

Budgeting

Budget Penjualan

Budget Penjualan (sales budget) ialah budget yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang, meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan, serta tempat (daerah) pemasarannya.

Rencana di bidang pemasaran lainnya :

1. Rencana tentang sasaran atau tujuan pemasaran
2. Rencana tentang organisasi pemasaran
3. Rencana tentang pengembangan saluran distribusi
4. Rencana tentang media promosi
5. Rencana tentang pengembangan produk
6. Rencana tentang survei atau penelitian konsumen

Kegunaan Budget Penjualan

Secara umum,

1. Pedoman kerja
2. Alat manajemen menciptakan koordinasi kerja
3. Alat manajemen melakukan evaluasi atau pengawasan kerja

Secara khusus,

1. Sebagai dasar menyusun budget unit yang akan diproduksi
2. Sebagai dasar menyusun budget kas
3. Sebagai dasar menyusun budget piutang

Data dan Informasi untuk Menyusun Budget Penjualan

Data Internal,

- a. Perkembangan penjualan
- b. Kebijakan perusahaan berkaitan dengan pemasaran
- c. Kapasitas produksi
- d. Ketersediaan karyawan di bidang pemasaran
- e. Tersedianya fasilitas penunjang kegiatan pemasaran
- f. Tersedianya modal kerja

Data eksternal,

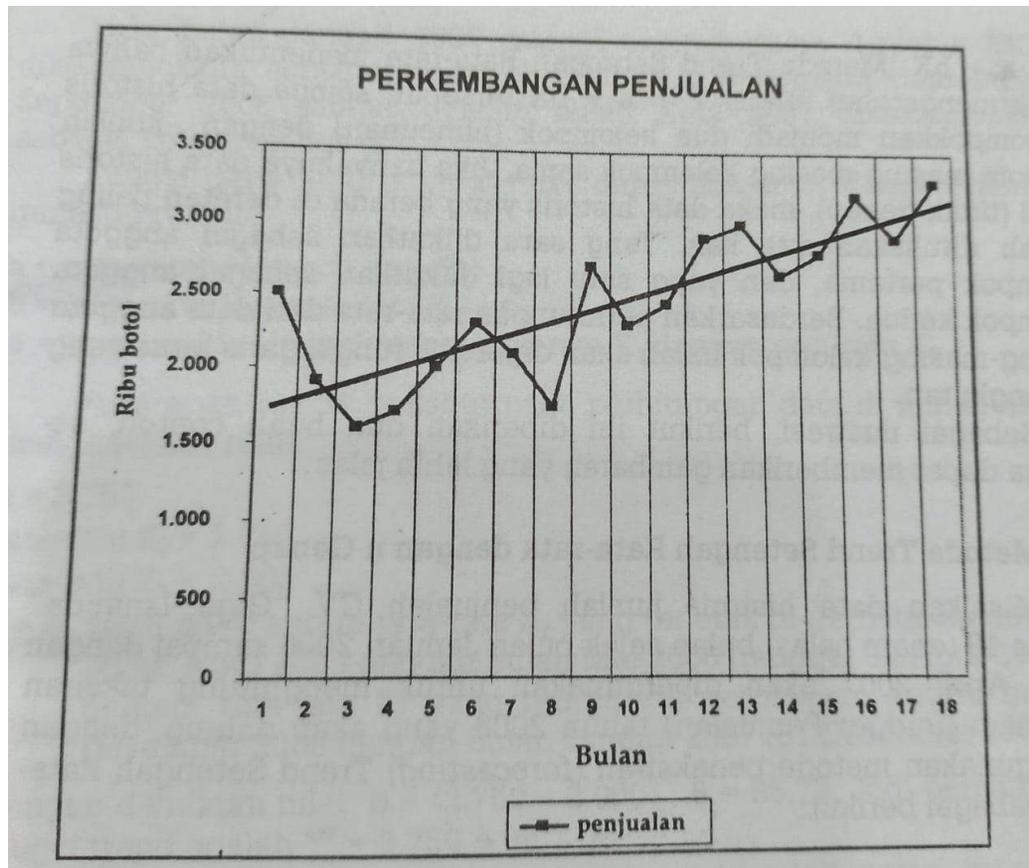
- a. Pesaing dan tingkat persaingan di pasar
- b. Posisi perusahaan dalam persaingan
- c. Jumlah penduduk dan tingkat pertumbuhannya
- d. Rata-rata penghasilan penduduk dan tingkat pertumbuhannya
- e. Konsumen, meliputi jumlah, tingkat penghasilan, selera, dsb.
- f. Elastisitas permintaan terhadap produk yang akan dijual
- g. Agama, adat-istiadat, kebiasaan masyarakat
- h. Kebijakan pemerintah (politik, ekonomi, sosial, budaya, kemananan)
- i. Kondisi perekonomian nasional dan internasional
- j. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi

