



ANGGARAN ANALISA PENJUALAN TERHADAP PERENCANAAN LABA PT WAHANA PERSADA KARTON PALEMBANG

Rizky ElsaPutra^{1*}, Irka Liansyah²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: Rizkyelsaputra@gmail.com^{1*}, Irkaliansyah2003@gmail.com

Abstract: *This study explores the strategy of sales budgeting in relation to profit planning through a combined analytical approach that includes both qualitative and quantitative methods. The author collected data through documentation, interviews, and related literature studies. The analysis results indicate that the company failed to prepare the budget effectively due to the use of a top-down (authoritarian) approach in collecting sales data from the previous year. The author suggests that the company consider using quadratic sales forecasting techniques when preparing the sales budget.*

Keyword : *Sales Prediction, Sales Financial Planning, Revenue Planning*

Abstrak: *Penelitian ini mengeksplorasi strategi penyusunan anggaran penjualan terhadap perencanaan laba. Melalui pendekatan analisis gabungan yang mencakup kualitatif dan kuantitatif. Penulis mengumpulkan data melalui dokumentasi, wawancara, dan studi literatur terkait. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan gagal menyusun anggaran secara efektif karena menggunakan pendekatan top-down (otoriter) untuk mengumpulkan data penjualan dari tahun sebelumnya. Penulis menyarankan agar perusahaan mempertimbangkan penggunaan teknik peramalan penjualan kuadrat saat menyusun anggaran penjualan.*

Kata kunci: *Peramalan Penjualan, Penganggaran Penjualan, Penganggaran Laba*

1. Pendahuluan

Anggaran perusahaan adalah suatu rencana yang disusun untuk menentukan aktivitas operasional guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses penganggaran melibatkan penyusunan rencana anggaran sebagai alat untuk merencanakan kegiatan perusahaan di masa depan, dengan tujuan menjaga kelangsungan bisnis dan mencapai keuntungan. Penganggaran mencakup berbagai aspek bisnis seperti Penjualan, Penyediaan, Pembuatan, Laba, Promosi. Anggaran berfungsi sebagai mekanisme manajemen guna membantu korporasi dalam mengatur serta mengarahkan eksekusi rencana untuk masa depan. Tahapan penganggaran dari manajemen perusahaan dapat mencerminkan posisi perusahaan di pasar, mengalokasikan sumber daya yang belum dimanfaatkan, dan memberikan insentif kepada karyawan (Fadli 2012:1).

Manajemen perusahaan dapat menunjukkan posisinya di pasar, menempatkan sumber daya yang belum digali, dan memotivasi karyawan untuk mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi melalui proses penganggaran. Untuk mencapai posisi puncak dalam industri yang

dihadapinya, perusahaan menggunakan proses penganggaran. Proses penganggaran telah menunjukkan bahwa anggaran merupakan bagian penting dari keberhasilan bisnis. Dalam bisnis yang berorientasi pada laba, langkah menyusun anggaran adalah upaya membuat rencana jangka pendek untuk mencapai keuntungan. Efek rencana kerja terhadap keuntungan didasarkan pada bagaimana rencana kerja tersebut berdampak pada keuntungan.

Namun, e-commerce dapat digunakan untuk melakukan transaksi, menurut Trie (2016:1). E-commerce adalah jenis bisnis ke konsumen / B2C yaitu menjual jasa kepada customer via online. Ini memungkinkan bisnis untuk menjual barang dan berinteraksi via online dengan konsumen berpotensi. Kesiapan perusahaan dalam menyediakan sistem website terbaik akan memastikan keberhasilan e-commerce. Informasi dan kualitas yang disajikan mendorong pelanggan untuk mengunjungi situs web perusahaan.

Anggaran dapat dibandingkan dengan hasil jual beli untuk mengidentifikasi perbedaan yang ada, serta mencari alasan atau penyebabnya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu dikenal sebagai penyimpangan efektivitas (variance).

Anggaran penjualan biasanya dibuat sebelum anggaran lainnya, menurut Nafarin (2012:167). Sebagai akibatnya, target penjualan sering dipandang sebagai anggaran yang krusial. Perusahaan dapat memanfaatkan anggaran penjualan untuk mengevaluasi dan membandingkan apakah pencapaian penjualan sesuai atau meleset dari anggaran yang telah ditetapkan. Implementasi anggaran penjualan membantu dalam pengambilan keputusan terkait penjualan dan merencanakan anggaran penjualan untuk periode mendatang. Diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan di masa depan, membantu perusahaan mencapai tujuan mereka.

