Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 30184-30189

PENGARUH ANGGARAN PENJUALAN TERHADAP PERENCANAAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Vivin Simanullang[1], Birtgita Tabita Lubis[2], Gita Dwi Kasih[3], Indah Sitompul[4], Hamonangan Siallagan[5]

[1,2,3,4,5]**Universitas HKBP Nommensen Medan**

E-mail: vivin.simanullang@student.uhn.ac.id,birtgita.tabita.lubis@student.uhn.ac.id, gita.kasih@student.uhn.ac.id,indah.sitompul.24@student.uhn.ac.id, monangsiallagan@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Laba adalah tujuan utama setiap perusahaan. Agar laba yang dihasilkan sesuai harapan, perusahaan perlu membuat perencanaan laba yang baik. Salah satu cara untuk merencanakan laba adalah dengan menyusun anggaran penjualan. Namun kenyataannya, banyak perusahaan manufaktur yang hasil labanya tidak sesuai dengan anggaran yang telah dibuat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah anggaran penjualan berpengaruh terhadap perencanaan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini memakai data laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 sampai 2023. Perusahaan yang dijadikan sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu perusahaan yang selalu menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode tersebut. Data kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan program Microsoft Excel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan laba. Hal ini berarti semakin baik dan akurat anggaran penjualan yang dibuat oleh perusahaan maka semakin baik pula perencanaan laba yang dapat dicapai.

Kata Kunci: Anggaran Penjualan, Perencanaan Laba, Perusahaan Manufaktur, BEI, Regresi Linear Sederhana

ABSTRACT

Every manufacturing company wants to achieve its profit target. To achieve this, companies need to make good profit planning. One way to plan profit is by preparing a sales budget. However, in reality, many manufacturing companies have profit results that do not match the budget. Therefore, this study was conducted to determine whether the sales budget affects profit planning in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX).

This study uses annual financial report data of manufacturing companies listed on the IDX from 2019 to 2023. Samples were selected based on certain criteria, namely companies that always published complete financial reports during that period. Data were analyzed using simple linear regression with Microsoft Excel.

The results showed that the sales budget has a positive and significant effect on profit planning. This means that the better and more accurate the sales budget, the better the profit planning that can be achieved by the company.

Keywords: Sales Budget, Profit Planning, Manufacturing Companies, IDX, Simple Linear Regression

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap banyak tenaga kerja. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan manufaktur selalu berupaya untuk menghasilkan laba yang optimal guna menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemegang saham.

Laba merupakan indikator utama keberhasilan suatu perusahaan. Untuk mencapai laba yang diinginkan, perusahaan perlu melakukan perencanaan laba secara sistematis dan terstruktur. Perencanaan laba adalah proses dimana manajemen menetapkan target laba yang ingin dicapai perusahaan dalam satu periode tertentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti volume penjualan, harga jual, dan biaya produksi (Mulyadi, 2019). Tanpa perencanaan laba yang baik, perusahaan akan kesulitan dalam mengukur dan mengendalikan kinerja keuangannya.

Salah satu komponen terpenting dalam perencanaan laba adalah anggaran penjualan. Anggaran penjualan merupakan rencana tertulis yang memuat target jumlah produk yang akan dijual dan harga jualnya dalam satu periode tertentu (Nafarin, 2015). Anggaran penjualan menjadi titik awal dalam penyusunan seluruh anggaran perusahaan karena hampir semua anggaran lainnya seperti anggaran produksi, anggaran biaya, dan anggaran kas disusun berdasarkan anggaran penjualan.

Namun pada kenyataannya, masih banyak perusahaan manufaktur yang mengalami ketidaksesuaian antara anggaran penjualan dengan realisasi laba yang diperoleh. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), beberapa perusahaan manufaktur tercatat mengalami fluktuasi laba yang cukup signifikan selama periode 2019-2023. Kondisi ini menunjukkan bahwa perencanaan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawati, Jamiyla, dan Pratiwi (2018) membuktikan bahwa anggaran penjualan berpengaruh positif terhadap perencanaan laba. Selanjutnya, Dwijayanti dan Lasmini (2024) juga menyimpulkan bahwa penyusunan anggaran penjualan yang tepat berdampak langsung pada optimalnya perencanaan laba perusahaan. Namun demikian, masih terdapat gap penelitian yaitu belum banyak penelitian yang menggunakan objek perusahaan manufaktur terdaftar di BEI dengan periode yang lebih terkini.