Cara Melakukan Penaksiran

1. Bersifat kualitatif (*nonstatistical method* atau *opinion method*)
Merupakan cara penaksiran yang menitikberatkan pada pendapat seseorang
 - a. Pendapat pimpinan bagian pemasaran
 - b. Pendapat para petugas penjualan
 - c. Pendapat saluran distribusi
 - d. Pendapat konsumen
 - e. Pendapat pengamat dan para ahli

2. Bersifat kuantitatif (*statistical method*)
Merupakan cara penaksiran yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistika

1. Metode Trend Bebas



2.a. Metode Trend Setengah Rata-rata dengan n Genap

rata, sebagai berikut.

Bulan	Y (ribu botol)	X	Jumlah Kelompok	Rata-rata Kelompok
Januari 2006	2.500	(11,5)	16.000	2.000,00
Februari 2006	1.900	(10,5)		
Maret 2006	1.600	(9,5)		
April 2006	1.700	(8,5)		
Mei 2006	2.000	(7,5)		
Juni 2006	2.300	(6,5)		
Juli 2006	2.200	(5,5)		
Agustus 2006	1.800	(4,5)		
September 2006	2.700	(3,5)	22.000	2.750,00
Oktober 2006	2.300	(2,5)		
November 2006	2.450	(1,5)		
Desember 2006	2.900	(0,5)		
Januari 2007	3.000	0,5		
Februari 2007	2.650	1,5		
Maret 2007	2.800	2,5		
April 2007	3.200	3,5		

$$Y = a + bX$$

- a : rata2 kelompok dua (K2)
- b : (rata2 K2 – rata2 K1) / n
- n : jarak waktu antara rata2 K2 dengan rata2 K1

Bulan	Y' (ribu botol)	X
Januari 2008	3.922	12,5
Februari 2008	4.016	13,5
Maret 2008	4.109	14,5
April 2008	4.203	15,5
Mei 2008	4.297	16,5
Juni 2008	4.391	17,5
Juli 2008	4.484	18,5
Agustus 2008	4.578	19,5
September 2008	4.672	20,5
Oktober 2008	4.766	21,5
November 2008	4.859	22,5
Desember 2008	4.953	23,5

2.b. Metode Trend Setengah Rata-rata dengan n Ganjil

Bulan	Y (ribu botol)	X	Jumlah Kelompok	Rata-rata Kelompok
Januari 2006	2.500	(12)	18.700	2.077,78
Februari 2006	1.900	(11)		
Maret 2006	1.600	(10)		
April 2006	1.700	(9)		
Mei 2006	2.000	(8)		
Juni 2006	2.300	(7)		
Juli 2006	2.200	(6)		
Agustus 2006	1.800	(5)		
September 2006	2.700	(4)		
September 2006	2.700	(4)	24.900	2.766,67
Oktober 2006	2.300	(3)		
November 2006	2.450	(2)		
Desember 2006	2.900	(1)		
Januari 2007	3.000	0,0		
Februari 2007	2.650	1,0		
Maret 2007	2.800	2,0		
April 2007	3.200	3,0		
Mei 2007	2.900	4,0		

Bulan	Y' (ribu botol)	X
Januari 2008	3.800	12,0
Februari 2008	3.886	13,0
Maret 2008	3.972	14,0
April 2008	4.058	15,0
Mei 2008	4.144	16,0
Juni 2008	4.231	17,0
Juli 2008	4.317	18,0
Agustus 2008	4.403	19,0
September 2008	4.489	20,0
Oktober 2008	4.575	21,0
November 2008	4.661	22,0
Desember 2008	4.747	23,0