

SKRIPSI

**ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN UNTUK
MENINGKATKAN LABA PADA PERUSAHAAN
AIR MINUM WATER GANGGA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : NI MADE AYU PERMATASARI ADNYANA
NIM : 2115644102**

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

ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA PERUSAHAAN AIR MINUM WATER GANGGA

Ni Made Ayu Permatasari Adnyana
2115644102

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

ABSTRAK

Perusahaan Air Minum Water Gangga merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan air minum dalam kemasan. Perusahaan ini belum menyusun anggaran penjualan secara optimal. Penetapan anggaran penjualan untuk tahun berikutnya dilakukan oleh pimpinan perusahaan dengan menaikkan target berdasarkan estimasi semata. Hal ini mengakibatkan adanya selisih yang signifikan antara anggaran dan realisasi penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses penyusunan anggaran penjualan pada perusahaan saat ini, membandingkan hasil peramalan penjualan menggunakan metode *semi average*, metode *moment*, dan metode *least square* serta mengetahui metode peramalan penjualan yang paling sesuai diterapkan di perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka, studi dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini Perusahaan Air Minum Water Gangga menggunakan pendekatan *top-down* dalam menyusun anggaran penjualan. Melalui metode estimasi yang dibuat oleh perusahaan, peramalan penjualan yang diperoleh sebesar 242.881 unit. Sementara itu, metode *semi average* menghasilkan peramalan sebesar 194.228 unit, dan metode *moment* serta metode *least square* memberikan hasil yang sama, yaitu sebesar 194.615 unit. Perbandingan keakuratan peramalan penjualan dilakukan menggunakan nilai Standar Kesalahan Peramalan (SKP). Metode *semi average* memiliki nilai SKP sebesar 194,20, metode *moment* sebesar 161,35, metode *least square* sebesar 161,26, dan metode estimasi perusahaan sebesar 9.789. Metode peramalan penjualan yang paling tepat digunakan adalah metode *least square* karena memiliki nilai SKP paling kecil dibandingkan dengan metode *moment*, metode *semi average* dan metode estimasi perusahaan. Penelitian ini memperkuat bahwa metode *least square* dalam peramalan penjualan dapat dijadikan acuan dalam penyusunan anggaran penjualan karena metode ini yang paling mendekati realisasi penjualan, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperkirakan kebutuhan stok dan meningkatkan laba pada periode berikutnya.

Kata kunci: Anggaran penjualan, *moment*, *semi average*, *least square*, Standar Kesalahan Peramalan.

SALES BUDGET ANALYSIS TO INCREASE PROFIT AT AIR MINUM WATER GANGGA COMPANY

Ni Made Ayu Permatasari Adnyana

2115644102

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

ABSTRACT

Air Minum Water Gangga Company was a company engaged in the sale of bottled drinking water. The company had not prepared its sales budget optimally. The sales budget for the following year was set by the company's head by increasing the target based solely on estimation. This resulted in a significant difference between the budget and the actual sales. The purpose of this research was to identify the process of preparing the sales budget in the company, to compare the sales forecasting results using the semi average method, the moment method, and the least square method, and to determine which forecasting method was most suitable for the company. This research used a qualitative approach with data collection techniques including interviews, literature review, documentation, and observation. The results of the research showed that Air Minum Water Gangga Company used a top-down approach in preparing the sales budget. Through the estimation method made by the company, the sales forecast obtained was 242,881 units. Meanwhile, the semi average method produced a forecast of 194,228 units, and both the moment method and the least square method produced the same result of 194,615 units. The accuracy of the sales forecasting methods was compared using the Standard Forecast Error (SKP). The semi average method had an SKP value of 194.20, the moment method had 161.35, the least square method had 161.26, and the company's estimation method had 9,789. The most accurate sales forecasting method was the least square method because it had the smallest SKP value compared to the moment method, the semi average method, and the company's estimation method. This research supported that the least square method in sales forecasting could be used as a reference in preparing the sales budget because it most closely matched the actual sales, which could help the company in estimating stock needs and increasing profit in the following period.

