

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Anggaran**

##### **2.1.1 Pengertian Anggaran**

Menurut Gunawan dan Yunita (2017:13), “Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan selaras dalam mencapai tujuan (laba).”

Menurut Suhardi (2019:3), pengertian anggaran, yaitu:

*Budget* dapat diartikan anggaran, yaitu merupakan suatu rencana disusun oleh perusahaan bisnis/jasa secara sistematis dan terperinci, yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif berupa unit/satuan moneter, atau bisa juga dalam berbentuk satuan barang/jasa yang berlaku, pada periode tertentu.

Menurut Fuad, dkk. (2020:2), yang dimaksud dengan anggaran, yaitu:

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk anggaran dan dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan dalam jangka waktu (periode) tertentu di masa yang akan datang.

Berdasarkan Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan pedoman untuk menentukan rencana, sasaran dan tujuan yang disusun oleh perusahaan secara sistematis yang disajikan dalam bentuk kuantitatif atau dalam bentuk satuan barang/jasa yang akan dicapai pada periode tertentu dimasa yang akan datang.

##### **2.1.2 Fungsi Anggaran**

Penyusunan anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja agar aktivitas penjualan pada perusahaan lebih terarah. Anggaran sebagai salah satu alat perencanaan perusahaan dibidang keuangan agar mendatangkan manfaat atau kegunaan bagi perusahaan.

Menurut Suhardi (2019:9), Adapun fungsi *budget* (anggaran) ini adalah dapat berfungsi sebagai:

1. Pedoman kerja perusahaan
2. Dapat juga sebagai Perencanaan terpadu
3. Dapat dijadikan alat pengkoordinasian kerja (*coordinating*)

4. Sebagai alat pengawasan kerja (*controlling*)
5. Dapat dijadikan sebagai alat evaluasi

Menurut Chorry, dkk (2020:4-5), Anggaran memiliki banyak Fungsi dalam suatu perusahaan. Adapun fungsi anggaran adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat perencanaan  
Anggaran merupakan alat perencanaan yang memberikan ilustrasi mengenai beberapa alternatif (dinyatakan secara kuantitatif) untuk dilaksanakan di masa depan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, sumber daya yang dimiliki, dan kendala-kendala yang akan dihadapi di masa depan
2. Sebagai alat koordinasi  
Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara selaras dalam mencapai tujuan. Anggaran sangat penting untuk mengkoordinasikan rencana dari berbagai tingkatan manajemen dan departemen yang ada dalam perusahaan agar dapat bersinergi dengan baik.
3. Sebagai alat pengendalian  
Anggaran merupakan salah satu alat untuk melakukan pengendalian dalam perusahaan. Pengendalian merupakan upaya yang ditempuh agar apa yang direncanakan dapat tercapai. Fungsi pengendalian ini dilakukan dengan membandingkan dan mengevaluasi apa yang telah dianggarkan dengan realisasinya. Selanjutnya, manajemen dapat melakukan evaluasi apakah perusahaan perlu memperbaiki perencanaan atau menyusun kembali perencanaan tersebut.

Menurut I Made (2020:3-4), adapun fungsi dari suatu anggaran di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Fungsi Perencanaan  
Anggaran sebagai alat perencanaan juga harus memperhatikan kaitan anggaran yang satu dengan anggaran yang lain serta merupakan suatu proses pengembangan tujuan perusahaan dan memilih kegiatan-kegiatan yang yang dilakukan dimasa mendatang untuk mencapai tujuan tersebut. Proses ini mencakup penentuan tujuan perusahaan, pengembangan kondisi lingkungan agar tujuan tersebut dapat dicapai, pemilihan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut, penentuan langkah-langkah untuk menerjemahkan rencana menjadi kegiatan yang sebenarnya, dan melakukan perencanaan kembali untuk memperbaiki kekurangan yang terjadi.
2. Fungsi Koordinasi  
Anggaran berfungsi sebagai alat mengkoordinasikan rencana dan tindakan berbagai unit atau segmen yang ada di dalam organisasi agar dapat bekerja secara selaras ke arah pencapaian tujuan. Perlu diketahui bahwa koordinasi harus diusahakan, sehingga tidak dapat diharapkan berjalan secara otomatis karena setiap individu di dalam organisasi mempunyai kepentingan dan

persepsi yang berbeda terhadap tujuan organisasi. Proses untuk menyelaraskan hubungan antara karyawan dan pekerja mereka agar saling berhubungan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kegiatan ini terdiri dari kegiatan membagi pekerjaan di antara kelompok, individu, dan mengkoordinasikan hubungan antara kegiatan individu dan kelompok.

