

ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA PT WAHANA PERSADA KARTON PALEMBANG

Dessi Kurniawati¹⁾, Jamiyla²⁾, Trie Sartika Pratiwi³⁾

^{1), 2), 3)}Program Studi Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM.4 Palembang Kode Pos 30129

Email : dessikurniawati@yahoo.com¹⁾, jamiyla@uigm.ac.id²⁾, trie.sartika@uigm.ac.id³⁾

ABSTRACT

This thesis is entitled "Analysis of Sales Budget as Planning Tool of Profit in PT Wahana Persada Karton Palembang". PT Wahana Persada Karton Palembang is a company engaged in the sale of boxes. To obtain the data, the author used data collection methods such as interviews, documentation and library research related to the problems that occurred. Based on the results of the analysis conducted, the company implemented a top-down system (Authoritarian) in performing the procedure of preparing the salesman budget from the data of the previous year's salesman realization, so the company has not made a good budget preparation as a tool of profit planning. The author proposed recommendations to companies to consider using forecasting sales the quadratic method of preparation of the sales budget. By using this method the company can see how much sales targets to be achieved in the period to come and to know the factors causing the difference between sales budget with its realization.

Keywords : Forecasting Sales, Sales Budgeting, Profit Planning

1. Pendahuluan

Salah satu bentuk dari berbagai rencana yang disusun oleh suatu perusahaan untuk menentukan kegiatan operasionalnya dalam mencapai tujuan adalah menetapkan suatu anggaran perusahaan. Anggaran merupakan hasil dari suatu proses penyusunan anggaran yang biasa disebut dengan penganggaran.

Budgeting atau penganggaran merupakan salah satu bentuk perencanaan aktivitas perusahaan di masa yang akan datang dengan tujuan kesinambungan perusahaan serta hasil usaha yang diharapkan yaitu berupa laba. Penganggaran ini mencakup seluruh bidang dalam perusahaan seperti bidang penjualan, pengadaan, produksi, keuntungan dan pemasaran. Sebagai alat manajemen, anggaran diperlukan oleh perusahaan untuk mengendalikan dan mengarahkan setiap pelaksanaan (realisasi) dari rencana yang telah disusun untuk waktu yang akan datang (Fadli 2012:1).

Proses penganggaran yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dapat menunjukkan posisi perusahaan di pasar, menempatkan sumber-sumber daya yang belum digali, dan memotivasi para karyawan untuk mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Perusahaan menggunakan proses penganggaran untuk mencapai posisi puncak dalam industri yang digeluti perusahaan itu. Anggaran yang dihasilkan oleh proses penganggaran telah terbukti menjadi salah satu kunci sukses bagi perusahaan.

Proses penyusunan anggaran merupakan proses penyusunan rencana jangka pendek, yang dalam perusahaan berorientasi pada laba, pemilihan rencana didasarkan atas dampak rencana kerja tersebut terhadap laba (*short-run profit planning*).

Adapun kegiatan yang sangat berpengaruh bagi perusahaan adalah penjualan, dimana penjualan barang

meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagang yang dibeli dan pengecer atau lainnya (IAI dalam SAK, 2009: No.23 paragraf 2). Menurut Mulyadi (2010:202), penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai. Sumber utama uang kas dari suatu perusahaan berasal dari penjualan yang merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba yang maksimal. Perencanaan dalam penjualan dapat dikatakan sebagai anggaran penjualan.

Sementara itu, menurut Trie (2016:1), didalam melakukan transaksi penjualan dapat dilakukan dengan melalui *E-commerce*. *E-commerce* adalah bentuk dari *business to consumer (B2C)* yang menyediakan jasa melalui internet bagi konsumen. *E-commerce* memungkinkan perusahaan untuk menjual suatu produk dan dapat berkomunikasi secara tidak langsung dengan konsumen potensialnya. Kesuksesan *E-commerce* akan terpenuhi dengan kesiapan perusahaan untuk menyediakan level terbaik dari sistem *website*. Informasi dan kualitas sehingga konsumen tertarik untuk mengunjungi *website* perusahaan.