Keywords: sales budget, moment, semi average, least square, forecasting error standard.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Kajian Penelitian yang Relevan	17
C. Alur Pikir.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	23
D. Keabsahan Data.....	25
E. Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan dan Temuan	51
C. Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V PENUTUP	59
A. Simpulan	59
B. Implikasi.....	60
C. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan Tahun 2020-2024	4
Tabel 4. 1	Target dan Realisasi Penjualan Air Minum Water Gangga	34
Tabel 4. 2	Peramalan Penjualan Metode <i>Semi Average</i>	35
Tabel 4. 3	Peramalan Penjualan Metode <i>Moment</i>	38
Tabel 4. 4	Peramalan Penjualan Metode <i>Least Square</i>	42
Tabel 4. 5	Uji SKP Metode <i>Semi Average</i>	46
Tabel 4. 6	Uji SKP Metode <i>Moment</i>	47
Tabel 4. 7	Uji SKP Metode <i>Least Square</i>	48
Tabel 4. 8	Uji SKP Metode Estimasi Perusahaan	50
Tabel 4. 9	Perbandingan Hasil SKP	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Pikir Penelitian	21
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara dan Hasil Wawancara.....	65
Lampiran 2 : Perusahaan dan Produk Air Minum Water Gangga.....	64
Lampiran 3 : Rekapitulasi Penjualan Tahun 2019-2024	64
Lampiran 4 : Surat Izin penelitian.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia industri mengalami perkembangan yang semakin maju dan pesat, menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat dan dituntut mampu mengelola usahanya dengan baik untuk kelangsungan hidup perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan utama untuk memperoleh laba dengan semaksimal mungkin. Diperlukan perencanaan strategi bisnis yang tepat untuk meminimalkan kerugian yang dialami perusahaan, salah satu strategi yang digunakan yaitu menyusun anggaran penjualan yang efektif dan efisien dalam perencanaan laba.

Anggaran penjualan merupakan salah satu bagian penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Dalam menyusun anggaran penjualan, perusahaan harus menetapkan kuantitas dan harga jual produk yang akan dijual di masa depan, oleh karena itu sangat diperlukan peramalan penjualan dalam penyusunan anggaran penjualan, dimana anggaran penjualan dapat digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran lainnya (Dwijayanti dan Lasmini, 2024). Peramalan penjualan merupakan aspek penting dalam pengembangan program penjualan serta penyusunan anggaran untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Melalui peramalan penjualan, perusahaan dapat menjadwalkan penggunaan sumber daya secara tepat, baik untuk kebutuhan saat ini maupun proyeksi di masa mendatang. Peramalan yang akurat memberikan manfaat signifikan bagi efektivitas dan efisiensi bisnis, sehingga berperan penting dalam manajemen

sumber daya manusia dan perencanaan strategis. Peramalan penjualan yang disusun secara kurang tepat dapat mengurangi potensi keuntungan yang seharusnya dapat diperoleh secara optimal. Dengan peramalan yang baik, perusahaan dapat menentukan jumlah barang yang perlu disediakan pada periode berikutnya, sehingga risiko kekurangan maupun kelebihan persediaan dapat dihindari.

Dalam penelitian ini digunakan tiga metode peramalan, yaitu metode *semi average*, metode *moment*, dan metode *least square*. Metode *semi average* memanfaatkan garis lurus untuk menggambarkan pola data historis yang kompleks, dihasilkan melalui perhitungan statistik dan matematis guna meminimalkan unsur subjektif. Metode *moment* digunakan untuk menemukan fungsi garis lurus dari data historis dengan memulai penentuan nilai X dari nol, baik pada jumlah data genap maupun ganjil, serta membantu mengurangi risiko kerugian. Sementara itu, metode *least square* digunakan untuk mengolah data deret berkala guna menghasilkan prediksi yang lebih akurat dan mudah diterapkan dalam memproyeksikan kinerja perusahaan di masa depan. Penyusunan anggaran penjualan yang berbasis hasil peramalan memungkinkan perusahaan menetapkan biaya produksi secara tepat sesuai target. Dengan anggaran yang terencana baik, perusahaan dapat mengoptimalkan produksi, distribusi, dan strategi pemasaran untuk mencapai laba maksimal.