3. Fungsi Komunikasi

Jika organisasi diinginkan berfungsi secara efisien, maka organisasi tersebut harus menentukan saluran komunikasi melalui berbagai unit dalam organisasi tersebut. Komunikasi itu sendiri meliputi penyampaian informasi yang berhubungan dengan tujuan, strategi, kebijaksanaan, rencana, pelaksanaan, dan penyimpangan yang timbul. Dalam penyusunan kebijakan dan strategi, berbagai unit dan tingkatan organisasi perlu berkomunikasi dan berperan serta dalam proses anggaran. Selanjutnya, setiap orang yang bertanggungjawab terhadap anggaran harus dinilai mengenai prestasinya melalui laporan pengendalian produk.

4. Fungsi Motivasi

Anggaran juga berfungsi sebagai alat untuk memotivasi para pelaksana di dalam melaksanakan tugas-tugas atau mencapai tujuan. Memotivasi para pelaksana dapat didorong dengan pemberian insentif dalam bentuk hadiah berupa uang, penghargaan, dan sebagainya kepada mereka yang mencapai prestasi.

5. Fungsi Pengendalian dan Evaluasi

Anggaran dapat berfungsi sebagai alat pengendalian kegiatan karena anggaran yang sudah disetujui merupakan komitmen dari para pelaksana yang ikut berperan serta di dalam penyusunan anggaran tersebut. Pengendalian pada dasarnya adalah membandingkan antara rencana dengan pelaksanaan sehingga dapat ditentukan penyimpangan yang timbul apakah sudah menjadi "tanda bahaya" bagi organisasi atau unit-unitnya. Penyimpangan tersebut digunakan sebagai dasar evaluasi atau penilaian prestasi dan umpan balik untuk perbaikan masa yang akan datang. Seringkali istilah perencanaan dan pengendalian dicampuradukkan dan seringkali kedua istilah tersebut digunakan untuk maksud yang sama, sistem anggaran yang baik harus dihubungkan dengan perencanaan dan pengendalian, perencanaan yang baik tanpa pengendalian yang efektif berakibat pemborosan dana dan waktu. Sebaliknya, tanpa perencanaan, tidak dapat dilakukan pengendalian ke arah tujuan yang ingin dicapai.

6. Fungsi Pendidikan

Anggaran juga berfungsi sebagai alat untuk mendidik para manajer mengenai bagaimana bekerja secara terinci pada pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya dan sekaligus menghubungkan dengan pusat pertanggungjawaban lain di dalam organisasi yang bersangkutan. Dengan demikian, anggaran bermanfaat untuk latihan kepemimpinan bagi para manajer atau calon manajer agar dimasa depan mampu menduduki jabatan yang lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan anggaran merupakan dapat berfungsi sebagai alat perencanaan, pedoman kerja perusahaan, alat komunikasi, alat pengendalian dan evaluasi, alat motivasi, serta alat pendidikan sehingga dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

### 2.1.3 Manfaat Anggaran

Munandar (2015:16), berpendapat bahwa anggaran yang baik adalah anggaran yang memiliki manfaat bagi perusahaan yang menggunakannya, antara lain:

1. Menyusun rencana untuk dijadikan sebagai pedoman kerja.
2. Menyusun struktur organisasi kerja yang merupakan pembagian wewenang dan pembagian tanggung jawab kepada personal (karyawan) perusahaan.
3. Membimbing, memberi petunjuk dan mengarahkan kepada karyawan.
4. Menciptakan koordinasi dan kerja sama yang serasi diantara semua bagian-bagian yang ada dalam perusahaan.
5. Mengadakan pengawasan terhadap kerja para karyawan di dalam merealisasikan apa yang tertuang dalam rencana perusahaan yang telah ditetapkan.

Menurut Suhardi (2019:8-9), anggaran (*budget*) dapat bermanfaat:

1. Semua kegiatan perusahaan akan dapat terfokus pada pencapaian tujuan secara bersama.
2. Dapat digunakan sebagai alat penilai kelebihan/kekurangan karyawan.
3. Dapat menciptakan tanggungjawab tertentu pada diri karyawan dalam bekerja.
4. Dapat menghindari terjadinya pemborosan pada pembayaran yang tidak perlu.
5. Dapat memanfaatkan sumber daya se-efektif dan se-efisien mungkin.
6. Dapat juga dijadikan sebagai sarana untuk memotivasi karyawan.
7. Sebagai alat pendidikan bagi manajer/para pemimpin yang berkepentingan.