Dengan adanya anggaran dapat dibandingkan antara realisasi penjualan dengan anggaran penjualan. Selisih atau penyimpangan yang terjadi diidentifikasi dan dicari penyebabnya atau alasan terjadi penyimpangan. Penyimpangan ini disebut penyimpangan (*variance*) efektifitas dimana keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu.

Menurut Nafarin (2012:167), anggaran penjualan ialah dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Oleh karena itu, anggaran penjualan sering disebut anggaran kunci. Anggaran penjualan dapat

dijadikan sebagai standar atau tolak ukur bagi perusahaan untuk menilai dan membandingkan apakah pelaksanaan anggaran penjualan tersebut telah sesuai atau menyimpang dari yang telah dianggarkan. Realisasi anggaran penjualan dapat dijadikan alat penentuan di dalam pengambilan keputusan yang menyangkut penjualan ataupun penyusunan anggaran penjualan untuk periode yang akan datang dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih baik terhadap laba perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Anggaran penjualan ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan lebih lanjut bagi manajemen. Apabila anggaran penjualan tidak disusun maka perusahaan tidak akan memiliki dasar kinerja dan target mengenai usaha mereka, yang tentunya akan mengakibatkan tidak teraturnya kinerja perusahaan. Dampak lain adalah perusahaan tidak mampu membuat anggaran produksi dan biaya produksi dan anggaran lainnya, walaupun bisa maka hasilnya akan tidak akurat dan tidak memiliki dasar yang signifikan.

Kemudian, menurut Jamiyla (2015:6), anggaran merupakan suatu alat untuk perencanaan dan pengawasan operasi keuntungan dalam suatu organisasi laba dimana tingkat formalitas suatu budget tergantung besar kecilnya organisasi. Anggaran sektor publik merupakan instrumen akuntabilitas atas pengelolaan dana publik dan pelaksanaan program-program yang dibiayai dengan uang publik.

Dalam proses penyusunan anggaran penjualan perusahaan, pihak penyusun anggaran tidak dapat menyusun rencana kerja secara sembarangan tanpa memperhatikan faktor-faktor yang terkait. Dalam menyusun anggaran penjualan, perusahaan harus menetapkan volume produk yang akan dijual pada kurun waktu yang telah ditetapkan dan harga jual dari setiap produk yang akan dijual tersebut. Dengan kata lain, perusahaan harus membuat ramalan penjualan. Ramalan penjualan tersebut berupa prediksi volume barang yang akan dijual pada suatu periode tertentu di waktu mendatang. Oleh karena itu peramalan penjualan (sales forecasting) sangat diperlukan dalam penyusunan anggaran penjualan.

Selain itu, menurut Jamiyla (2016:2), hambatan-hambatan yang didapat yaitu terlalu banyak proses-proses yang harus dilakukan mulai dari tahap awal penyusunan Rencana Anggaran pendapatan dan Belanja Daerah, penyetujuan, pengesahan, yang selanjutnya akan jadi Peraturan Pemerintahan yang memakan waktu banyak dan permasalahan yang timbul dalam proses penyusunan.

Menurut Nafarin (2012:96-105), metode peramalan penjualan (sales forecasting) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual di masa mendatang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi atau mungkin akan terjadi. Teknik membuat ramalan jualan dapat dilakukan secara kualitatif (metode pendapat para tenaga penjualan, metode pendapat para manajer, divisi penjualan, metode pendapat eksekutif, metode pendapat para pakar dan

metode pendapat para konsumen) dan secara kuantitatif dapat menggunakan analisis tren.