Semakin bertambahnya pelaku usaha, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kurang memperhatikan penyusunan anggaran penjualan, sehingga keuntungan yang seharusnya dapat dicapai

belum optimal. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024 lebih dari 65 juta unit usaha. Usaha-usaha tersebut terdiri dari sektor perdagangan, jasa, manufaktur, pertanian, *fashion*, kuliner, kerajinan tangan dan teknologi digital (Supriyanto, 2024). Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam penyaluran pendapatan masyarakat dan menciptakan kreatifitas dengan mempertahankan unsur - unsur tradisi masyarakat setempat. Selain itu, UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Faizin dan Fahriani, 2023).

Perusahaan Air Minum Water Gangga merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dibentuk pada tahun 2012 oleh Banjar Adat Yeh Gangga. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi air minum yang bersih dan sehat, Perusahaan Air Minum Water Gangga hadir menyajikan produk air minum yang berkualitas. Air Minum Water Gangga tersedia dalam kemasan isi ulang yang berukuran 19 liter. Perusahaan Air Minum Water Gangga telah mendistribusikan penjualannya ke berbagai wilayah sekitar Tabanan.

Perusahaan Air Minum Water Gangga telah menyusun anggaran penjualan, tetapi belum memanfaatkan metode analisis yang tepat dan terstruktur. Penetapan target penjualan pada Perusahaan Air Minum Water Gangga dilakukan secara sederhana, yakni hanya mengacu pada data penjualan tahun sebelumnya. Pemilik perusahaan menetapkan target penjualan tahun

berikutnya dengan menaikkan target berdasarkan estimasi semata, tanpa didukung oleh metode perhitungan yang sistematis. Berikut tabel yang menandakan anggaran penjualan serta realisasi anggaran penjualan pada Perusahaan Air Minum Water Gangga pada tahun 2020 - 2024 .

Tabel 1. 1
Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan
Perusahaan Air Minum Water Gangga
2020-2024

Tahun	Anggaran	Realisasi	Selisih	
			Rupiah (Rp)	Persentase (%)
2020	325.401.790	272.419.000	52.982.790	16%
2021	345.972.130	270.746.000	75.226.130	22%
2022	343.847.420	270.900.000	72.947.420	21%
2023	354.879.000	273.349.000	81.530.000	23%
2024	377.221.620	314.162.000	63.059.620	17%

Sumber: Data sekunder diolah, tahun 2025

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, menandakan bahwa anggaran yang telah ditetapkan oleh Perusahaan Air Minum Water Gangga disetiap tahunnya mengalami selisih yang cukup besar dengan realisasi penjualan yang terjadi. Selisih terbesar terjadi pada tahun 2023, yakni dimana adanya kelebihan anggaran sebesar 23% dari realisasinya atau selisihnya sebesar Rp 81.530.000. Hal tersebut dikarenakan pemilik perusahaan belum menyusun anggaran penjualan dengan baik. Penyusunan anggaran penjualan dengan estimasi cenderung kurang akurat dan bersifat subjektif. Hal ini dapat mengakibatkan perencanaan yang tidak tepat, pengambilan keputusan yang keliru, serta kesulitan dalam mengidentifikasi tren penjualan atau biaya. Akibatnya,

perusahaan berisiko mengalami ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan, serta pemborosan anggaran. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana tingkat keberhasilan prakiraan penjualan perusahaan saat memakai metode *semi average*, metode *moment* dan metode *least square* untuk pengembangan anggaran penjualan.

Beberapa penelitian sebelumnya menekankan pentingnya penyusunan anggaran penjualan dan peramalan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwijayanti dan Lasmini (2024), anggaran penjualan memiliki peran penting dalam perusahaan, yaitu sebagai pedoman kerja, alat koordinasi, dan alat pengawasan. Dengan menyusun perencanaan laba secara tepat, perusahaan dapat lebih terkoordinasi dalam upaya pencapaian laba serta menghemat biaya dan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya. Penelitian ini menunjukkan bahwa metode peramalan, yaitu metode *least square* dan metode *moment* yang diterapkan melalui teknik perhitungan, dapat memberikan hasil yang lebih akurat dalam perencanaan laba dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Selain itu, menurut penelitian Pramesti (2022), salah satu sektor yang memerlukan peramalan penjualan adalah UMKM. Melalui peramalan penjualan, pelaku usaha dapat mengukur kondisi usaha di masa depan serta mampu memperhitungkan kapasitas produksi yang akan dibutuhkan. Dalam Penelitian ini, menunjukkan bahwa metode peramalan *semi average* memiliki tingkat kesalahan paling kecil dalam peramalannya. Dengan metode ini

perusahaan dapat memperkirakan penjualan dengan akurat, sehingga dapat meminimalkan risiko kelebihan atau kekurangan persediaan untuk dijual.