Manajemen dapat menggunakan anggaran penjualan ini sebagai dasar untuk membuat keputusan lebih lanjut. Jika anggaran penjualan tidak disusun, perusahaan tidak akan memiliki dasar untuk kinerja dan target bisnisnya, yang tentunya akan menyebabkan kinerja perusahaan tidak teratur. Selain itu, perusahaan tidak akan mampu membuat anggaran untuk biaya produksi, produksi, dan anggaran lainnya, tetapi jika mereka melakukannya, hasilnya akan menjadi tidak tepat.

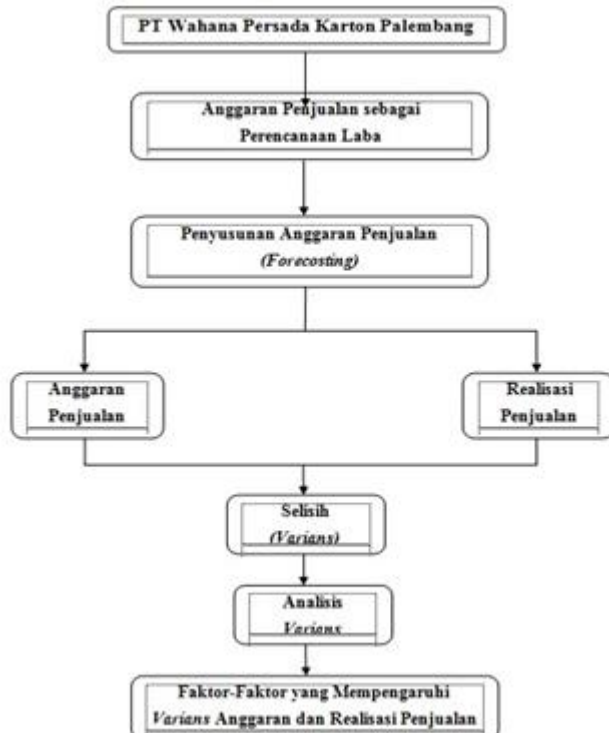
Selanjutnya, Jamiyla (2015:6) menyatakan bahwa anggaran berperan sebagai tools untuk merencanakan serta mengawasi kegiatan yang menghasilkan keuntungan dalam sebuah organisasi yang fokus pada profitabilitas. Dimana tata kelola budgeting bergantung pada ukuran organisasi. Anggaran untuk umum adalah bentuk akuntabilitas untuk mengelola dan melaksanakan program yang dibiayai pemerintah.

Dalam pelaksanaan merencanakan anggaran penjualan perusahaan, pengelola tidak bisa membuat rencana kerja tanpa mempertimbangkan semua aspek secara relevan. Dan perusahaan harus menginfokan produk apa yang ingin dijual dalam periode waktu tertentu dan menetapkan harga jualnya. Artinya, mereka wajib membuat rancangan penjualan, yaitu perkiraan jumlah barang yang akan terjual dalam periode tertentu. Oleh karena itu, rancangan penjualan sangat penting dalam pembuatan rancangan penjualan.

Standar Kesalahan Peramalan (SKP) dapat digunakan untuk mengukur efektivitas peramalan penjualan. Tingkat kesalahan yang lebih rendah menunjukkan bahwa cara yang dipakai bagus. Ada kemungkinan untuk membandingkan anggaran dengan hasil penjualan. Perbedaan yang dilakukan, kemudian alasan atau penyebabnya dicari. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu dikenal sebagai penyimpangan (variance) efektifitas. Karena perusahaan ini belum mengatur anggaran penjualan, korporasi tidak ada arahan untuk mencapai tujuannya. Mengenai perencanaan penjualan dan target laba yang ingin dicapai, pimpinan perusahaan mengambil keputusan berdasarkan evaluasi penjualan yang terjadi pada tahun sebelumnya. Laporan itu sendiri menjadi landasan untuk menetapkan target penjualan tahun depan.