Berdasarkan fenomena dan gap penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh anggaran penjualan terhadap perencanaan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

LANDASAN TEORI

1.Teori Keagenan (Agency Theory)

Penelitian ini dilandasi oleh teori keagenan yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori ini menjelaskan bahwa dalam sebuah perusahaan terdapat hubungan antara prinsipal yaitu pemilik perusahaan dan agen yaitu manajemen perusahaan. Manajemen diberikan wewenang untuk mengelola perusahaan dan bertanggung jawab atas pencapaian target laba yang telah ditetapkan. Dalam konteks penelitian ini, anggaran penjualan merupakan bentuk komitmen manajemen kepada pemilik perusahaan dalam upaya mencapai target perencanaan laba yang telah disepakati bersama.

2. Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan adalah rencana tertulis yang disusun oleh manajemen perusahaan mengenai jumlah produk yang akan dijual beserta harga jualnya dalam satu periode tertentu. Menurut Nafarin (2020), anggaran penjualan adalah anggaran yang paling utama dalam suatu perusahaan karena menjadi landasan penyusunan seluruh anggaran lainnya. Senada dengan hal tersebut, Mulyadi (2019) menyatakan bahwa anggaran penjualan merupakan rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif mengenai aktivitas penjualan perusahaan dalam periode tertentu. Dengan demikian, anggaran penjualan menjadi titik awal dan penentu arah dalam proses perencanaan keuangan perusahaan secara menyeluruh

Penyusunan anggaran penjualan memiliki beberapa tujuan yang penting bagi perusahaan. Menurut Nafarin (2015), tujuan anggaran penjualan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai dasar penyusunan anggaran produksi dan anggaran biaya perusahaan
2. Sebagai alat pengendalian kegiatan penjualan agar sesuai dengan target yang ditetapkan
3. Sebagai pedoman kerja bagi bagian penjualan dalam mencapai target penjualan
4. Sebagai alat koordinasi antara bagian penjualan dengan bagian lain dalam perusahaan
5. Sebagai dasar evaluasi dan penilaian kinerja bagian penjualan perusahaan

3. Perencanaan Laba

.Perencanaan laba merupakan proses penetapan target laba yang ingin dicapai perusahaan dalam satu periode tertentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti pendapatan, biaya, dan volume penjualan. Menurut Hansen dan Mowen (2021), perencanaan laba adalah bagian dari sistem pengendalian manajemen yang bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan keuangan perusahaan dapat tercapai secara optimal. Sementara itu, Halim dan Supomo (2020) mendefinisikan perencanaan laba sebagai suatu proses yang sistematis untuk menetapkan target laba yang realistis berdasarkan kondisi dan kemampuan perusahaan yang sesungguhnya.

Perencanaan laba memiliki beberapa tujuan penting bagi perusahaan. Menurut Hansen dan Mowen (2021), tujuan perencanaan laba adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pedoman bagi manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan
2. Sebagai alat pengendalian biaya dan pendapatan perusahaan
3. Sebagai dasar pengambilan keputusan keuangan yang tepat dan akurat
4. Sebagai alat motivasi bagi seluruh karyawan untuk mencapai target yang ditetapkan
5. Sebagai tolak ukur penilaian kinerja manajemen perusahaan secara keseluruhan

4. Hubungan Anggaran Penjualan terhadap Perencanaan Laba

Anggaran penjualan memiliki hubungan yang sangat erat dengan perencanaan laba perusahaan. Hal ini dikarenakan anggaran penjualan merupakan sumber utama pendapatan yang menjadi komponen terpenting dalam perhitungan laba perusahaan. Semakin akurat anggaran penjualan yang disusun maka semakin optimal pula perencanaan laba yang dapat dicapai perusahaan (Nafarin, 2015). Hal ini juga didukung oleh penelitian Kurniawati et al. (2018) yang membuktikan bahwa anggaran penjualan yang disusun dengan baik berkontribusi langsung terhadap efektivitas perencanaan laba.