Hasil peramalan dengan menggunakan tiga metode yakni *metode semi average*, *moment* dan *least square* akan diuji kembali dengan perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP). Uji SKP merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk membandingkan hasil dari berbagai metode peramalan untuk menentukan metode yang paling tepat bagi perusahaan. Dimana nilai SKP paling kecil menunjukkan bahwa peramalan yang disusun mendekati tingkat kesesuaian dengan realisasinya.

Perusahaan Air Minum Water Gangga dalam menjalankan usahanya ingin memperoleh keuntungan yang optimal dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selanjutnya, perusahaan juga memerlukan perhitungan yang akurat untuk mengetahui jumlah produk yang akan diproduksi kedepannya sehingga tidak terjadi lagi peningkatan biaya yang tinggi. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan perlu melakukan perencanaan penjualan di masa yang akan datang dan mengatur produksi dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu memprediksi penjualan kedepannya dengan melakukan peramalan penjualan menggunakan metode yang tepat dalam menyusun sebuah anggaran penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik mengkaji tingkat keberhasilan peramalan penjualan pada Perusahaan Air Minum Water Gangga dengan menggunakan metode *semi average*, *moment* dan *least square* dalam penyusunan anggaran penjualan guna memperoleh metode yang paling tepat untuk diterapkan. Hal ini mendorong peneliti untuk sebagai bahan penulisan

skripsi dengan judul “Analisis Anggaran Penjualan Untuk meningkatkan Laba Pada Perusahaan Air Minum Water Gangga”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimanakah penyusunan anggaran penjualan di Perusahaan Air Minum Water Gangga saat ini?
2. Bagaimanakah peramalan penjualan menggunakan metode *semi average*, metode *moment* dan metode *least square* dalam penyusunan anggaran penjualan yang diterapkan di Perusahaan Air Minum Water Gangga?
3. Metode manakah yang paling sesuai diterapkan di perusahaan Air Minum Water Gangga?

C. Batasan Masalah

Melalui uraian di atas, penelitian ini dibatasi dengan data penjualan produk air minum dan realisasi penjualan pada Perusahaan Air Minum Water Gangga selama 5 tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 hingga 2024. Penelitian ini membandingkan tiga metode peramalan penjualan yaitu metode *semi average*, metode *moment* dan metode *least square* serta menggunakan uji Standar Kesalahan Peramalan (SKP) dengan nilai terendah untuk mengetahui metode mana yang paling tepat dalam memprediksi penjualan di masa mendatang dan berpotensi dalam meningkatkan laba pada Perusahaan Air Minum Water Gangga.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penyusunan anggaran penjualan di Perusahaan Air Minum Water Gangga saat ini.
- b. Untuk mengetahui perbandingan hasil peramalan penjualan dengan menggunakan metode *semi average*, metode *moment* dan metode *least square* dalam penyusunan anggaran penjualan di Perusahaan Air Minum Water Gangga.
- c. Untuk mengetahui metode yang paling sesuai diterapkan di Perusahaan Air Minum Water Gangga.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan peneliti yaitu:

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pemahaman yang mendalam mengenai penyusunan anggaran penjualan dan penerapan metode peramalan penjualan terhadap peningkatan laba. Selain itu, menambah referensi mengenai analisis anggaran penjualan sebagai objek penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai

sebuah masukan dalam upaya menyusun anggaran penjualan pada perusahaan secara efektif dan efisien dalam peningkatan laba di masa yang mendatang.

2) Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi pustaka tambahan khususnya dalam mata kuliah anggaran perusahaan yang berhubungan dengan peramalan penjualan dalam penyusunan anggaran penjualan.

3) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran yang bermanfaat untuk membandingkan praktik dan teori penyusunan anggaran penjualan dalam perusahaan secara nyata. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan mengenai penyusunan anggaran penjualan yang efektif dan efisien untuk peningkatan laba.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Saat ini perusahaan Air Minum Water Gangga proses penyusunan target penjualan menggunakan pendekatan *top-down*. Dengan pendekatan *top-down* target penjualan disusun oleh pimpinan perusahaan menggunakan data penjualan tahun sebelumnya dimana menaikkan target berdasarkan perkiraan. Perusahaan Air Minum Water Gangga pada tahun 2020 sampai 2024 menggunakan metode estimasi dalam peramalan penjualannya memperoleh target penjualan sejumlah 242.881 unit
2. Peramalan penjualan dalam menyusun anggaran penjualan dengan menerapkan metode *semi average* menghasilkan ramalan penjualan sejumlah 194.228 unit, lalu metode *moment* menghasilkan ramalan penjualan sejumlah 194.615 unit dan begitu pula metode *least square* memperoleh hasil yang sama yaitu 194.615 unit.
3. Berdasarkan hasil uji SKP dari metode *semi average* memperoleh nilai sebesar 194,20, metode *moment* memperoleh nilai SKP sebesar 161,35, metode *least square* memperoleh nilai SKP sebesar 161,26 dan metode estimasi perusahaan memperoleh nilai SKP sebesar 9.789. Oleh karena itu, metode yang paling sesuai diterapkan di Perusahaan Air Minum Water Gangga adalah metode *least square* karena metode ini memiliki nilai SKP yang paling kecil yaitu sejumlah 161,26.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Dalam perhitungan peramalan penjualan, hasil dari metode *least square* memiliki nilai SKP paling kecil. Semakin kecil nilai SKP maka semakin akurat hasil peramalan yang dilakukan. Dengan metode *least square* menunjukkan bahwa metode ini secara teoritis lebih baik dalam menghasilkan peramalan penjualan yang mendekati aktualnya. Hal tersebut memperkuat teori bahwa metode *least square* yang menggunakan tren data historis secara linier dan fluktuasi variabel waktu dapat memberikan peramalan yang lebih akurat.

2. Implikasi Praktis

Dalam memilih metode peramalan yang akan digunakan, perusahaan dapat menggunakan metode *least square* untuk menyusun anggaran penjualan. Dengan metode *least square* perusahaan dapat meningkatkan laba dan memperkirakan jumlah stok produk yang harus diproduksi sehingga tidak terjadi kekurangan atau kelebihan stok di masa yang akan datang.

C. Saran

1. Perusahaan Air Minum Water Gangga selama ini menyusun anggaran penjualan dengan cara *top-down*, untuk selanjutnya akan lebih baik perusahaan mulai menerapkan pendekatan *bottom-up* agar karyawan dapat memberikan masukan dalam proses penyusunan anggaran. Selain itu, perusahaan saat ini masih menggunakan metode estimasi dalam peramalan

penjualan. Sebaiknya, tahun berikutnya perusahaan beralih menggunakan metode *least square* untuk menghitung peramalan penjualan dalam menyusun anggaran penjualan. Dengan cara tersebut selisih antara target dan realisasi penjualan tidak terlalu tinggi sehingga perencanaan yang dibuat lebih realistis dan akurat.