Efektifitas peramalan penjualan dapat diukur dengan suatu Standar Kesalahan Peramalan (SKP), dimana dari perhitungan tersebut dapat diketahui berapa tingkat kesalahan dari metode yang telah digunakan. Semakin kecil tingkat kesalahan peramalan maka metode yang digunakan berarti efektif atau sesuai dengan kondisi perusahaan dan dapat diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Dengan adanya anggaran dapat dibandingkan antara realisasi penjualan dengan anggaran penjualan. Selisih atau penyimpangan yang terjadi diidentifikasi dan dicari penyebabnya atau alasan terjadi penyimpangan. Penyimpangan ini disebut penyimpangan (variance) efektifitas dimana keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu.

PT Wahana Persada Karton Palembang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan box baru, selain itu PT Wahana Persada Karton juga melayani usaha jual-beli sampah kardus bekas, koran, buku dan kertas bekas. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1997 dengan nama CV Wahana Persada Karton yang berlokasi di Jln. Iswahyudi No. 323 Kalidoni, Sekojo-Palembang. Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 2011 perusahaan ini telah mengalami perubahan struktur manajemen dari CV menjadi PT tepatnya pada tanggal 01 Oktober 2011, dan mengadakan peresmian pabrik dan kantor baru yang berlokasi di Jln. Letjen Harun Sohar No. 1788 Rt. 051 Rw. 013 Kebun Bunga, Sukarami-Palembang.

PT Wahana Persada Karton Palembang belum melakukan penyusunan anggaran penjualan sehingga perusahaan tidak memiliki pedoman kerja dalam mencapai target yang diinginkan. Sedangkan untuk mengenai masalah rencana penjualan dan berapa laba yang ingin dicapai perusahaan, ditentukan sendiri oleh pimpinan perusahaan dengan hanya melihat dari laporan realisasi penjualan pada tahun sebelumnya. Laporan realisasi penjualan tersebut digunakan pimpinan perusahaan sebagai dasar dalam menentukan target penjualan untuk tahun berikutnya. Dalam penentuan estimasi target untuk tahun berikutnya, pimpinan hanya menambahkan 15% dari realisasi tahun sebelumnya.

A. Rumusan Masalah

Dengan demikian, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana prosedur penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang?
- 2) Bagaimana metode peramalan penjualan dapat diterapkan dalam penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang?
- 3) Bagaimana *varians* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *varians* anggaran dan realisasi penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang?

B. Tujuan Penelitian

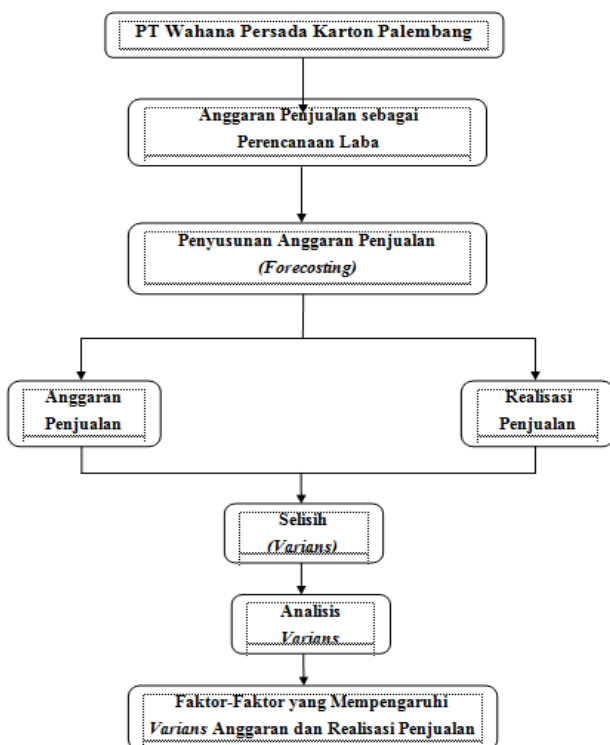
Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui prosedur penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang.
- 2) Untuk mengetahui metode peramalan penjualan dapat diterapkan dalam penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang.
- 3) Untuk mengetahui varians dan faktor-faktor yang mempengaruhi varians anggaran dan realisasi penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang.

