

SALES BUDGET **(ANGGARAN PENJUALAN)**

dedehsri@unsil.ac.id

Pendahuluan

Dalam kondisi Persaingan pasar yang dihadapi oleh perusahaan seperti saat ini, menyebabkan banyak perusahaan menghadapi kesulitan dalam memasarkan seluruh produknya dengan kapasitas yang dimilikinya. Secara umum, kemampuan menjual merupakan titik lemah bagi banyak perusahaan. Oleh karena itu, maka dalam rangka penyusunan ***Comprehensive Budget*** terlebih dahulu harus disusun Anggaran Penjualan.

Anggaran Penjualan

adalah Anggaran yang disusun secara sistematis yang merencanakan secara terperinci mengenai penjualan selama 1 periode tertentu yang didalamnya berisi jenis barang yang akan dijual, jumlah barang, harga barang, waktu dan daerah penjualannya.

Sales Budget

- Merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain dan umumnya merupakan anggaran yang paling dahulu dibuat sebelum anggaran-anggaran lainnya.
- Dibuat didasarkan pada ramalan penjualan (*sales forecasting*)
- Ramalan penjualan berubah fungsinya menjadi rencana/anggaran penjualan apabila manajemen memasukkan unsur-unsur subyektif rencana strategis serta pertimbangan lainnya.
- Sebelum Menyusun anggaran penjualan, perusahaan harus menyusun rencana secara keseluruhan. rencana penjualan secara keseluruhan yang terpadu sangat penting dilakukan sebagai bagian dari perencanaan dan pengendalian laba terpadu (***Profit Planning and Control***).

Sales Budget

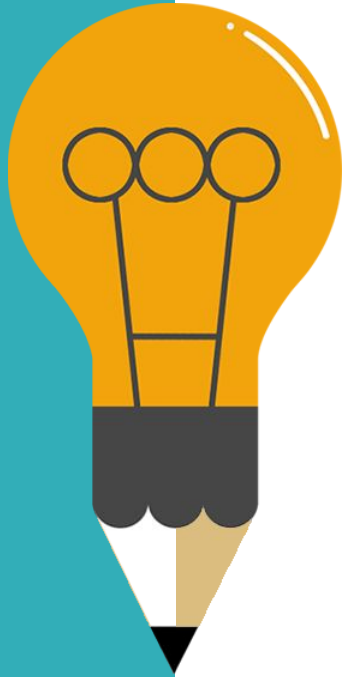
Adalah anggaran yang didalamnya merencanakan secara terperinci tentang penjualan yang akan dilakukan oleh perusahaan selama suatu periode tertentu yang akan datang.

Pada Sales Budget, terdapat:

1. Jenis barang yang akan dijual
2. Jumlah barang yang akan dijual
3. Harga barang yang akan dijual,
4. Periode penjualan
5. Waktu penjualan
6. Daerah penjualan.

Harga jual = Harga Pabrik + Laba + Biaya-biaya

Rencana Penjualan terpadu dibuat dengan langkah-langkah sebagai berikut :



01

Membuat pedoman perencanaan penjualan.

02

Membuat ramalan penjualan.

03

Mengumpulkan data-data yang relevan.

04

Membuat rencana Penjualan Strategis dan Taktis.

05

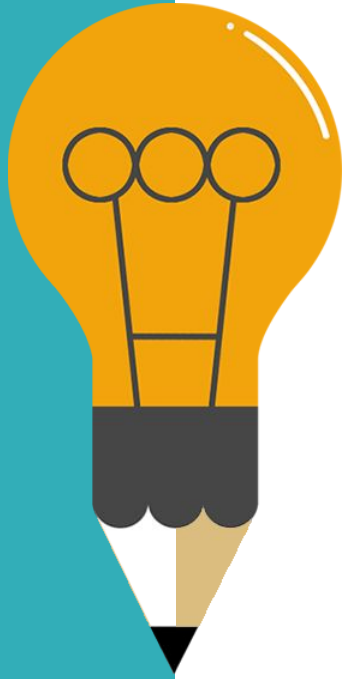
Mendapatkan komitmen Manajemen untuk mencapai sasaran yang terdapat dalam rencana Penjualan terpadu.

Kegunaan *Sales Budget*

Secara umum berguna sebagai pedoman kerja, pengkoordinasian kerja, pengawasan, dan pengendalian yang akan membantu manajemen dalam menjalankan perusahaan.

Secara khusus Kegunaannya adalah sebagai dasar untuk penyusunan Anggaran Produksi (***Production Budget***), yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk penyusunan Anggaran-Anggaran yang lain.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi besar kecilnya Anggaran Penjualan :



01

Jenis Produk Yang dijual

02

Unit Produk yang dianggarkan

03

Daerah pemasaran

04

Harga Produk

05

Waktu (Bulanan, Triwulanan, atau Semesteran)

Faktor-Faktor pertimbangan dalam *Sales Budget* :

1. Karakteristik pasar yang dihadapi, bisa dilihat dari:
 - luas pasar (pasar lokal, pasar regional, pasar nasional, dan pasar internasional)
 - persaingan (dapat bersifat: monopoli, bebas, persaingan sempurna).
 - kemampuan dari pasar untuk menyerap barang
 - sifat dari konsumen (konsumen akhir, konsumen industri)
2. Kemampuan pasar dari segi finansial
3. Kapasitas dari mesin dan peralatan yang dimiliki perusahaan
4. Kemampuan SDM perusahaan.