2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga metode peramalan saja sehingga diharapkan penelitian berikutnya dapat menggunakan metode peramalan yang lebih beragam seperti metode parabola kuadrat dan metode *trend exponential* agar hasil perbandingan yang diperoleh menjadi lebih akurat dan menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriady, A., Kusumastuti, E. D., & Lestari, F. (2021). Analisis Perbandingan Tiga Metode Peramalan Penjualan pada UMKM Adorable Project. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02). <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5270>
- Amrullah, A., Affandi, E., Riansyah, W., & Sobirin, S. (2020). Peramalan Penjualan Bulanan Menggunakan Metode *Trend Moment* pada Toko Suamzu Boutique. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(2), 46. <https://doi.org/10.53513/jis.v19i2.2423>
- Andriano Frans, J., Orisa, M., & Adi Wibowo, S. (2020). Prediksi Penjualan Kayu Lapis Di Cv Diato Wood Sejahtera Dengan Metode *Trend Moment* Berbasis Web. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 4(2), 183–190. <https://doi.org/10.36040/jati.v4i2.2719>
- Dwijayanti, A., & Lasmini. (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*. <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jiab.v9i1.5094>
- Faizin, E. K., & Fahriani, F. Z. (2023a). Penyusunan Anggaran Penjualan Dan Anggaran Produksi Untuk Maksimalisasi Laba Pada Umkm Rukun Di Blitar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(2), 518–528. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2544>
- Fauziah, F., Ningsih, Y. I., & Setiarini, E. (2019). Analisis Peramalan (*Forecasting*) Penjualan Jasa Pada Warnet Bulian City di Muara Bulian. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 61. <https://doi.org/10.33087/eksis.v10i1.160>
- Hartirini, W., & Rohmatiah, A. (2022). *Penganggaran Perusahaan* (Mutmainah, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Ihwanudin, C., Faturrahman, & Nani Hartati. (2024). Analisis Anggaran Penjualan Pada UMKM UD Murni Jaya Bekasi. *JBI : Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(1), 63–70. <https://doi.org/10.59966/jbi.v2i1.1024>
- Ines Saraswati Machfiroh, & Cahaya Ayu Ramadhan. (2022). Peramalan Penjualan Produk Cup 220 MI Menggunakan Metode *Least Square* Pada PT. Panen Embun Kemakmuran Tahun 2022. *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 10(2), 17–24. <https://doi.org/10.24252/msa.v10i2.27870>
- Izz, A. A. F. D., Sholihin, M., & Masrurroh, M. (2020). *Trend Moment Method for predicting Multimedia Equipment Rental Needs*. *Inform : Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5(1), 20–24. <https://doi.org/10.25139/inform.v5i1.2203>

- Mulyani, S., Hayati, D., & Sari, A. (2021). Analisis Metode Peramalan (*Forecasting*) Penjualan Sepeda Motor Honda Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada Pt Trio Motor Martadinata Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Noor, A., & Lestari, B. (2019). *Anggaran Penjualan Sebagai Alat Pengendalian dan Perencanaan Laba* (Kurniaty, R. Widyanti, & Maskur, Eds.). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- Nurjanah, L., & Susanto, R. A. (2024). Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada UMKM Kuliner Seblak Rancaekek. *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 21–35. <https://doi.org/10.34005/akrual.v6i1.4157>
- Pramesti, R. W. (2022). Penerapan Metode Peramalan (*Forecast*) Penjualan Pada Dzikrayaat Business Center Ponorogo. *JAPP: Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Portofolio*, 2(1), 29–45. <https://doi.org/10.24269/japp.v2i1.4894>
- Putri, F. M. (2022). Tingkat Peramalan Penjualan Produk Bordir dan Sulaman Menggunakan Metode *Trend Moment*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 34–38. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i2.122>
- Rahmad, C., Wibowo, R. S., & Puspitasari, D. (2019). Peramalan Penjualan Daging Sapi Menggunakan Metode *Trend Least Square*. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Terapan*, 6(1), 7–11. <https://doi.org/10.25047/jtit.v6i1.104>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, B. (2024). *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html#:~:text=Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan,kerajinan tangan%2C hingga teknologi digital.>
- Suwardiyanto, D., Nur Shodiq, M., Hidayat Kusuma, D., & Oktalita Sari, T. (2019). Sistem Prediksi Kebutuhan Obat di Puskesmas Menggunakan Metode *Least Square*. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 4(1), 75–80. <https://doi.org/10.30591/jpit.v4i1.1085>
- Tarigan, V. B., & Nurhayati, N. (2022a). Penerapan Anggaran Penjualan dalam Memperkirakan Penjualan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 399–407. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2394>
- Ulfa Ulfa, Sumijan, & Nurcahyo, G. W. (2019). Peramalan Penjualan Pupuk Menggunakan Metode *Trend Moment*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1(4), 8–14. <https://doi.org/10.37034/infeb.v1i4.4>