Menurut Chorry, dkk (2020:5), anggaran memiliki banyak manfaat bagi perusahaan. Adapun manfaat dari anggaran adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan motivasi kerja karyawan
2. Dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan dana (menghindari pemborosan)
3. Sebagai alat untuk menilai kinerja karyawan
4. Sebagai alat komunikasi internal antar tingkatan manajemen
5. Anggaran menyediakan informasi tentang perencanaan dan realisasinya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manfaat anggaran yaitu sebagai pedoman kerja, sebagai alat untuk menilai kinerja karyawan, sebagai alat komunikasi, serta sebagai alat yang dapat digunakan untuk membangun sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

#### **2.1.4 Prinsip Anggaran**

I Made (2020:12), berpendapat bahwa dalam pengoperasiannya, anggaran memiliki prinsip-prinsip anggaran, yaitu :

1. Komprehensif, anggaran harus menunjukkan semua penerimaan dan pengeluaran perusahaan.
2. *Non discretionary appropriation*, jumlah anggaran yang disetujui harus dimanfaatkan secara ekonomis, efisien, dan efektif.
3. Periodik, anggaran merupakan suatu proses yang periodik, yakni bisa bersifat tahunan maupun multi tahunan.
4. Akurat, estimasi anggaran hendaknya tidak memasukkan cadangan yang tersembunyi, yang dapat dijadikan sebagai kantong-kantong pemborosan dan inefisiensi serta dapat memunculkan underestimate pendapatan dan overestimate pengeluaran.
5. Jelas, anggaran hendaknya sederhana, dapat dipahami oleh pihak-pihak yang bersangkutan dan tidak membingungkan.
6. Diketahui, anggaran harus diinformasikan kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip anggaran terdiri dari komprehensif, *non discretionary appropriation*, periodik, akurat, jelas, dan diketahui.

#### **2.1.5 Keunggulan dan Kelemahan Anggaran**

Menurut Suhardi (2019:15), beberapa keuntungan yang dapat diperoleh apa bila perusahaan dapat menyusun anggaran dengan baik adalah sebagai berikut:

1. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka rencana tertentu dapat diproyeksi hasilnya, padahal rencana tersebut belum dijalani.
2. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka dapat dijadikan pedoman kerja dalam menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
3. Sebagai sarana koordinasi antar seksi, bagian, atau divisi.
4. Sebagai sumber rasa tanggungjawab dan partisipasi aktif seluruh karyawan/antar bagian, serta dapat terciptanya *sense of participation* (perasaan ikut berperan serta).
5. Untuk mengetahui kewenangan dan tanggung jawab semua level manajer.

Selain terdapat keuntungan sebagaimana telah disebutkan di atas, terdapat juga beberapa kelemahan dalam penyusunan anggaran ini, menurut Suhardi (2019:15), Kelemahannya adalah:

1. Dalam penyusunan anggaran, estimasi yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Adakalanya juga keadaan yang dipakai sebagai dasar penyusunan anggaran itu, tiba-tiba mengalami perubahan yang signifikan. Jika hal itu terjadi maka perlu dilakukan *adjustment* secara kontinu dengan kondisi terkini agar tidak meleset terlalu jauh.
3. Anggaran mengandung unsur *uncertainty* (ketidakpastian), karena anggaran itu disusun berdasarkan asumsi.
4. Menyusun anggaran yang cermat memerlukan waktu, uang, dan tenaga yang tidak sedikit, sehingga tidak semua perusahaan mampu menyusun anggaran secara lengkap.
5. Anggaran sering dipandang sebagai *pressure* manajerial. Apa bila karyawan merasa terpaksa untuk melaksanakan anggaran, maka karyawan tersebut bisa saja mengalami frustrasi dan stress, sehingga keberadaan anggaran tersebut menjadi tidak efektif juga.