2. Pembahasan

A. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telah pustaka, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

B. Metodologi Penelitian

1) Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang peneliti gunakan ialah data primer yang berupa data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti berupa dokumen-dokumen atau arsip berupa data realisasi penjualan dari PT Wahana Persada Karton Palembang. Dan studi pustaka yang diperoleh dari perpustakaan dan literatur.

Sumber data penelitian ini dilakukan di PT Wahana Persada Karton Palembang yang berlokasi di Jln. Letjen

Harun Sohar No. 1788 Rt. 051 Rw. 013 Kebun Bunga, Sukarami-Palembang.

2) Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan peneliti ialah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Dimana analisis dilakukan dengan menggunakan data dalam bentuk jumlah yang dituangkan untuk menerangkan suatu penjelasan dari angka-angka, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk uraian bahasa prosa atau bahasa baku.

C. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan pada PT Wahana Persada Karton

Proses penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton pada dasarnya menggunakan prosedur *Top Down* (Otoriter). Proses penyusunan anggaran penjualan yang dilakukan selama ini dimulai dari pimpinan perusahaan dengan melihat data-data realisasi penjualan tahun sebelumnya, dengan menentukan estimasi penjualan tahun berikutnya perusahaan menambahkan 15% dari realisasi penjualan. Kemudian, pimpinan perusahaan melibatkan bagian marketing yang sangat berhubungan dengan penjualan dan bagian keuangan untuk melihat kinerja keuangan perusahaan dari hasil penjualan. Berikut ini gambar prosedur penyusunan anggaran penjualan pada PT Wahana Persada Karton :



Gambar 2. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan PT Wahana Persada Karton

Berdasarkan prosedur penyusunan anggaran yang dilaksanakan oleh PT Wahana Persada Karton Palembang, dapat diketahui bahwa prosedur penyusunan anggaran yang diterapkan belum berjalan dengan baik karena proses penyusunan anggaran hanya melibatkan beberapa orang tertentu saja sehingga sulit untuk menghasilkan suatu anggaran yang realistis.

D. Metode Peramalan Penjualan (forecasting) pada PT Wahana Persada Karton Palembang

Menurut Nafarin (2012:96), pengertian peramalan penjualan yaitu peramalan penjualan adalah perkiraan penjualan pada waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdsarkan data-data yang pernah terjadi dan atau mungkin akan terjadi.

Adapun menurut Nafarin (2012:100), menjelaskan ada tiga metode peramalan dalam anggaran penjualan yaitu:

1) *Metode Trend Least Square*

Metode Trend Least Square merupakan metode peramalan penjualan yang menggunakan variabel yang sedikit dan sederhana, sehingga perhitungan paling mudah diantara metode lainnya dan berdasarkan perhitungan dengan metode ini sering dikenal dengan indikator Time Series Forecast karena hasil yang di hasilkan dapat lebih akurat.

Rumus yang digunakan dalam metode trend least square ini adalah :

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (1)$$

Dimana

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

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- X = Variabel terikat
- Y = Variabel bebas
- $\sum Y$ = Jumlah data historis
- $\sum X$ = Jumlah nilai pada setiap periode
- a = Nilai konstan
- b = Koefisien arah regresi
- n = Jumlah data

2) *Metode Trend Moment*

Metode Trend Moment ini mempunyai beberapa keistimewaan yaitu dalam pembuatan forecast penjualan menggunakan metode ini tidak mengenal adanya jumlah data, karena dalam penentuan parameter X awal dimulainya harus menggunakan angka 0, tetapi tidak mengesampingkan jumlah data minimal yang di perlukan untuk pembuatan forecast.

