

**SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN  
SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA  
PT DISTRIBUTOR BELOG BALI**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NAMA : NI LUH PUTU YESA VIHANI WARNAWA**  
**NIM : 2115644174**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
2025**

**EFEKTIVITAS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN  
SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA  
PT DISTRIBUTOR BELOG BALI**

**Ni Luh Putu Yesa Vihani Warnawa**

**2115644174**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

**ABSTRAK**

Ramalan Penjualan merupakan suatu aktivitas perkiraan produk yang akan ditawarkan di masa yang akan datang dalam situasi tertentu yang disusun berdasarkan data historis. Penelitian ini dilakukan pada PT Distributor Belog Bali dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbandingan realisasi penjualan terhadap penyusunan anggaran yang dilakukan dengan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment* serta menghitung Standar Kesalahan Peramalan yang terjadi. Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Penelitian dengan menggunakan data penjualan selama 2 tahun menunjukkan bahwa peramalan penjualan dengan Metode *Trend Moment* lebih sesuai dan mendekati dengan realisasi penjualan tahun 2023 dan 2024 ketiga produk yaitu sebesar 11.071 produk Minyak Belog 20ml, 7.040 produk Belog Fresh 20ml, dan 18.612 produk Belog Fresh 8ml. Nilai selisih SKP sebesar 0,01 produk Minyak Belog 20ml, 0,07 produk Belog Fresh 20ml dianggap tidak material. Sehingga penyusunan *forecast* dengan Metode *Trend Moment* efektif untuk diterapkan di perusahaan, karena mampu memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap tren penjualan ketiga produk dalam menentukan seberapa besar target penjualan dan laba yang ingin dicapai pada periode yang akan datang. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah penyusunan anggaran penjualan yang lebih akurat dan efektif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih strategis dan meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan anggaran yang lebih baik serta perencanaan laba yang sesuai. Dengan demikian, penelitian ini berperan dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang.

**Kata kunci:** *Forecasting, Least Square, Trend Moment*

***EFFECTIVENESS OF SALES BUDGET PREPARATION  
AS A PROFIT PLANNING TOOL AT PT DISTRIBUTOR BELOG BALI***

**Ni Luh Putu Yesa Vihani Warnawa  
2115644174**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

***ABSTRACT***

*Sales Forecasting is an activity of estimating products that will be offered in the future in certain situations compiled based on historical data. This research was conducted at PT Distributor Belog Bali with the aim of knowing and analyzing the comparison of sales realization to budget preparation carried out using the Least Square Method and the Trend Moment Method and calculating the Standard Forecasting Error that occurs. The data collection method uses documentation techniques. Research using sales data for 2 years shows that sales forecasting with the Trend Moment Method is more appropriate and closer to the sales realization in 2023 and 2024 for the three products, namely 11.071 Belog Oil 20ml products, 7.040 Belog Fresh 20ml products, and 18.612 Belog Fresh 8ml products. The difference in SKP values of 0.01 for Belog Oil 20ml products, 0.07 for Belog Fresh 20ml products is considered immaterial. So, preparing a forecast using the Trend Moment Method is effective for implementation in the company, because it is able to provide a more accurate estimate of the sales trends of the three products in determining how much sales and profit targets are to be achieved in the coming period. The primary contribution of this research is the development of more accurate and effective sales budgets. The results are expected to provide a basis for companies to make more strategic decisions and improve operational efficiency through better budget management and appropriate profit planning. Therefore, this research plays a role in supporting company growth and sustainability in the face of evolving market dynamics.*