Menurut M. Fuad, dkk. (2020:23), beberapa keuntungan yang dapat diperoleh bila perusahaan menerapkan penyusunan anggaran yang baik adalah sebagai berikut :

1. Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu dapat diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan. Bagi manajemen, hasil proyeksi ini menciptakan peluang untuk memilih rencana yang paling menguntungkan.
2. Dalam menyusun anggaran diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang akan dilakukan. Analisis ini sangat bermanfaat bagi manajemen meskipun ada pilihan untuk tidak melanjutkan keputusan tersebut.
3. Anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga dapat dijadikan patokan untuk menilai baik buruknya hasil yang diperoleh.
4. Anggaran memerlukan adanya dukungan organisasi yang baik sehingga setiap manajer mengetahui kekuasaan, kewenangan, dan kewajibannya. Anggaran juga berfungsi sebagai alat pengendali pola kerja karyawan dalam melaksanakan suatu kegiatan.
5. Mengingat setiap manajer dan/atau penyelia dilibatkan dalam penyusunan anggaran, tercipta perasaan ikut berperan serta (*sense of participation*)

Menurut M. Fuad, dkk. (2020:23, di samping beberapa keunggulan, beberapa kelemahan penganggaran adalah sebagai berikut:

1. Dalam menyusun anggaran, penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan sebenarnya.
2. Sering kali keadaan yang digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran mengalami perkembangan yang jauh berbeda dari rencana. Artinya, perlu ada pemikiran untuk penyesuaian. Kemungkinan ini menghendaki agar anggaran disesuaikan secara berkesinambungan dengan kondisi yang berubah-ubah agar data dan informasi yang diperoleh akurat.
3. Karena melibatkan banyak pihak, penyusunan anggaran secara potensial dapat menimbulkan persoalan-persoalan hubungan kerja (*human relation*) yang dapat menghambat proses pelaksanaan anggaran.
4. Penganggaran tidak dapat terlepas dari penilaian subjektif pembuat kebijakan (*decision maker*) terutama pada saat data dan informasi tidak lengkap/cukup.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa anggaran memiliki keunggulan, yaitu dapat digunakan sebagai alat perencanaan dan dijadikan pedoman kerja dalam menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh. Sedangkan kelemahan anggaran, yaitu penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.

### **2.1.6 Jenis Anggaran**

Anggaran memiliki beragam jenis anggaran, maka akan lebih mudah dalam menyusun jenis anggaran yang diinginkan sesuai dengan keperluan. Oleh karenanya, Anggaran harus disusun sesuai dengan aktivitas dan data yang dikelola. Semua aktivitas dan data yang direncanakan suatu perusahaan di dalam periode mendatang harus disusun di dalam suatu anggaran lengkap, karena tanpa memiliki anggaran lengkap, maka aktivitas tersebut tidak dapat dinilai hasilnya.

Menurut M. fuad, dkk (2020:15), dalam menyusun anggaran, perusahaan dapat mengacu pada ruang lingkup/intensitas penyusunannya, fleksibilitasnya, atau periode waktunya.

1. Berdasarkan ruang lingkup/intensitas penyusunannya, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu:
  - a) Anggaran Parsial, Anggaran yang ruang lingkungnya terbatas, misalnya anggaran untuk bidang produksi atau bidang keuangan saja.
  - b) Anggaran Komprehensif, Anggaran dengan ruang lingkup menyeluruh karena jenis kegiatannya meliputi seluruh aktivitas perusahaan di bidang pemasaran, produksi, keuangan, personalia, dan administrasi, Komponen-komponen anggaran komprehensif secara lengkap adalah sebagai berikut:

- 1) *Substantive Plan* (Rencana Penuh), adalah rencana yang mencerminkan materi-materi yang ingin dicapai perusahaan secara formal, baik yang dinyatakan secara umum maupun khusus.
- 2) *Financial Plan* (Rencana Keuangan), adalah penjabaran dari semua materi yang dituangkan dalam *Substantive Plan* dalam suatu anggaran yang berdimensi keuangan dalam jangka waktu atau periode waktu tertentu. Berdasarkan jangka waktunya, *financial plan* dibagi menjadi 2, yaitu :
  - i. Anggaran Jangka Panjang
  - ii. Anggaran Tahunan, merupakan rencana kegiatan perusahaan secara terperinci dalam satu tahun anggaran yang dituangkan dalam anggaran operasional dan anggaran keuangan.
    - Anggaran Operasional, merupakan rencana kegiatan perusahaan yang ditangani oleh masing-masing departemen perusahaan, misalnya departemen pemasaran, departemen produksi, dll. Anggaran operasional meliputi, yaitu anggaran laba rugi, anggaran pembantu laba rugi (anggaran penjualan, anggaran produksi, anggaran biaya distribusi, anggaran biaya umum dan administrasi, dan anggaran tipe apropriasi.
    - Anggaran Keuangan, adalah anggaran yang memproyeksikan anggaran modal, anggaran kas, anggaran neraca, dan anggaran aliran kas perusahaan. Anggaran keuangan meliputi anggaran aktiva, anggaran pasiva dan anggaran neraca.
2. Berdasarkan fleksibilitasnya, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu:
  - a) Anggaran Tetap (*Fixed Budget*), Anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu dengan volume tertentu. Berdasarkan volume tersebut disusun rencana mengenai *revenue*, *cost*, dan *expenses*.
  - b) Anggaran Kontinu (*Continuous Budget*)
  - c) Anggaran yang disusun untuk periode waktu tertentu dengan volume tertentu. Berdasarkan volume tersebut diperkirakan besarnya *revenue*, *cost*, dan *expenses*. Tetapi secara periodic dilakukan penilaian Kembali.
3. Berdasarkan periode waktu, anggaran dibedakan menjadi dua, yaitu :
  - a) Anggaran jangka pendek (1 Tahun)
  - b) Anggaran jangka panjang (lebih dari 1 tahun).