Rumus yang digunakan dalam metode trend moment adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (4)$$

Dimana

$$\sum Y = na + b \sum X \dots\dots\dots (5)$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2 \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan :

- X = Variabel terikat
- Y = Variabel bebas
- $\sum Y$ = Jumlah data historis
- $\sum X$ = Jumlah nilai pada setiap periode
- a = Nilai konstan
- b = Koefisien arah regresi
- n = Jumlah data

3) *Metode Kuadratik (Trend Garis Lengkung)*

Metode ini digunakan bilamana deretan data historis yang bersangkutan cenderung mengarah ke garis

lengkung yang berbentuk parabola. Rumus yang digunakan dalam metode kuadratik ini adalah :

$$Y = a + bX + c(X)^2 \dots\dots\dots (7)$$

Dimana

$$\sum Y = na + c \sum X^2 \dots\dots\dots (8)$$

$$\sum XY = b \sum X^2 \dots\dots\dots (9)$$

$$\sum X^2 Y = a \sum X^2 + c \sum X^4 \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan :

- X = Variabel terikat
- Y = Variabel bebas
- $\sum Y$ = Jumlah data historis
- $\sum X$ = Jumlah nilai pada setiap periode
- a = Nilai konstan
- b = Koefisien arah regresi
- n = Jumlah data

4) *Standar Kesalahan Peramalan (SKP)*

Selain menggunakan perhitungan metode peramalan penjualan, perusahaan juga dapat menggunakan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) untuk menentukan metode mana yang paling sesuai digunakan oleh perusahaan sehingga tidak terjadi penyimpangan yang besar antara realisasi penjualan dengan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan setiap tahunnya. Menurut Nafarin (2012:35), dipergunakanlah Standar Kesalahan Peramalan (SKP), dimana nilai SKP yang terkecil menunjukkan bahwa peramalan yang disusun mendekati kesesuaian. Adapun rumus Standar Kesalahan Peramalan (SKP) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- X = Jualan nyata
- Y = Ramalan penjualan
- n = Jumlah data yang dianalisis
- 2 = 2 derajat kebebasan hilang karena dua parameter populasi sedang diramalkan dengan nilai sampel data (a dan b).

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menyusun anggaran penjualan ialah melalui metode peramalan penjualan (*forecasting*). Dengan peralaman penjualan inilah perusahaan dapat melakukan penyusunan anggaran penjualan dengan tepat, maka dari perhitungan peramalan penjualan (*forecasting*) dengan menggunakan ketiga metode yaitu metode trend *least square*, metode trend moment dan metode kuadratik, dari ketiga metode tersebut akan dilakukan perbandingan untuk mengetahui metode mana yang tepat untuk diterapkan bagi PT Wahana Persada Karton dalam menyusun anggaran penjualan.

Melalui Standar Kesalahan Peramalan (SKP) ini maka dapat ditentukan metode peramalan penjualan yang lebih efektif dan tepat. Maka, metode yang lebih tepat bagi perusahaan dalam membuat prediksi (peramalan) penjualan dengan menggunakan metode kuadratik.

Metode kuadratik ini mempunyai Standar Kesalahan Peramalan (SKP) yang lebih kecil daripada menggunakan metode trend *least square* dan metode trend moment yang tampak dari perbandingan perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Perbandingan Perhitungan SKP Untuk Peramalan Penjualan

No	Jenis Kotak	Standar Kesalahan Peramalan (SKP)		
		Metode <i>Least Square</i>	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

E. Analisis Varians antara Target dengan Realisasi Penjualan

Analisis varians dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan realisasi dibandingkan dengan anggarannya. Menurut Shim dan Siegel (2010:13), varians yang lebih kecil dari 5% dianggap tidak material (*immaterial*). Sedangkan varians melebihi 10% dianggap material (*material*) dan dapat diterima untuk perusahaan yang menerapkan standar yang ketat dibandingkan dengan varians sebesar 5%.

Berikut adalah rumus yang dapat digunakan dalam perhitungan analisis menurut Rudianto (2009:13) adalah :

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

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

Berdasarkan rumus diatas, dapat diketahui bahwa persentase 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, perhitungan target penjualan yang dilakukan PT Wahana Persada Karton ditentukan sendiri oleh pimpinan perusahaan yang hanya berdasarkan dari realisasi penjualan pada tahun sebelumnya.