2. Kajian Pustaka

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dan literatur, penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Metode Analisis Data: Peneliti mengadopsi pendekatan analisis gabungan yang mencakup kualitatif dan kuantitatif. Data dianalisis dengan mengubah data numerik menjadi narasi atau bahasa formal setelahnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Menyusun Anggaran untuk Penjualan Pada PT Wahana Persada Karton

Dalam menyusun anggaran untuk penjualan, pada PT Wahana Persada Karton umumnya mengadopsi metode Top Down (Otoriter). Prosesnya dimulai dengan manajemen perusahaan meninjau data penjualan tahun sebelumnya dan memperkirakan penjualan tahun mendatang dengan menambahkan 15% dari penjualan yang terealisasi. Selanjutnya, untuk mengevaluasi kinerja keuangan dari hasil penjualan, manajemen menghubungi departemen keuangan dan pemasaran perusahaan, yang keduanya sangat terkait dengan suatu penjualan tersebut. Berikut adalah diagram prosedur terhadap menyusun anggaran untuk penjualan PT tersebut.



Gambar 2. *Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan PT Wahana Persada Karton*

Seperti diatas ditunjukkan oleh penyusunan anggaran telah digunakan di PT Wahana Persada Karton menunjukkan kurangnya efektivitas dari pada hanya melibatkan beberapa orang tertentu. Hal ini mengakibatkan sulitnya menghasilkan anggaran yang realistis

4.2. Standar Kesalahan Peramalan (SKP)

Dalam cara peramalan pada penjualan, diperusahaan bisa memanfaatkan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) untuk memilih metode peramalan paling akurat. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan perbedaan antara penjualan aktual dan target penjualan yang sudah ditetapkan selalu pertahun. Menurut Nafarin (2012:35), SKP digunakan untuk menunjukkan tingkat akurasi peramalan, di mana nilai SKP yang lebih kecil menandakan bahwa peramalan tersebut semakin akurat. Rumus SKP sebagai berikut:

$$SKP = \frac{\sqrt{(\sum(X - Y))^2}}{n - 2} \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan:

X = Penjualan actual

Y = Peramalan penjualan

n = Total data yang sudah dianalisis

-2 = Pengurangan 2 derajat kebebasan karena 2 parameter populasi diperkirakan menggunakan nilai sampel data (a dan b).

Saat merancang anggaran penjualan, Perusahaan dapat memanfaatkan metode Peramalan Penjualan (forecasting). Metode ini, perusahaan dapat menghasilkan anggaran yang lebih tepat. Terdapat tiga metode yang sering digunakan dalam peramalan penjualan: metode least square tren, metode momen tren, dan metode kuadratik.

Dalam standar kesalahan peramalan digunakan untuk menentukan metode peramalan penjualan paling tepat dan efektif. Oleh karena itu, metode kuadratik dianggap lebih tepat dalam suatu perusahaan untuk dalam prediksi atau peramalan penjualan karena memiliki SKP kecil dibandingkan dengan Metode least square tren dan metode momen tren. Hal ini terlihat perbedaan perhitungan SKP yang ditunjukkan dalam tabel 1 ini:

Tabel 1. Perbandingan Perhitungan SKP Untuk Peramalan Penjualan

No	Jenis Kotak	Standar Kesalahan Peramalan (SKP)		
		Metode Least Square	Metode Moment	Metode Kuadratik
1	Kotak Air Minum 240 ml	4.816	4.816	3.668
2	Kotak Air Minum 600 ml	3.635	3.635	2.037
3	Kotak Air Minum 1500 ml	6.952	6.952	4.446
4	Box Pempek Uk. A	2.368	2.368	1.298
5	Box Pempek Uk. B	998	998	594
6	Box Pempek Uk. C	2.874	2.874	1.481
7	Box Pempek Uk. D	1.147	1.147	779
8	Box Pempek Uk. E	1.459	1.459	897
9	Box Pempek Uk. F	581	581	448
10	Box Arsip Kepegawaian	148	148	146

4.3. Menganalisis Varians Terhadap Target dengan Realisasi dalam Penjualan

Menganalisis varians bertujuan sebagai mengidentifikasi adanya penyimpangan antara realisasi dan anggaran. varians di bawah 5% tidak signifikan (immaterial) Sebaliknya, Varians yang melebihi 10% akan dianggap signifikan (material) dan akan dikonfirmasi lebih lanjut oleh perusahaan yang menggunakan standar tersebut, dibandingkan dengan varians sebesar 5%. Berikut adalah rumus yang akan digunakan untuk perhitungan analisis:

$$\text{Varians} = \text{Total Anggaran} - \text{Realisasi} \dots\dots\dots (12)$$

$$\text{Persentase Varians} = \frac{\text{Varians}}{\text{Anggaran}} \times 100\% \dots\dots\dots (13)$$