Berdasarkan penjelasan diatas penulis membatasi pembahasan dalam penulisan laporan akhir ini dengan ruang lingkup pembahasan agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan, maka untuk penggunaan teori yang akan penulis bahas yaitu pada anggaran operasional yaitu anggaran penjualan.

## **2.2 Penjualan**

Menurut Kotler & Amstrong (2016), “Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.”

Menurut Mulyadi (2016:160), adapun pengertian dari penjualan adalah sebagai berikut :

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan implan akan mendapatkan laba dari terdapatnya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan bisa diartikan sebagai mengalihkan atau memindahkan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Menurut Indra (2017:182), “Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan pada pelanggan atas barang yang terjual, baik itu penjualan kas maupun kredit.”

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat dilihat bahwa penjualan merupakan suatu kegiatan atau proses dimana terjadinya transaksi atau pertukaran informasi atau kepentingan.

## **2.3. Anggaran Penjualan**

### **2.3.1 Pengertian Anggaran Penjualan**

Menurut Suhardi (2019:20), “Anggaran penjualan merupakan anggaran taksiran hasil penjualan atau anggaran dari hasil proses taksiran menjual pada periode yang akan datang.”

Menurut I Made (2020:18), “Anggaran penjualan, yaitu proyeksi yang disetujui oleh komite anggaran yang menjelaskan penjualan yang diharapkan dalam satuan unit dan uang.”

Chorry, dkk (2020:4-5) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan anggaran penjualan adalah sebagai berikut :

Anggaran penjualan yaitu anggaran yang memberikan gambaran tentang perkiraan pendapatan yang akan diterima selama periode anggaran. Anggaran penjualan secara terperinci menjelaskan data tentang jenis produk, jumlah, harga, periode, dan tempat penjualan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan taksiran atau perkiraan hasil penjualan atau pendapatan perusahaan secara terperinci mengenai jenis produk, jumlah, harga, periode, dan tempat penjualan pada periode waktu tertentu .

### 2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan memuat tentang informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun suatu anggaran. Dalam menyusun sebuah anggaran penjualan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, dan setiap faktor memiliki pengaruh pada anggaran penjualan.

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam menyusun anggaran penjualan (*sales budget*) menurut Munandar (2015:42), secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Faktor-faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat di dalam perusahaan sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah berupa :
  - a) Perkembangan penjualan di waktu-waktu yang lalu, baik tentang kualitas, kuantitas, harga, waktu maupun tempat pemasarannya.
  - b) Kebijakan-kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan pemasaran.
  - c) Kapasitas produksi yang nantinya diperlukan untuk menunjang penjualan.
  - d) Tersedianya karyawan yang ditugasi di bidang pemasaran, baik jumlahnya (kuantitas), maupun keterampilannya (kualitas).
  - e) Tersedianya fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan pemasaran, seperti misalnya gudang, kendaraan pengangkut, jaringan pemasaran, dan sebagainya.
  - f) Tersedianya modal kerja untuk menunjang kegiatan pemasaran.
2. Faktor-faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman perusahaan diluar perusahaan, tetapi mempunyai pengaruh terhadap anggaran penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah berupa :
  - a) Pesaing dan tingkat persaingan dipasar.
  - b) Posisi perusahaan dalam persaingan.
  - c) Jumlah penduduk dan tingkat pertumbuhannya.
  - d) Rata-rata penghasilan penduduk dan tingkat pertumbuhannya.
  - e) Konsumen, baik jumlahnya, tingkat penghasilannya, selera serta keinginannya, dan sebagainya.
  - f) Elastisitas permintaan terhadap produk yang akan dijual oleh perusahaan (*demand elasticity*), yang nantinya akan sangat berpengaruh terhadap harga jual.
  - g) Agama, adat-istiadat, dan berbagai kebiasaan masyarakat.