***Keywords: Forecasting, Least Square, Trend Moment***

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Depan.....</b>	<b>i</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>ii</b>
<b><i>Abstract</i>.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>vi</b>
<b>Halaman Penetapan Kelulusan.....</b>	<b>vii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Teori .....	9
B. Kajian Penelitian yang Relevan .....	18
C. Alur Pikir .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Jenis Penelitian .....	28
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
C. Sumber Data .....	28
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
E. Keabsahan Data .....	29
F. Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan dan Temuan.....	54
C. Keterbatasan Penelitian.....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
A. Simpulan .....	57
B. Implikasi .....	58
C. Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rekapian Penjualan Tahun 2023 dan Tahun 2024 .....	4
Tabel 4.1 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Minyak Belog 20ml .....	36
Tabel 4.2 Anggaran Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Minyak Belog 20ml .....	38
Tabel 4.3 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Belog Fresh 20ml .....	39
Tabel 4.4 Anggaran Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Belog Fresh 20ml .	40
Tabel 4.5 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Belog Fresh 8ml .....	41
Tabel 4.6 Anggaran Penjualan Metode <i>Least Square</i> Produk Belog Fresh 8ml ...	42
Tabel 4.7 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Minyak Belog 20ml .....	43
Tabel 4.8 Anggaran Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Minyak Belog 20ml .....	45
Tabel 4.9 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Belog Fresh 20ml .....	46
Tabel 4.10 Anggaran Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Belog Fresh 20ml .....	47
Tabel 4.11 Perhitungan <i>Forecast</i> Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Belog Fresh 8ml .....	48
Tabel 4.12 Anggaran Penjualan Metode <i>Trend Moment</i> Produk Belog Fresh 8ml	50
Tabel 4.13 Perbandingan Hasil <i>Forecast</i> Penjualan Produk dengan Metode <i>Least Square</i> dan Metode <i>Trend Moment</i> .....	51
Tabel 4.14 Perbandingan Hasil Perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian ..... 27



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Rekapitulasi Penjualan Produk Minyak Belog 20ml Tahun 2023 .....	64
Lampiran 2: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Fresh 20ml Tahun 2023 .....	65
Lampiran 3: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Fresh 8ml Tahun 2023 .....	66
Lampiran 4: Rekapitulasi Penjualan Produk Minyak Belog 20ml Tahun 2024.....	67
Lampiran 5: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Fresh 20ml Tahun 2024 .....	68
Lampiran 6: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Fresh 8ml Tahun 2024 .....	69
Lampiran 7: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Tahun 2023 .....	70
Lampiran 8: Rekapitulasi Penjualan Produk Belog Tahun 2024 .....	70
Lampiran 9: Nota Penjualan Asli Perusahaan.....	71



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis pada saat ini semakin mengalami peningkatan yang sangat signifikan, sehingga mendorong para usahawan untuk lebih merencanakan usahanya dalam mencapai tujuan target penjualan perusahaan. Suatu keberhasilan dari sebuah perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan yang telah dicapai, selain itu didasarkan dengan banyaknya permintaan konsumen yang berubah-ubah membuat perusahaan lebih fokus dalam melakukan perencanaan strategi untuk mencapai target penjualan. Sehingga, perlu dilakukan suatu perencanaan peramalan penjualan yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan target penjualan perusahaan. Menurut Nafarin, M. (2022) *forecast* penjualan merupakan suatu aktivitas perkiraan produk yang akan dipasarkan di masa yang akan datang dalam situasi tertentu yang disusun berdasarkan data yang sudah ada. Teknik membuat peramalan penjualan dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif.

Salah satu bentuk rencana ramalan penjualan yang perlu dirancang oleh perusahaan dalam menentukan strategi untuk mencapai target penjualan ialah dengan merencanakan struktur anggaran perusahaan. Anggaran merupakan hasil dari suatu proses penyusunan yang disebut dengan penganggaran. Suatu proses penyusunan anggaran merupakan proses penyusunan rencana jangka pendek atau jangka panjang, dalam perusahaan berdampak pada laba.

Penyusunan perencanaan anggaran didasarkan pada dampak rencana kerja terhadap laba (Kurniawati, et al., 2021). Penyusunan anggaran memungkinkan perusahaan untuk membandingkan antara pencapaian penjualan nyata dengan anggaran penjualan yang telah ditetapkan. Selisih atau perbedaan yang terjadi kemudian dianalisis untuk mencari penyebabnya, yang bisa menjelaskan terjadinya penyimpangan tersebut. Penyimpangan yang sering dialami oleh perusahaan dikenal sebagai penyimpangan (*variance*) efektivitas, yang mengacu pada sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam mencapai target dan tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Anggaran penjualan dikatakan sebagai *Master Budget* karena anggaran penjualan menjadi dasar bagi anggaran lainnya, sebab proyeksi penjualan memengaruhi keputusan mengenai produksi, pembelian, dan biaya operasional. Anggaran penjualan menjadi bagian dari perencanaan anggaran yang dirancang oleh perusahaan sebagai acuan dalam mengevaluasi dan membandingkan pelaksanaan penjualan telah sesuai dengan anggaran yang ditetapkan atau mengalami penyimpangan.

Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa metode yang harus digunakan oleh suatu perusahaan untuk menganalisis atau membandingkan peramalan anggaran penjualan (*forecasting*). Metode dengan menerapkan kaidah penganggaran yang benar dan tepat pada saat digunakan dalam perhitungan anggaran penjualan sangat berpengaruh terhadap perbandingan perhitungan dengan realisasi penjualan. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan

pada saat melakukan peramalan anggaran penjualan yaitu dengan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment*.

Keakuratan dalam menganalisis peramalan anggaran penjualan yang dilakukan dapat membantu perusahaan untuk mencapai target penjualan dalam suatu perusahaan. Tingkat keakuratan peramalan penjualan dapat dinilai melalui perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP). Kesalahan Peramalan (SKP) dipergunakan dalam mengetahui tingkat kesalahan dari metode yang digunakan, mempermudah perusahaan dalam menentukan metode yang lebih efektif untuk diterapkan dalam menentukan anggaran penjualan (Nafarin, M. 2022). Namun, masih banyak perusahaan yang belum menyusun peramalan anggaran penjualan dalam menentukan strategi untuk mencapai target penjualan perusahaan.

PT Distributor Belog Bali merupakan salah satu perusahaan di bidang distributor minyak herbal yang memiliki dua macam jenis produk serta dua jenis ukuran yang berbeda yaitu Minyak Belog 20ml, Belog Fresh 20ml, dan Belog Fresh 8ml yang selama perjalanan usahanya belum melakukan penyusunan peramalan penjualan. PT Distributor Belog Bali berdiri sejak tahun 2022 lalu yang berlokasi di Jalan Sulatri 2, Gang 6 No. 4 Kesiman Petilan Denpasar Timur, Bali. PT Distributor Belog Bali sebagai perusahaan dagang dalam prosesnya semaksimal mungkin menjaga laba yang ingin dicapai guna mempertahankan kelangsungan operasionalnya. Dalam pencapaian tujuan tersebut, perlu adanya upaya perencanaan penjualan dan pengendalian penjualan, serta memperhatikan pola penjualan, agar proses

penjualan yang terjadi sesuai dengan target penjualan yang telah ditentukan sebelumnya guna mendapatkan penjualan yang stabil.

**Tabel 1.1**  
**Data Rekapitulasi Penjualan Tahun 2023 dan Tahun 2024**  
**(dalam satuan unit)**

<b>Bulan</b>	<b>Minyak Belog (20ml)</b>	<b>Belog Fresh (20ml)</b>	<b>Belog Fresh (8ml)</b>	<b>Total Penjualan</b>	<b>Target Penjualan (Setiap Bulan)</b>
Jan (2023)	320	190	330	840	783
Feb (2023)	274	200	395	869	840
Mar (2023)	288	190	375	853	869
Apr (2023)	206	200	350	756	853
Mei (2023)	241	180	420	841	756
Jun (2023)	225	190	377	792	841
Jul (2023)	375	210	405	990	792
Agu (2023)	380	200	462	1.042	990
Sep (2023)	372	285	380	1.037	1.042
Okt (2023)	330	250	350	930	1.037
Nov (2023)	385	285	435	1.105	930
Des (2023)	338	275	422	1.035	1.105
Jan (2024)	597	337	750	1.684	1.035
Feb (2024)	479	404	890	1.773	1.684
Mar (2024)	844	317	958	2.119	1.773
Apr (2024)	412	266	1.200	1.878	2.119
Mei (2024)	582	335	1.450	2.367	1.878
Jun (2024)	566	368	1.250	2.184	2.367
Jul (2024)	478	415	987	1.880	2.184
Agu (2024)	800	348	1.700	2.848	1.880
Sep (2024)	652	367	1.100	2.119	2.848
Okt (2024)	489	322	1.036	1.847	2.119
Nov (2024)	780	446	1.089	2.315	1.847
Des (2024)	658	460	1.500	2.618	2.315