Dalam perhitungan analisis *varians* ini dapat diketahui telah terjadi selisih antara target penjualan dan realisasinya. Hasil pengamatan penulis tentang penentuan target penjualan pada PT Wahana Persada Karton Palembang, diketahui perusahaan tidak mengoreksi lebih lanjut atas selisih-selisih yang terjadi.

Tabel 2. Rekapitulasi Perhitungan Varians

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

Berdasarkan Tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa, Penyimpangan yang terjadi pada tahun 2012 sampai 2016 memiliki tingkat penyimpangan yang melebihi batas toleransi atas kebijakan perusahaan. Batas toleransi penyimpangan lebih kecil dari 5% dianggap tidak material (*immaterial*) dan yang melebihi 10% dianggap material (*material*), dikemukakan oleh Shim dan Siegel (2010). Berarti pada tahun 2012 sampai 2016 dianggap material (*material*) artinya bahwa penyimpangan (*varians*) tersebut dapat mempengaruhi dalam meningkatkan laba perusahaan dari jumlah anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya.

Kemudian, menurut Shim dan Siegel (2010:13) penyimpangan (*varians*) yang terjadi melebihi sebesar 10% sangat baik untuk digunakan bagi perusahaan yang menerapkan standar yang ketat dibandingkan dengan varians sebesar 5%.

F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Varians Anggaran dan Realisasi Penjualan

Faktor utama yang dipertimbangkan dalam penyusunan anggaran pada PT Wahana Persada Karton Palembang adalah realisasi penjualan tahun yang lalu atau tahun sebelumnya. Selain itu, PT Wahana Persada Karton perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang menyebabkan terjadinya perbedaan atau selisih (*varians*) antara anggaran dan realisasi yang dikelompokan kedalam dua kategori yaitu:

- 1) Faktor internal adalah segala faktor yang muncul dan disebabkan dari dalam perusahaan. Pada PT Wahana Persada Karton Palembang faktor internal yang dipertimbangkan sebagai berikut: kebijakan pimpinan perusahaan, pendapatan perusahaan dan Sumber Daya Manusia (SDM).
- 2) Faktor eksternal adalah segala faktor yang muncul dan disebabkan dari perusahaan, tetapi dirasakan mempunyai pengaruh terhadap kegiatan perusahaan. Pada PT Wahana Persada Karton Palembang faktor-faktor eksternal yang dipertimbangkan sebagai berikut: kebijakan pemerintah, tingkat persaingan dan tingkat penghasilan masyarakat.

G. Analisis Anggaran Penjualan Sebagai Perencanaan Laba

Anggaran penjualan yang telah di realisasikan dengan seefektif mungkin akan menciptakan kegiatan operasional yang baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatkan laba. Sehingga dengan laba yang dihasilkan, perusahaan dapat tetap tumbuh dan berkembang mengikuti persaingan dunia usaha.

Realisasi anggaran penjualan mempunyai hubungan dengan perencanaan laba perusahaan yaitu apabila realisasi penjualan lebih tinggi dari yang dianggarkan maka perusahaan akan mendapatkan laba. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi besarnya laba ialah dapat dilihat dari kuantitas penjualan box yang terjual. Sehingga dari besarnya kuantitas penjualan tersebut tentunya akan mempengaruhi pendapatan yang nantinya sangat berhubungan dengan laba pada PT Wahana Persada Karton Palembang.

Oleh karena itu, perusahaan harus menyusun anggaran penjualan dengan baik. Ini diharapkan untuk mengetahui dan memaksimalkan pencapaian laba penjualan. Dengan perusahaan mengetahui laba penjualan, maka hal tersebut dapat digunakan untuk melengkapi kegiatan-kegiatan perusahaan lainnya.