- h) Kebijakan-kebijakan pemerintah baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, maupun keamanan.
- i) Keadaan perekonomian nasional maupun internasional.
- j) Kemajuan teknologi, barang-barang distribusi, selera konsumen dan kemungkinan perubahannya, dan sebagainya.

Menurut Suhardi (2019:25), faktor- faktor yang dapat memengaruhi anggaran penjualan adalah sebagai berikut :

1. Faktor Pemasaran, yang perlu dipertimbangkan seperti:
  - a) Kondisi pasar, kondisi pasar ini mencakup luasnya pangsa pasar perusahaan itu, apakah berskala internasional, nasional, regional, atau hanya bersifat local saja.
  - b) Kondisi persaingan, melihat apakah kondisi persaingan perusahaan adalah *perfect competition*, *oligopoly*, *monopolistic*, atau monopoli.
  - c) Keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen, apakah konsumen dapat menyukai produk/jasa kita, baik kualitas produk, tingkat kebutuhan, dan juga keterjangkauan harga, termasuk apakah mereka tergolong konsumen akhir atau konsumen industri.
  - d) Kondisi promosi dan distribusi, bagaimana kemampuan perusahaan dalam menginformasikan produk/komoditinya kepada konsumen, dan bagaimana pendistribusiannya agar produk tersebut dapat sampai ke tangan konsumen.
2. Faktor Keuangan (modal kerja), sejauh mana kemampuan modal kerja perusahaan dalam hal mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan itu, untuk pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, biaya overhead, promosi/pemasaran dan lainnya, reparasi atau pembelian mesin baru.
3. Faktor Ekonomis, yang perlu diperhatikan perusahaan, seperti dalam kaitannya dengan meningkatkan laba (*rentabilitas*), atau tidak.

Berdasarkan kutipan diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran penjualan yaitu faktor internal, faktor eksternal, faktor pemasaran, faktor keuangan dan faktor ekonomis. Dalam penyusunannya, suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik apabila taksirannya cukup akurat sehingga tidak jauh berbeda dengan realisasinya.

## **2.4 Peramalan Penjualan**

### **2.4.1 Pengertian Peramalan Penjualan**

Taksiran atau ramalan penjualan merupakan perkiraan penjualan pada suatu waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi.

Menurut Suhardi (2019:28), pengertian peramalan penjualan adalah sebagai berikut :

*Sales forecasting* atau peramalan penjualan adalah merupakan proyeksi sejumlah komoditi yang diperkirakan akan dibeli oleh konsumen di masa mendatang, serta proyeksi harga yang diperkirakan mampu dijangkau oleh konsumen sebagai calon pembeli.

Menurut I Made (2020:12), ramalan penjualan (*sales forecast*) memiliki pengertian sebagai berikut :

Ramalan penjualan merupakan suatu taksiran penjualan untuk periode yang akan datang yang bisa dinyatakan dalam bentuk rupiah ataupun dalam unit. Ramalan penjualan merupakan suatu alat yang penting, yang dapat mempengaruhi manajer dalam membuat perencanaan penjualan.

Menurut Fuad, dkk (2020:31), “*Forecast* penjualan merupakan proyeksi teknis dari permintaan konsumen potensial untuk jangka waktu tertentu dengan menyebutkan asumsi yang mendasarinya.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa peramalan penjualan merupakan Kegiatan memperkirakan atau mentaksiran tingkat penjualan perusahaan yang dapat dinyatakan dalam bentuk rupiah ataupun unit untuk jangka waktu tertentu.