Sumber: Data primer diolah tahun 2023 dan tahun 2024

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2023 penjualan produk Minyak Belog 20ml tertinggi ada dibulan November sedangkan penjualan terendah ada dibulan April, untuk penjualan produk Belog Fresh 20ml tertinggi ada dibulan September dan November sedangkan penjualan terendah ada dibulan Mei dan penjualan produk Belog Fresh 8ml tertinggi ada dibulan Agustus sedangkan penjualan terendah ada dibulan Januari. Dibandingkan dengan tahun 2024 penjualan produk Minyak Belog 20ml tertinggi ada dibulan Maret sedangkan penjualan terendah ada dibulan April, untuk penjualan produk Belog Fresh 20ml tertinggi ada dibulan Desember penjualan terendah ada dibulan April dan penjualan produk Belog Fresh 8ml tertinggi ada dibulan Agustus sedangkan penjualan terendah ada dibulan Januari.

Efektivitas penjualan yang telah terjadi dapat dikatakan sebagai efektivitas penjualan yang kurang stabil, karena disetiap bulan total penjualan dengan target penjualan berbeda-beda dan tidak konsisten dengan hanya satu target penjualan saja. Pada dasarnya, perusahaan menerapkan prosedur *Top Down* dalam menyusun anggaran penjualan dan menetapkan target keuntungan yang ingin dicapai. Proses ini dilakukan oleh pimpinan perusahaan dengan merujuk pada laporan realisasi atau rekap penjualan dari bulan sebelumnya. Laporan tersebut menjadi dasar bagi pimpinan untuk menetapkan target penjualan pada bulan atau tahun berikutnya.

Maka dari itu, akan dilakukan penyusunan peramalan anggaran penjualan dengan menggunakan dua metode yaitu Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment* untuk mengetahui metode mana yang efektif untuk diterapkan di PT Distributor Belog Bali dalam menyusun anggaran penjualan. Perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) digunakan untuk mengukur sejauh mana ramalan penjualan yang dibuat mendekati hasil penjualan yang sebenarnya. Semakin kecil nilai SKP, semakin akurat ramalan penjualan yang dibuat.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah *forecast* penjualan pada PT Distributor Belog Bali dengan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment*?
2. Metode penyusunan anggaran manakah yang lebih efektif diterapkan pada PT Distributor Belog Bali?

#### **C. Batasan Masalah**

Melalui uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, batasan masalah hanya berfokus pada perhitungan penyusunan anggaran penjualan dengan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment* yang nantinya kedua metode tersebut dibandingkan menggunakan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) untuk menentukan nilai terkecil dari perhitungan kedua metode tersebut. Dalam melakukan

pengujiannya data yang digunakan yaitu Data Rekap Penjualan Produk Belog Tahun 2023 dan Tahun 2024.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui hasil perhitungan *forecast* penjualan dengan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment* pada PT Distributor Belog Bali.
- b. Untuk mengetahui metode manakah yang lebih efektif diterapkan pada PT Distributor Belog Bali dalam penyusunan anggarannya.

##### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

###### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan keterampilan dalam bidang penelitian, terutama dalam menganalisis masalah tertentu. Dengan demikian, diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan dalam mengembangkan ilmu, khususnya terkait dengan perencanaan anggaran perusahaan.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi Lembaga Pendidikan sebagai bahan kajian mata kuliah yang berhubungan dengan akuntansi khususnya pada penganggaran perusahaan dan juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan penelitian berikutnya yang memiliki keterkaitan dalam penganggaran perusahaan.

c. Manfaat Praktis

1) Bagi Pihak PT Distributor Belog Bali

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai masukan dalam upaya meningkatkan pengetahuan dalam penyusunan anggaran penjualan. Sehingga kedepannya lebih mudah dalam menyajikan target anggaran penjualan dalam mencapai laba perusahaan.