Berdasarkan rumus diatas, dapat diketahui bahwa persentasi pencapaian anggaran penjualan adalah :

$$= 100\% - \text{Persentase Varians} \dots\dots\dots (14)$$

$$\text{Atau} = \frac{\text{Total Realisasi Penjualan} \times 100\%}{\text{Total Target Penjualan}} \dots\dots\dots(15)$$

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, manajemen di PT Wahana Persada Karton ditetapkan suatu tujuan dalam penjualan berdasarkan penjualan aktual tahun sebelumnya. Dari analisis varians ini, penulis menemukan adanya perbedaan antara target penjualan dan realisasi penjualan.

Tabel 2. Rekapitulasi Perhitungan Varians

Tahun	Varians		% Pencapaian Target Penjualan	Ket
	Selisih	%		
2012	364.661	7,9 %	92,0 %	<i>Material</i>
2013	422.537	8,6 %	91,3 %	<i>Material</i>
2014	455.384	8,8 %	91,1 %	<i>Material</i>
2015	424.939	7,8 %	92,1 %	<i>Material</i>
2016	452.632	7,9 %	92,0 %	<i>Material</i>

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa selama tahun 2012 hingga 2016, penyimpangan melebihi batas toleransi yang ditetapkan oleh kebijakan perusahaan. Batas toleransi ini mengindikasikan bahwa penyimpangan kurang 5% tidak signifikan (immaterial), sementara lebih dari 10% akan signifikan (material), sesuai dengan pandangan Shim dan Siegel (2010). Dengan demikian, dalam rentang waktu tersebut, penyimpangan dianggap signifikan, yang berpotensi mempengaruhi peningkatan laba dalam perusahaan itu pada anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Penyimpangan lebih 10% telah menguntungkan bagi sebuah perusahaan dalam menggunakan standar dibandingkan dengan penyimpangan yaitu 5%.

Beberapa faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran di PT Wahana Persada Karton Palembang termasuk analisis penjualan historis sebagai faktor utama. Selain itu, perusahaan perlu lebih dipertimbangkan berbagai faktor lain akan dapat menjadikan perbedaan antara anggaran dan realisasi. Faktor-faktor ini dapat diklasifikasikan ke dalam 2, yaitu:

1. Faktor Internal:

- a. **Kinerja Penjualan:** Menilai penjualan historis untuk membuat proyeksi anggaran yang realistis.
- b. **Biaya Produksi:** Mengontrol dan memahami biaya produksi guna meningkatkan efisiensi.
- c. **Kapasitas Produksi:** Menilai kemampuan produksi perusahaan dan pemanfaatan kapasitas yang tersedia.
- d. **Sumber Daya Manusia:** Mempertimbangkan kualifikasi dan kinerja karyawan yang dapat mempengaruhi produktivitas dan biaya tenaga kerja.
- e. **Teknologi dan Inovasi:** Berinvestasi dalam teknologi baru dan inovasi untuk meningkatkan efisiensi operasional.

2. Faktor Eksternal:

- a. **Kondisi Ekonomi:** Perubahan dalam kondisi ekonomi makro seperti inflasi, suku bunga, dan nilai tukar mata uang.
- b. **Persaingan Pasar:** Tingkat persaingan dalam industri dan strategi pesaing.
- c. **Regulasi Pemerintah:** Peraturan dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi operasi bisnis.
- d. **Pasar dan Permintaan Konsumen:** Perubahan tren pasar dan preferensi konsumen.
- e. **Ketersediaan Bahan Baku:** Aksesibilitas dan harga bahan baku yang diperlukan untuk produksi.

Dengan memperhitungkan faktor internal dan eksternal ini, PT Wahana Persada Karton Palembang dapat menyusun anggaran yang lebih akurat dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini akan membantu mengurangi perbedaan antara anggaran dan realisasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam manajemen keuangan perusahaan.