#### **2.4.2 Metode Perhitungan Peramalan Anggaran Penjualan**

Anggaran penjualan diperhitungkan dan disusun oleh manajer dengan menggunakan beberapa metode. Menurut Suhardi (2019:30), metode yang dapat digunakan untuk Menyusun peramalan anggaran penjualan, yaitu :

1. *Judgemental Methods*, merupakan suatu metode peramalan yang didasari dari pendapat seseorang, seperti pendapat para ahli/pakar, pendapat *sales manager*, pendapat *salesman*, survei konsumen, dan pendapat-pendapat lainnya. Perusahaan yang menggunakan metode ini, kalau tidak dikarenakan mepetnya waktu untuk mengumpulkan dan menganalisis data, biasanya ada produk baru yang dihasilkan perusahaan yang belum memiliki data sebelumnya. Atau, bisa jadi juga karena terjadi perubahan dalam kondisi politik/ ekonomi di wilayah itu, sehingga mengharuskan perusahaan menggunakan pendapat seseorang untuk meramalkannya. Metode ini dinilai memiliki kelemahan, karena bersifat subjektif, yang selalu dipengaruhi oleh pribadi per pribadi, bisa mendapatkan pribadi yang optimis, dan mungkin juga cenderung berpendapat pesimis. Karena adanya kelemahan itu, perusahaan dapat menggunakan metode lain.

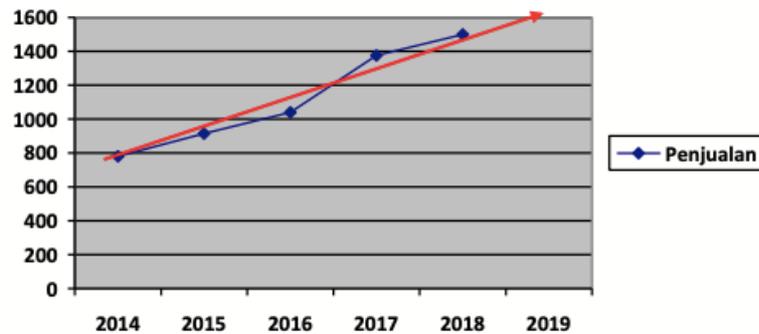
2. *Statistic Methods*, suatu metode peramalan yang didasari dari perhitungan statistik atau matematika, seperti:
  - a. Analisis tren, dimana keadaan data yang dimiliki oleh perusahaan mengalami kenaikan (bisa juga terjadi penurunan), atau berfluktuatif (tidak beraturan) dari waktu ke waktu. Jika perusahaan memiliki data jenis ini, maka perusahaan dapat menggunakan peramalan dengan cara:
    - 1) Garis tren bebas, metode ini jenis ini dapat dikatakan sangat praktis pengerjaannya, dan sangat sederhana sekali, karena si pembuat ramalan (si peramal) hanya tinggal memberi garis secara bebas pada gambar grafik data, asal garis yang diberikan itu tidak berada jauh dari titik-titik data yang ada pada grafik data dimiliki.
    - 2) Garis tren matematika: metode *time series moment*, *time least square*
    - 3) Garis *trend semi average*, yaitu metode setengah rata-rata.
  - b. Analisis korelasi dan regresi
3. *Specific Purpose Methods* adalah metode dengan tujuan khusus, seperti Analisis industri, Analisis *product line*, Analisis penggunaan akhir.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa metode perhitungn peramalan anggaran penjualan terdiri dari *judgemental methods* (didasari dari pendapat seseorang), *statistic methods* (didasari dari perhitungan statistik atau matematika), dan *specific purpose methods* (metode perhitungan dengan tujuan khusus). Teknik atau metode yang sesuai dengan keadaan dan kondisi data penjualan pada CV Aulia, dimana dalam data penjualan CV Aulia Palembang mengalami kenaikan atau penurunan atau fluktuatif pada tahun 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, dan 2021. Oleh karena itu, penulis membatasi pembahasan dalam penulisan laporan akhir ini dengan ruang lingkup pembahasan agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang akan dibahas maka untuk penggunaan teknik atau metode yang akan penulis bahas yaitu Analisis Trend.

Menurut Suhardi (2020:31), analisis Tren terdiri dari beberapa metode atau teknik perhitungan, diantaranya yaitu :

- 1) Metode Garis Trend Bebas  
Metode garis tren bebas ini memberikan kebebasan penuh untuk menggambarkan garis tren, berupa garis lurus yang terletak diantara titik-titik data asli. Dalam metode ini, diperlukan grafik sesuai dengan data penjualan. Dari data tersebut, Tarik garis lurus yang keberadaannya tidak jauh dari titik-titik grafik data yang telah tersedia. Seperti yang terlihat pada gambar grafik berikut.