2) Bagi *Partner* Bisnis atau Agen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada *Partner* Bisnis atau Agen dalam menentukan atau mengambil keputusan untuk melakukan kerja sama terhadap perusahaan, sehingga tidak mudah adanya keliruan dalam melakukan kerja sama.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis *forecast* penjualan yang telah dilakukan menggunakan Metode *Least Square* dan Metode *Trend Moment* terhadap ketiga jenis produk yang dipasarkan oleh PT Distributor Belog Bali, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil perhitungan *forecast* menggunakan Metode *Least Square* menunjukkan adanya selisih antara hasil anggaran penjualan dengan realisasi ketiga produk, perhitungan ketiga produk dengan Metode *Least Square* pada Tabel 4.2, Tabel 4.4 dan Tabel 4.6, ditemukan adanya selisih antara anggaran dan realisasi. Sedangkan perhitungan ketiga produk dengan Metode *Trend Moment* pada Tabel 4.12 ditemukan adanya selisih antara anggaran dan realisasi penjualan hanya pada produk Belog Fresh 8ml. Hal ini menandakan bahwa meskipun kedua metode dapat digunakan untuk meramalkan penjualan, hasilnya cenderung berbeda. Perhitungan menggunakan Metode *Trend Moment* menunjukkan hasil *forecast* yang mendekati dengan realisasi penjualan.
2. Dari hasil perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) yang dilakukan, terdapat selisih antara kedua metode yang sangat kecil, yaitu sebesar 0,01 pada perhitungan produk Minyak Belog 20ml dan 0,07 pada perhitungan produk Belog Fresh 20ml yang mengindikasikan bahwa kedua metode relatif akurat, namun Metode *Trend Moment* masih lebih

unggul dalam hal konsistensi terhadap data realisasi. Dengan mempertimbangkan hasil peramalan serta kesesuaian antara hasil *forecast* dan data realisasi penjualan, maka disimpulkan bahwa Metode *Trend Moment* lebih efektif untuk digunakan dalam penyusunan anggaran penjualan pada PT Distributor Belog Bali. Metode ini dapat dijadikan alat bantu yang tepat dalam perencanaan laba, karena mampu memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap tren penjualan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk menggunakan Metode *Trend Moment* secara konsisten dalam proses perencanaan penjualannya agar dapat mendukung pengambilan keputusan manajemen yang lebih baik.

## **B. Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, baik secara praktis maupun teoritis bagi PT Distributor Belog Bali. Secara praktis, temuan bahwa Metode *Trend Moment* menghasilkan estimasi penjualan yang lebih akurat dibandingkan Metode *Least Square*, dalam pengambilan keputusan penyusunan anggaran penjualan, perusahaan dapat menggunakan Metode *Trend Moment* yang telah terbukti lebih efektif mendekati realisasi penjualan, sehingga penggunaan metode ini dapat meningkatkan efektivitas manajemen dalam perencanaan laba dan pengendalian stok produk.

Dari sisi teoritis, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa Metode *Trend Moment* merupakan salah satu metode peramalan kuantitatif yang memiliki tingkat presisi tinggi dalam memproyeksikan data penjualan yang memiliki pola tren linier.

Dengan kata lain, hasil ini menegaskan bahwa pemilihan metode peramalan sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik data historis dan tujuan perencanaan perusahaan.

### C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh adapun beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