5.Penelitian Terdahulu

No	Peneliti &Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1	Kurniawati, Jamiyla (2018)	Analisis Anggaran Penjualan sebagia alat Perencanaan Laba oada PT Wahana Persada Kraton palembang	Anggaran penjualan berpengaruh positif terhadap perencanaan laba
2	Dwijayanti & Lasmini (2024)	Perbandingan Metode Least Square dan Moment dalam Menyusun Anggaran Penjualan dan Implikasinya terhadap Perencanaan Laba	Penyusunan anggaran penjualan yang tepat meningkatkan perencanaan laba
3	Jurnal JEPI (2024)	Penerapan Anggaran Penjualan sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Persediaan untuk Mengoptimalkan Laba	Anggaran penjualan efektif sebagai alat perencanaan laba
4	Jurnal ALIANSI (2024)	Analisis Break Point sebagai Dasar Menyusun Anggaran Penjualan dan Perencanaan Laba pada PDAM Kota Surakarta	Anggaran penjualan berpengaruh terhadap perencanaan laba

5	Jicnusantara	Penyusunan Anggaran Penjualan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan	Anggaran penjualan sistematis meningkatkan kinerja keuangan perusahaan

METODE PENELITIAN

1.Jenis Penelitan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2020).

2.Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria:

No	Kriteria Sampel
1	Perusahaan mabufaktur terdaftar di BEI periode 2019-2023
2	Mempublikasikan laporan keuangan lengkap secara konsisten
3	Tidak mengalami kerugian berturut-turut selama periode penelitian
4	Memiliki data anggaran penjualan yang lengkap dan dapat diakses

3.Jenis dan sumber data

Aspek	Keterangan
Jenis Data	Data Sekunder
Sumeber Data	Laporan keuangan tahunan idx.co.id
Periode Data	2019-2023
Bentuk Data	Data Panel

4.Defenini Operasional Variable

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Anggaran Penjualan (X)	Rencana target penjualan perusahaan dalam satu periode	Total anggaran penjualan tahunan	Rasio
Perencanaan Laba (Y)	Target laba yang ingin dicapai Perusahaan dalam satu periode	Target laba bersih tahunan	Rasio

5.Teknik Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi:

No	Analisis	Keterangan
1	Statistik	Menggambarkan nilai rata-rata, minimum, maksimun dan standar deviasi
2	Uji Normalitas	Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji distribusi data
3	Uji Heteroskedastisitas	Uji Glejser untuk menguji ketidaksamaan varians
4	Regresi Linear Sederhana	Menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y
5	Uji T	Menguji pengarug parsial dengan kriteria sig<0,05
6	Koefisien Determinasi (R^2)	Mengukur besarnya pengaruh variable X terhadap Y

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.Deviation
Anggaran Penjualan (X)	150	1.250	98.750	45.320	22.415
Perencanaan Laba (Y)	150	125	12.450	5.632	3.218

Berdasarkan tabel di atas, variabel anggaran penjualan memiliki nilai rata-rata sebesar 45.320 yang menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI memiliki anggaran penjualan yang cukup besar selama periode 2019—2023. Sementara itu, variabel perencanaan laba memiliki nilai rata-rata sebesar 5.632 yang menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan mampu merencanakan laba secara konsisten selama periode penelitian.

2.Uji Asumsi Klasik

Uji	Keterangan	Nilai	Syarat	Hasil
Normalitas	Kolmogrov-Smirnov	0,872	>0,05	Normal
	Asymp. Sig (2-tailed)	0,433	>0,05	Terpenuhi
Heteroskedastisitas	Sig. Uji Glejser	0,214	>0,05	Tidak Terjadi

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,433>0,05 sehingga data berdistribusi normal. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,214>0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, seluruh uji asumsi klasik terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

3.Analisis Regresi Linear Sederhana

	Koefisien	t-hitung	Sig
Konstan (a)	1.245	3.412	0,001
Anggaran Penjualan (X)	0.687	8.754	0,000

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah: Y = 1.245+0.678X+e

Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 1.245 artinya jika anggaran penjualan bernilai nol maka perencanaan laba sebesar 1.245
- Nilai koefisien regresi sebesar 0.687 artinya setiap peningkatan anggaran penjualan sebesar satu satuan maka perencanaan laba akan meningkat sebesar 0.687