3. Kesimpulan

Kesimpulan dari uraian-uraian yang telah penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

- 1) Prosedur yang digunakan oleh perusahaan adalah *Top Down (otoriter)*. Dengan prosedur ini target penjualan ditetapkan oleh pimpinan perusahaan.
- 2) Bahwa PT Wahana Persada Karton Palembang, dimana peramalan penjualan (*forecasting*) untuk penjualan kotak lebih tepat menggunakan metode kuadratik. Metode kuadratik ini mempunyai Standar Kesalahan Peramalan (SKP) yang lebih kecil daripada menggunakan metode *trend least square* dan metode *trend moment*.
- 3) a. Dari perhitungan penyimpangan (*varians*) antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan maka penyimpangan yang terjadi pada tahun 2012 sampai 2016 memiliki tingkat penyimpangan yang melebihi 10% dianggap material (*material*), dikemukakan oleh Shim dan Siegel artinya bahwa penyimpangan (*varians*) tersebut dapat mempengaruhi dalam meningkatkan laba perusahaan dari jumlah anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya.
- 4) b. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan atau selisih (*varians*) antara anggaran dan realisasi yang dikelompokkan kedalam dua kategori yaitu faktor internal seperti kebijakan pimpinan perusahaan, pendapatan perusahaan dan Sumber Daya Manusia (SDM). Dan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, tingkat persaingan dan tingkat penghasilan masyarakat.

Saran

Saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

- 1) Sebaiknya PT Wahana Persada Karton dalam menetapkan target penjualan lebih mengikutsertakan partisipasi bagian-bagian yang ada di perusahaan tersebut di dalam menyusun anggaran penjualan, agar dapat membuat perincian yang lebih realistis. Di

samping itu, dengan adanya partisipasi dari bagian yang terkait, komunikasi dan kerjasama dalam perusahaan akan memiliki motivasi dan rasa tanggung jawab untuk menyetujui, mendukung dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya.

- 2) Sebaiknya PT Wahana Persada Karton menggunakan metode peramalan yaitu metode kuadratik dalam menentukan taksiran penjualan dan penyusunan anggaran penjualan agar tidak terjadi selisih antara anggaran penjualan dengan realisasinya.
- 3) Sebaiknya dalam menentukan anggaran penjualan, PT Wahana Persada Karton mengadakan evaluasi dan dihitung dengan realisasi yang telah ada agar dapat diketahui penyebab selisih antara anggaran dengan realisasinya sehingga dapat diperbaiki.

Daftar Pustaka

- Fadli, M. 2012. Analisis Prosedur dan Varians Anggaran Penjualan pada CV. Agung Jaya Art. *Jurnal POLTEK PalComTech Palembang*. Hal: 1-8.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Selemba Empat. Jakarta.
- Jamiyla, Bernika Ifada Putri Nz dan Endah Meiria. 2016. Analisis Tingkat Efisiensi Penggunaan Keuangan Ditinjau Dari Rasio Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pada Kantor Kecamatan Kalidoni Palembang 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume 07 No.01 Desember 2016*. Hal 1-7.
- K.Shim Jae dan G.Siegel Joel. 2010. *Budgeting Pedoman Lengkap Langkah-Langkah Penganggaran*. diterjemahkan oleh Julius Mulyadi, Neneng Natalia. Erlangga. Jakarta.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Nafarin, M. 2012. *Penganggaran Rencana Kerja Perusahaan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nz, Bernika Ifada Putri, Jamiyla, dan Endah Meiria. 2015. Analisis Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pada Kantor Kecamatan Kalidoni Palembang 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume 06 No.01 Juli 2015*. Hal 1-6.
- Pratiwi, Trie Sartika. 2016. Pengujian Antecedent dari Niat Pengguna Internet dalam Keputusan Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume 7 No.01 Desember 2016*. Hal 1-8.
- Rudianto. 2009. *Penganggaran*. Erlangga. Jakarta.