#### 1. Bagi PT Distributor Belog Bali

Disarankan untuk menerapkan Metode *Trend Moment* secara konsisten dalam penyusunan anggaran penjualan, mengingat metode ini terbukti memberikan hasil *forecast* yang lebih akurat dan mendekati realisasi penjualan, karena dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat terkait strategi produksi, distribusi, dan stok produk.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti studi lanjutan dengan menerapkan metode peramalan yang berbeda, guna membandingkan tingkat akurasi hasil peramalan serta menyesuaikannya dengan karakteristik data yang lebih kompleks. Selain itu, ruang lingkup penelitian dapat diperluas dengan mempertimbangkan variabel non keuangan yang turut memengaruhi penjualan, seperti kepuasan pelanggan, efektivitas strategi promosi, maupun sistem distribusi produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfitri, A. H., Jusmani, & Rismansyah. (2023). Analisis Efektivitas Penjualan Bahan Bakar Minyak Dalam Mencapai Target Anggaran Penjualan Pada PT Pertamina (PERSERO) Marketing Operation Region II. *Journal Of Management*. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.7774>
- Amrullah, Affandi, E., Riansyah, W., & Sobirin. (2020). Peramalan Penjualan Bulanan Menggunakan Metode *Trend Moment* pada Toko Suamzu Boutique. *Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer*. <https://doi.org/10.53513/jis.v19i2.2423>
- Dwijayanthi, N. M., & Lasmini, N. N. (2023). 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*. <https://doi.org/10.38043/jiab.v9i1.5094>
- Faizin, E. K., & Fahriani, F. Z. (2023). Penyusunan Anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Untuk Maksimalisasi Laba Pada UMKM Rukun di Blitar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2544>
- Fauzi, A., Ayu, A., Dwi, A., Noviyanti, D., Ramadhan, S., & Peronika, E. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peran dan Fungsi Anggaran Penjualan Pada Perusahaan Dagang atau Jasa: Pemasaran, Keuangan dan Ekonomi (*Literature Rivie MSDM*). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i3.1034>
- Firmansyah, I., & Pramiudi, U. (2020). Analisis Pengendalian Intern Atas Sistem Informasi Penjualan Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Penjualan Pada PT Enseval Putera Megatrading Tbk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.286>
- Hasrina, Y., Marthalia, d., & Wardani, A. T. (2021). Penerapan Metode *Forecast* Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PD. Cakrawala Palembang. *Jurnal Majalah Ilmiah Manajemen*. <https://doi.org/10.58437/mim.v10i2.66>
- Hermawati, A., Suwarta, S., & Sembhodo, A. T. (2022). Pelatihan Penyusunan Anggaran Sebagai Upaya Penguatan Usaha UMKM Bengkel Las Maestro di Kelurahan Merjosari Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*. <http://dx.doi.org/10.35906/resona.v6i2.1013>

- Izz, A. A., Sholihin, M., & Masruroh. (2020). *Trend Moment Method for Predicting Multimedia Equipment Rental Needs*. *Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.25139/inform.v5i1.2203>
- Mulyani, S., Hayati, D., & Sari, A. N. (2021). Analisis Metode Peralaman (*Forecasting*) Penjualan Sepeda Motor Honda Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PT Trio Motor Martadinata Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Nafarin, M. (2022). *Penganggaran Perusahaan*. Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat Noor.
- Rahayu, S., & Nurdiansyah, D. H. (2022). Analisis Peramalan Penjualan Produk Kaos Sablon (Studi Kasus: *Home Industry Alva Cloth*). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7349799>
- Rahmad, C., Wibowo, R. S., & Puspitasari, D. (2019). Peramalan Penjualan Daging Sapi Menggunakan Metode *Least Square*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan*. <https://doi.org/10.25047/jtit.v6i1.104>
- Reynaldo, C., & Palinggi, Y. (2022). Analisis *Forecasting Volume* Penjualan Produk Indihome PT. Telkom Cabang Tenggarong. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*.
- Sarigah, A. H., Asmawati, & Sidabalok, C. (2019). Analisis Optimalisasi Anggaran Penjualan dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.88>
- Setiadi, T., & Ilhami, S. D. (2023). Penerapan Metode *Forecast Analisis Trend Bebas* Dalam Menyusun Laporan Penjualan Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi*. <https://doi.org/10.30656/jsii.v10i1.6111>
- Suatrian, A. T., Ngilyaubun, A., Rahman, S. L., Soselisa, N. A., Lumapuy, D., & Tehuayo, R. (2024). Analisis Penerapan Ramalan Penjualan Pada Usaha Boba Haluw Menggunakan Metode *Least Square*. *Jurnal Tagalaya (Pengabdian Kepada Masyarakat)*. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v1i3.68>
- Sugiyono. (2019). *Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardiyanto, D., Shodiq, M. N., Kusuma, D. H., & Sari, T. O. (2019). Sistem Prediksi Kebutuhan Obat di Puskesmas Menggunakan Metode *Least Square*. *Jurnal Informatika*. <https://doi.org/10.30591/jpit.v4i1.1085>

- Tarigan, V. B., & Nurhayati. (2022). Penerapan Anggaran Penjualan Dalam Memperkirakan Penjualan. *Journal Of Business And Economics Research*. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2394>
- Tjandrakirana, R., Yulianita, A., Aspahani, & Abukosim. (2023). Pelatihan Penyusunan Anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian UMKM di Desa Kerinjing. *Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*.
- Ulfa, U., Sumijan, & Nurcahyanto, G. W. (2019). Peramalan Penjualan Pupuk Menggunakan Metode *Trend Moment*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.37034/infeb.v1i4.4>