Langkah-langkah Penyusunan *Sales Budget* :

01

Menentukan Strategi Pemasaran

02

Analisis Kemampuan dimasa mendatang

03

Memperhatikan kondisi Ekonomi,kebijakan pemerintah,dan pesaing.

04

Menentukan jumlah penjualan yang dianggarkan.

05

Membuat perhitungan L/R atas volume penjualan yang dicapai..

06

Mengkomunikasikan Anggaran penjualan tersebut kepada masing-masing bagian yang terkait

Tahap-tahap Penyusunan Anggaran Penjualan

01

Menetapkan dasar anggaran termasuk di dalamnya penentuan tujuan dan misi perusahaan, strategi perusahaan serta tujuan yang harus dicapai.

02

Analisa penentuan kemampuan penjualan yang akan dicapai

03

Menentukan jumlah penjualan yang akan dicapai

04

Menghitung lab/rugi yang mungkin akan diperoleh dari tingkat penjualan yang dianggarkan.

05

Mengkomunikasikan anggaran perusahaan yang telah disusun kepada semua pihak yang berkepentingan terutama pihak-pihak yang akan melaksanakan aktivitas untuk kepentingan tersebut

Contoh Kasus:

Data –data yang Relevan dengan penyusunan Anggaran Penjualan selama beberapa tahun yang lalu adalah sbb:

- 1 .Perusahaan memproduksi dan Menjual 2 macam produk yaitu produk A dan Produk B.
 - 2 .Penjualan Produk A dan Produk B Kurun Waktu Tahun 2015-2019 sebagai berikut:
-

Tabel 1 Penjualan Produk A dan B

Tahun	Produk A	Produk B
2015	6000	4000
2016	6200	4100
2017	6500	4300
2018	6800	4450
2019	7000	4500

3. Dengan Mempertimbangkan Proyeksi Kapasitas, Tersedianya Sumber Daya Material, Tenaga kerja, Modal, Distribusi dan lain-lain, maka Anggaran Penjualan Tahun 2020 ditentukan sebagai berikut :

- Produk A sebesar 80 % dari proyeksi.
- Produk B sebesar 75 % dari Proyeksi.

4. Kedua Produk tersebut dijual di beberapa Daerah Pemasaran dengan proporsi:

PRODUK A :

- Tasikmalaya: 30 %
- Ciamis ; 20 %
- Garut : 15 %
- Bandung : 35 %

PRODUK B :

- Tasikmalaya : 15 %
- Ciamis : 35 %
- Garut : 30 %
- Bandung : 20 %

5.Harga Per Unit untuk masing- masing Produk :

PRODUK A :

- Tasikmalaya : Rp.5.000,00
- Ciamis : Rp.5.250,00
- Garut : Rp.5.350,00
- Bandung : Rp.5.500,00

PRODUK B :

- Tasikmalaya : Rp.6.250,00
- Ciamis : Rp.6.350,00
- Garut : Rp.6.500,00
- Bandung : Rp.6.600,00

6. Rincian Anggaran Per Triwulan adalah sbb:

Tabel 2. Anggaran Penjualan Per triwulan

Triwulan	Produk A	Produk B
TW I	30 %	25 %
TW II	20 %	30 %
TW III	30 %	20 %
TW IV	20 %	25 %

7. Penyusunan Anggaran Penjualan Tahun 2020 diperhitungkan sebagai berikut :

1. Proyeksi Penjualan Produk A Tahun 2020 :

Tabel 3 Proyeksi Penjualan Produk A

Tahun	Y	X	XY	X ²
2015	6.000	-2	-12.000	4
2016	6.200	-1	-6.200	1
2017	6.500	0	0	0
2018	6.800	1	6.800	1
2019	7.000	2	14.000	4
JUMLAH	32.500	0	2.600	10

$$a = \frac{32.500}{5} = 6.500$$

$$b = \frac{2.600}{10} = 260$$

$$Y = 6.500 + 260x$$

Proyeksi Penjualan tahun 2020 :

$$Y = 6.500 + 260(3) = 7.280 \text{ Unit}$$

2. Proyeksi Penjualan produk B Tahun 2020 :

Tabel 4 Proyeksi Penjualan Produk B

Tahun	Y	X	XY	X²
2015	4.000	-2	-8.000	4
2016	4.100	-1	-4.100	1
2017	4.300	0	0	0
2018	4.450	1	4.450	1
2019	4.500	2	9.000	4
Jumlah	21.350	0	1.350	10

$$a = \frac{21.350}{5} = 4.270$$

$$b = \frac{1.350}{10} = 135$$

$$Y = 4.270 + 135X$$

Proyeksi Penjualan Tahun 2020:

$$Y = 4.270 + 135(3) = 4.675 \text{ Unit}$$

8. Unit Penjualan yang di Anggarkan pada Tahun 2020 untuk masing – masing Produk adalah :

1. **Produk A = 80% x 7.280 = 5.824 dibulatkan 5.800**

2. **Produk B = 75% x 4.675 = 3.506 dibulatkan 3.500**

Penjualan dimasing-masing daerah Pemasaran:

a.Produk A :