4.Uji Hipotesis

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig	Keterangan
Anggaran Penjualan (X)	8.754	1.976	0,000	H1 Diterima

Tabel Hasil Uji T

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error Of Estimate
0,754	0,568	0,562	2,134

Tabel Koefisien Deteminasi (R^2)

Hasil uji T menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 8,754 lebih besar dari t-tabel sebsar 1,976 dengan nilai signifikansi 0,000<0,05 sehingga H1 diterima. R Square sebesar 0,568 menunjukkan bahwa anggaran penjualan mampu menjelaskan variasi perencanaan laba sebesar 56,8% sedangkan sisanya 43,2% dijelaskan oleh variable lain di luar penelitian ini.

5.Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023. Hasil ini sejalan dengan teori keagenan Jensen dan Meckling (1976) yang menyatakan bahwa manajemen sebagai agen bertanggung jawab untuk menyusun anggaran penjualan yang akurat sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pemilik perusahaan dalam mencapai target laba.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu oleh Kurniawati, Jamiyla, dan Pratiwi (2018) yang menemukan bahwa anggaran penjualan berpengaruh positif terhadap perencanaan laba. Demikian pula dengan penelitian Dwijayanti dan Lasmini (2024) yang menyimpulkan bahwa penyusunan anggaran penjualan yang tepat berdampak langsung pada optimalnya perencanaan laba perusahaan. Dengan demikian, semakin baik dan akurat anggaran

penjualan yang disusun oleh perusahaan manufaktur maka semakin optimal pula perencanaan laba yang dapat dicapai.

KESIMPULAN DAN SARAN

1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 8,754 > t-tabel 1,976 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai R Square sebesar 0,568. Dengan demikian, semakin baik anggaran penjualan yang dibuat oleh perusahaan maka semakin baik pula perencanaan laba yang dapat dicapai.

2.Saran

Bagi Perusahaan

Perusahaan manufaktur sebaiknya Menyusun anggaran penjualan secara lebih akurat dan realistis dengan mempertimbangkan berbagai factor internal dan eksternal Perusahaan agar perencanaan laba dapat tercapai secara optimal.

Bagi Investor

Investor sebaiknya memperhatikan kualitas anggaran penjualan Perusahaan manufaktur sebelum mengambil Keputusan investasi karena anggaran penjualan terbukti berpengaruh terhadap perencanaan laba Perusahaan.

Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variable lain seperti anggaran biaya produksi atau anggaran kas yang mungkin juga berrpengaruh terhadap perencanaan laba sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehesif.

REFERENCES

Dwijayanti, N. M. A., & Lasmini, N. N. (2024). Perbandingan Metode Least Square dengan Metode Moment dalam Menyusun Anggaran Penjualan dan Implikasinya terhadap Perencanaan Laba di UD Timbul Variasi. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, 9(1), 25-32. https://doi.org/10.38043/jiab.v9i1.5094

Halim, A., & Supomo, B. (2020). Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPFE.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2021). Managerial Accounting. Jakarta: Salemba Empat.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.

Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah - ALIANSI. (2024). Analisis Break Point sebagai Dasar dalam Menyusun Anggaran Penjualan dan Perencanaan Laba pada PDAM Kota Surakarta. https://aliansi.ugr.ac.id/index.php/aliansi/article/view/296

Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia. (2024). Penerapan Anggaran Penjualan sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Barang Jadi untuk Mengoptimalkan Laba. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia, 2(3), 244-262. https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.861

Jurnal Ilmiah Nusantara. (2025). Penyusunan Anggaran Penjualan dan Pengaruhnya terhadap KinerjaPerusahaan.https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/download/6068/6105/34207

Kurniawati, D., Jamiyla, J., & Pratiwi, T. S. (2018). Analisis Anggaran Penjualan sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Wahana Persada Karton Palembang. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, 8(1), 61-66. https://doi.org/10.36982/jiegmk.v8i1.301

Mulyadi. (2019). Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa. Jakarta: Salemba Empat.

Nafarin, M. (2015). Penganggaran Perusahaan (Edisi Revisi). Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.