4.4. Analisis Anggaran Suatu Penjualan Terhadap Laba

Realisasi anggaran penjualan dioptimalkan akan menghasilkan kegiatan operasional yang efektif, memungkinkan perusahaan mencapai tujuannya yaitu menaikkan laba. Dengan laba diperoleh, perusahaan akan terus berkembang dan bersaing di suatu dunia usaha. Realisasi anggaran penjualan berkaitan erat dengan menggunakan perencanaan laba di perusahaan. Jika realisasi penjualan melebihi anggaran, perusahaan memperoleh laba. Faktor penting yang mempengaruhi naiknya laba adalah jumlah penjualan kotak yang terjual. Besarnya suatu kuantitas penjualan ini tentu mempengaruhi pendapatan, kemudian sangat terkait dengan laba di PT tersebut. Realisasi penjualan yang sesuai dengan perencanaan laba perusahaan berarti perusahaan akan memperoleh laba jika penjualan melebihi rencana. Dari faktor penting yang mempengaruhi tingginya laba adalah jumlah kotak yang terjual, yang mempengaruhi pendapatan dan pada akhirnya sangat berhubungan dengan naiknya laba di PT Wahana

5. Kesimpulan

Studi ini meneliti dampak biaya produksi dan biaya penjualan terhadap laba bersih di KPBS Pangalengan, menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari laporan tahunan sisa hasil usaha KPBS Pangalengan dari tahun 2007 hingga 2015. Hasil analisis menunjukkan :

1. Hubungan parsial antara biaya produksi dan laba bersih sangat rendah dan negatif (-0,279), serta tidak signifikan menurut uji-t.
2. Hubungan parsial antara biaya penjualan dan laba bersih juga sangat rendah dan negatif (-0,748), namun berpengaruh signifikan.
3. Hubungan simultan antara biaya produksi dan biaya penjualan dengan laba bersih sangat kuat dan positif (0,855), dengan uji-F menunjukkan pengaruh signifikan.

Koefisien determinasi mengindikasikan bahwa 73% variasi dalam laba bersih dapat dijelaskan oleh biaya produksi dan biaya penjualan, sementara 27% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kesimpulannya, biaya produksi dan biaya penjualan berkontribusi positif terhadap peningkatan laba bersih di KPBS Pangalengan. Namun, jika dianalisis secara individu, biaya produksi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap laba bersih.

Daftar Pustaka

- Produksi, P. B., Penjualan, B., Bersih Pada, L., Pangalengan, K., Satar, M., & Nurlaeli, L. (n.d.). [Date].
- Afor, Saiful, Fajeri Arkiang, Maruf Ishak Ola, and Siti Ida Yanti. 2022. "Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan." *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman* 11(2):164–75. doi: 10.54437/urwatulwutsqo.v11i2.589.
- Anggraini, Grasela Leli. 2022. "Implementasi Manajemen Sumber Daya Insani Perencanaan Dan Rekrutmen Dalam Meningkatkan Kualitas Karyawan Pada Bank Syariah." *Science* 7(1):1–8.
- Ariandi, Arianto, Nugroho BS. Sukamdani, and Maya Dewi Dyah Maharani. 2023. "Orientasi

- Karyawan Pembentukan Employee Experience Di Perusahaan Petrokimia.” *Cakrawala Repositori IMWI* 6(3):504–13. doi: 10.52851/cakrawala.v6i3.268.
- Aris. n.d. “Teori Motivasi: Pengertian, Sejarah, Dan Cara Membangun Motivasi Diri.” *Gramedia Blog*.
- Elshifa, Aria, Ary Dwi Anjarini, Aghus Jamaludin Kharis, and Aria Mulyapradana. 2020. “Pengaruh Keterlibatan Kerja Dan Orientasi Belajar Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Mediasi Kompetensi.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(2):276–84. doi: 10.36778/jesya.v3i2.183.
- Harun, Ibrahim Ahmad. 2022. “Implementasi Konsep Masalah Mursalah Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam Dan Jumhur Ulama.” *Jurnal Economina* 1(3):563–77. doi: 10.55681/economina.v1i3.132.
- Hasmayni, Babby, Rahmat Gunawan, Azhar Aziz, Farida Hanum Siregar, and Fakultas Psikologi. 2022. “Hubungan Lingkungan Kerja Non Fisik Dengan Employee Engagement Pada Karyawan Parking Business Di PT. X.” *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)* 3(3):221–29.
- Kartawan, and Lina Marlina. 2003. “Manajemen Sumber Daya Insani.” *LPPM Universitas Siliwangiangi* 53(9):1–260.
- Mappasere, Stambol A., and Naila Suyuti. 2019. *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif*. Vol. 33.