**Gambar 2.1**  
**Grafik Garis Trend Bebas**



2) Metode Tren Matematika

a. Metode *Time Least Square*

Metode *Least Square* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$b = \frac{\sum Y}{n}$$

$$a = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

b. Metode *Time Series Moment*

Metode *Moment* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

$$\sum Y = n a + b \sum X$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2$$

Keterangan :

Y = Penjualan tahun tertentu

X = Nilai *Score*

a = Nilai konstan

b = Koefisien arah regresi

n = Banyak data

c. Metode *Semi Average*

Metode ini membagi data menjadi dua kelompok untuk dimasukkan kedalam kolom X. Menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \text{Rata-rata kelompok I}$$

$$b = \frac{\text{Rata-rata kelompok II} - (\text{Rata-rata kelompok I})}{n}$$

keterangan:

X = Nilai *Score*

Y = Penjualan tahun tertentu

a = Rata-rata kelompok I

b = Koefisien arah regresi

n = Jumlah tahun dalam kelompok I atau Kelompok II

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ramalan atau taksiran penjualan merupakan perkiraan penjualan pada suatu waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu. Perhitungan ramalan penjualan (*sales Ramalaning*) dapat menggunakan dua metode, yaitu metode garis tren bebas dan metode tren matematika. Metode tren matematika dapat menggunakan tiga metode, yaitu metode *least square*, metode *moment*, dan metode *semi average*.

Berikut contoh soal perhitungan anggaran penjualan menurut M. Fuad, dkk (2020:47) , yaitu:

PT Palembang Indah memproduksi tiga jenis minuman, yaitu: Inco, Inside, dan Penta. Data Penjualan dalam unit kegita produk tersebut (dalam unit) adalah sebagai berikut:

Tahun	Inco	Inside	Penta
2014	4.500	8.000	3.500
2015	6.000	6.000	4.000
2016	5.000	5.000	4.500
2017	4.500	7.500	6.000
2018	5.500	8.000	6.500
2019	6.000	6.500	5.000

**Soal:**

Buatlah ramalan tingkat penjualan (tahun 2020) dalam unit untuk:

- Produk Inco dengan metode *Least square*
- Produk Inside dengan metode *Semi Average*
- Produk Penta dengan metode *Moment*

**Jawaban:**a. Produk Inco (*Least Square*)

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X <sup>2</sup>
2014	4.500	-5	-22.500	25
2015	6.000	-3	-18.000	9
2016	5.000	-1	-5.000	1
2017	4.500	1	4.500	1
2018	5.500	3	16.500	9
2019	6.000	5	3.000	25
Total	31.500	0	5.500	70

$$a = \frac{31.500}{6} = 5.250$$

$$b = \frac{5.500}{70} = 78,57$$

$$Y_{2020} = 5.250 + 78,57 (7) \\ = \mathbf{5.800 \text{ unit}}$$

b. Produk Inside (*Semi Average*)

Tahun	Penjualan (Y)	X
2014	8.000	-1
2015	6.000	0
2016	5.000	1
2017	7.500	2
2018	8.000	3
2019	6.500	4

$$a = \text{rata-rata kelompok I} \\ = \frac{8.000+6.000+5.000}{3} \\ = 6.333,33$$

$$b = \frac{(\text{Rata-rata kelompok 2}) - (\text{Rata-rata kelompok 1})}{\text{Jumlah data yang ada dalam satu kelompok}}$$

- Selisih antara rata-rata kelompok 2 dan rata-rata kelompok 1 dibagi dengan jumlah data yang ada dalam satu kelompok

$$= \frac{\{7.500+8.000+6.500\}}{3} - \frac{(6.333,33)}{3}$$

$$= 333,33$$

$$Y_{2020} = 6.333,33 + 333,33 (5)$$

$$= \mathbf{8.000 \text{ unit}}$$

c. Produk Penta (*Moment*)

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X <sup>2</sup>
2014	3.500	0	0	0
2015	4.000	1	4.000	1
2016	4.500	2	9.000	4
2017	6.000	3	18.000	9
2018	6.500	4	26.000	16
2019	5.000	5	25.000	25
Total	39.500	15	82.000	55

$$\begin{aligned}
 29.500 &= 6a + 15b & (\times 2,5) & 73.750 & = 15a + 37,5b \\
 82.000 &= 15a + 55b & (\times 1) & 82.000 & = 15a + 55b \\
 & & & -8.250 & = -17,5b \\
 & & & & b = 471,43 \\
 & & & & a = 3.738,09
 \end{aligned}$$

$$Y_{2020} = 3.738,09 + 471,43 (6) = \mathbf{6.568 \text{ unit}}$$