran Toko Dadang Di Desa Sukamakmur dilakukan secara kuantitatif, dan metode yang digunakan adalah metode *least square*.
3. Toko Dadang belum melakukan penentuan dasar-dasar anggaran seperti dalam penetapan strategi yang dipakai dan dalam penyusunan rencana penjualan toko tidak mengikutsertakan atau mengkomunikasikan rencana penjualan kepada pihak yang berkepentingan seperti bagian pemasaran atau karyawan toko.
4. Kurang terlibatnya bagian pemasaran atau karyawan toko dalam penyusunan anggaran penjualan serta kurangnya koordinasi bagian-bagian karyawan ke atasan, sehingga penyusunan anggaran terjadi target anggaran yang standar atau tidak terlalu tinggi.

Saran

1. Disarankan agar Toko Dadang menerapkan e-budgeting dalam penyusunan anggaran penjualan sehingga dapat mengurangi biaya dan menghemat waktu.
2. Menyarankan agar Toko Dadang melakukan evaluasi lebih mendalam terhadap hasil pencatatan penjualan produk baik evaluasi bulanan sehingga dapat diketahui penyebab penyimpangan anggaran.
3. Toko Dadang harus meningkatkan tingkat koordinasi tiap bagian agar dapat mempertimbangkan dan meningkatkan anggaran penjualan yang lebih baik, seperti membutuhkan bagian pemasaran atau karyawan toko agar tahu tingkat perekonomian dipasaran yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswel, 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta
- Gomes, 2013, Anggaran Penjualan. Yogyakarta.
- Husnayeti. 2012. Anggaran Perusahaan. Edisi 1. Jelajah Nusa, Tangerang.
- Kasmir. 2010. Analisa Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Kotler, Philips. Dan Keller, Kevin. 2012. Marketing Management. Edisi 14. Glibab Edition. Pearson Prentice Hall.
- Marconi, 2014. Anggaran Penjualan. Jakarta.
- Mulyadi, 2013, Penganggaran. Erlangga, Jakarta.
- Munandar, 2011. Penganggaran Perusahaan. Gramedia, Jakarta.
- Nafarin, 2014, Penganggaran Perusahaan. Edisi 3. Salemba Empat, Jakarta.
- Nafarin, 2017, Penganggaran Perusahaan. Edisi 3. Salemba Empat, Jakarta.
- Narafin, 2012. Penganggaran Perusahaan. Edisi 3. Sambela Empat, Jakarta.
- Novembrianthinus, 2012, Peranan Anggaran Biaya Produksi Dalam Kaitannya Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada PT SEPINDO PERDANA. Skripsi. Universitas Pakuan Bogor.
- Simamora, 2012. Pengantar Akuntansi 1. Yogyakarta. Sansu Moto, Jakarta.
- Sofyan, 2015, Anggaran Penjualan. Jakarta.
- Sugiyono, 2012, Metode Pengumpulan Data. Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta
- Sugiyono, 2012. Observasi. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sugiyono, 2012. Wawancara. Jakarta
- Suhertuti, 2013, Pengaruh Penyusunan Anggaran Penjualan Terhadap Penjualan Air Minum Pada PDAM Kota Bandung. Skripsi. Universitas Padjajaran Bandung.
- Supriyono, 2011, Manajemen Penjualan. Cetakan Ke-Duabelas. Penerbit Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Supriyono, 2012, penganggaran. Yogyakarta.
- Susena, K. C. (2015). Potensi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan di Kota Bengkulu. *Ekombis Review*, 3(1).
- Susena, K. C. (2016). Analisis Trend Peramalan Efektivitas Pendapatan Pajak Kendaraan Bermotor (Pkb) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (Bbn-kb) di Dispenda Provinsi Bengkulu Tahun 2010-2014. *Ekombis Review*, 4(1).
- Sutrisno, 2015. Wawancara. Jakarta
- Themini, 2015, Analisis Laporan Keuangan. Salemba Empat : Jakarta.
- Widodo, 2018, Metode Least Square. Surabaya
- Wild, Subramanyam, Halsey. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Buku 2. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa : Yanivi S. Bachtiar Dan S. Nurwahyu Harahap. Salemba Empat : Jakarta.
- William, 2016. Penjualan. Edisi Sebelas. Salemba Empat: Jakarta.