Tasikmalaya : 30 % x 5.800 = 1.740 Unit

Ciamis : 20% x 5.800 = 1.160 Unit

Garut : 15% x 5.800 = 870 Unit

Bandung : 35% x 5.800 = 2.030 Unit

b.Produk B :

Tasikmalaya: 15 % x 3.500 = 525 Unit

Ciamis : 35 % x 3.500 = 1.225 Unit

Garut : 30% x 3.500 = 1.050 Unit

Bandung : 20% x 3.500 = 700 Unit

9 .Penjualan pada setiap daerah pada masing-masing Triwulan :

a. Produk A :

Tasikmalaya :

- TW I : $30 \% \times 1.740 = 522$ Unit
- TW II : $20 \% \times 1.740 = 348$ Unit
- TW III : $30 \% \times 1.740 = 522$ Unit
- TW IV : $20 \% \times 1.740 = 348$ Unit

Ciamis :

- TW I : $30 \% \times 1.160 = 348$ Unit
- TW II : $20 \% \times 1.160 = 232$ Unit
- TW III : $30 \% \times 1.160 = 348$ Unit
- TW IV : $20 \% \times 1.160 = 232$ Unit

Garut :

- TW I : 30 % X 870 = 261 Unit
- TW II : 20 % X 870 = 174 Unit

- TW III : 30 % X 870 = 260 Unit
- TW IV : 20 % X 870 = 174 Unit

Bandung :

- TW I : 30 % X 2.030 = 609 Unit
- TW II : 20 % X 2.030 = 406 Unit
- TW III : 30 % X 2.030 = 609 Unit
- TW IV : 20 % X 2.030 = 406 Unit

b. Produk B :

Tasikmalaya :

- TW I : $25 \% \times 525 = 131,25$ Unit
 - TW II : $30 \% \times 525 = 157,5$ Unit
 - TW III : $20 \% \times 525 = 105$ Unit
 - TW IV : $25 \% \times 525 = 131,25$ Unit
-

Ciamis :

- TW I : $25 \% \times 1.225 = 306,25$ Unit
- TW II : $30 \% \times 1.225 = 367,5$ Unit
- TW III : $20 \% \times 1.225 = 245$ Unit
- TW IV : $25 \% \times 1.225 = 306,25$ Unit

Garut :

- TW I : 25 % x 1.050 = 262,5 Unit
- TW II : 30 % x 1.050 = 315 Unit

- TW III : 20 % x 1.050 = 262,5 Unit
- TW IV : 25 % x 1.050 = 262,5 Unit

Bandung :

- TW I : 25 % x 700 = 175 Unit
- TW II : 30 % x 700 = 210 Unit
- TW III : 20 % x 700 = 175 Unit
- TW IV : 25 % x 700 = 175 Unit

10. Setelah Perhitungan selesai, Baru kemudian dilakukan Penyusunan Anggaran Penjualan Tahun 2020 secara lengkapnya seperti pada tabel 5 berikut ini :

Tabel 5.
PT. X
“ANGGARAN PENJUALAN”
Tahun 2020

Keterangan	Produk A			Produk B			Total
	Unit	Harga/U	Jumlah	Unit	Harga/U	Jumlah	
TASIKMALAYA							
TW I	522	5.000	2.610.000	131.25	6.250	820.312.5	
TW II	348		1.740.000	157.5		984.375	
TW III	522		2.610.000	105		656.250	
TW IV	348		1.740.000	131.25		820.312.5	
JUMLAH	1.740	5.000	8.700.000	525	6.250	3.281.250	11.981.250
CIAMIS							
TW I	348	5.250	1.827.000	306.25	6.350	1.944.687.5	
TW II	323		1.218.000	367.5		2.333.625	
TW III	348		1.827.000	245		1.555.750	
TW IV	323		1.218.000	306.25		1.944.687.5	
JUMLAH	1160	5.250	6.090.000	1.225	6.350	7.778.750	13.868.750
GARUT							
TW I	261	5.350	1.396.350	262.5	6.500	1.706.250	
TW II	174		930.900	315		2.047.500	
TW III	261		1.396.350	210		1.365.000	
TW IV	174		930.900	262.5		1.706.240	
JUMLAH	870	5.350	4.654.500	1.050	6.500	6.825.000	11.479.500
BANDUNG							
TW I	609	5.500	3.349.500	175	6.600	1.155.000	
TW II	406		2.233.000	210		1.386.000	
TW III	609		3.349.500	140		924.000	
TW IV	406		2.233.000	175		1.155.000	
JUMLAH	2030	5.500	11.165.000	700	6.600	4.620.000	15.785.000
TOTAL	5800		30.609.500	3.500		22.505.000	53.114.500