

SKRIPSI

**ANALISIS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN DENGAN
METODE PERAMALAN (*FORECASTING*) DALAM
PERENCANAAN LABA PADA UMKM XYZ**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : MADE VIERA VINA ALVIONITA
NIM : 2115644188**

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

**ANALISIS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN DENGAN
METODE PERAMALAN (*FORECASTING*) DALAM PERENCANAAN
LABA PADA UMKM XYZ**

**MADE VIERA VINA ALVIONITA
2115644188**

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

ABSTRAK

UMKM XYZ adalah salah satu pelaku bisnis di sektor *food and beverage* yang berada di tengah Kota Denpasar yang memproduksi brownies dan *pastry* dengan berbagai varian rasa. Penyusunan anggaran penjualan UMKM XYZ dilakukan oleh pemilik dengan berdasarkan data penjualan tahun sebelumnya secara tidak terperinci setiap bulannya, sehingga mengalami kesulitan dalam memaksimalkan laba dan tidak jarang mengalami *overstock*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur penyusunan anggaran penjualan perusahaan dan metode peramalan penjualan yang cocok digunakan perusahaan serta menghitung peramalan penjualan untuk tahun 2025 pada UMKM XYZ. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi kepustakaan, studi dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan UMKM XYZ melakukan penyusunan anggaran penjualan secara tidak terperinci yang berdasarkan perkiraan pemilik dan pertimbangan dari penjualan tahun sebelumnya serta penelitian ini menunjukkan peramalan penjualan dengan metode *least square* memiliki nilai standar kesalahan yang lebih kecil dibandingkan dengan metode *trend moment*, sehingga metode *least square* layak digunakan oleh UMKM XYZ untuk melakukan peramalan dalam menyusun anggaran penjualan di periode berikutnya. Dalam penelitian ini, dilakukan perhitungan peramalan penjualan UMKM XYZ untuk tahun 2025 yang menunjukkan persentase kenaikan sebesar 39% dari hasil realisasi penjualan tahun 2024 yaitu sebesar Rp19.513.964.064,67. Penelitian ini dapat berkontribusi dalam menghasilkan metode yang dapat dijadikan acuan untuk menyusun anggaran penjualan pada UMKM XYZ setiap bulannya di periode berikutnya.

Kata Kunci: Anggaran Penjualan, *Least Square*, Standar Kesalahan Peramalan, *Trend Moment*

***ANALYSIS OF SALES BUDGETING WITH FORECASTING METHODS IN
PROFIT PLANNING AT XYZ MSME***

**MADE VIERA VINA ALVIONITA
2115644188**

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

ABSTRACT

XYZ MSME is one of the businesses in the food and beverage sector located in the center of Denpasar City that produces brownies and pastries in a variety of flavors. The sales budget for XYZ MSME is prepared by the owner based on previous year's sales data on a monthly basis, which is not detailed, making it difficult to maximize profits and often resulting in overstocking. This study aims to determine the procedures for preparing the company's sales budget and the appropriate sales forecasting methods for the company, as well as to calculate sales forecasts for 2025 for XYZ MSME. This study employs a descriptive quantitative method with data collection techniques including interviews, literature review, document analysis, and observation. Data analysis techniques in this study include qualitative and quantitative descriptive analysis. The results of this study indicate that XYZ MSME prepare sales budgets in a non-detailed manner based on the owner's estimates and considerations from previous years' sales. This study also shows that sales forecasting using the least squares method has a smaller standard error value compared to the trend moment method, making the least squares method suitable for XYZ MSME to use for forecasting in preparing sales budgets for the next period. In this study, sales forecasting calculations were conducted for XYZ MSME for the year 2025, showing a 39% increase from the actual sales results of 2024, which amounted to Rp19.513.964.064,67. This study can contribute to developing a method that can serve as a reference for preparing monthly sales budgets for XYZ MSME in the next period.

Keywords : Sales Budget, Least Square, Forecasting Standard Error, Trend Moment

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan Usulan Proposal Penean.....	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	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori.....	12
B. Kajian Penelitian yang Relevan	17
C. Alur Pikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	24
D. Keabsahan Data.....	26
E. Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP	50
A. Simpulan	50
B. Implikasi.....	50
C. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Penjualan UMKM XYZ Tahun 2024.....	35
Tabel 4.2	<i>Forecasting</i> Tahun 2024 Dengan Metode <i>Trend Moment</i>	37
Tabel 4.3	<i>Forecasting</i> Tahun 2024 Dengan Metode <i>Least Square</i>	38
Tabel 4.4	Standar Kesalahan Peramalan Metode <i>Trend Moment</i> Tahun 2024.....	40
Tabel 4.5	Standar Kesalahan Peramalan Metode <i>Least Square</i> Tahun 2024	42
Tabel 4.6	Peramalan Penjualan UMKM XYZ Tahun 2025	44
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Nilai Standar Kesalahan Peramalan	48



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

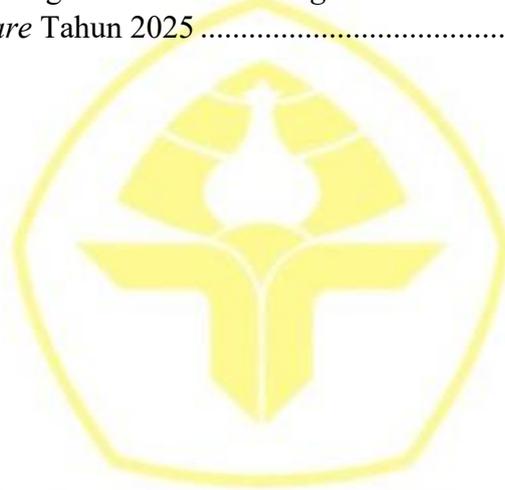
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pendapatan Penjualan XYZ Tahun 2024.....	6
Gambar 2.1	Alur Pikir Penelitian.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Panduan Wawancara Pemilik UMKM XYZ.....	56
Lampiran 2	: Hasil Data Wawancara Secara Umum	58
Lampiran 3	: Perhitungan <i>Sales Forecasting</i> UMKM XYZ Dengan Metode <i>Trend Moment</i> Tahun 2024.....	59
Lampiran 4	: Perhitungan <i>Sales Forecasting</i> UMKM XYZ Dengan Metode <i>Least Square</i> Tahun 2024	61
Lampiran 5	: Perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) Dari <i>Sales Forecasting</i> Dengan Metode <i>Trend Moment</i> Tahun 2024.....	63
Lampiran 6	: Perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) Dari <i>Sales Forecasting</i> Dengan Metode <i>Least Square</i> Tahun 2024.....	64
Lampiran 7	: Perhitungan <i>Sales Forecasting</i> UMKM XYZ Dengan Metode <i>Least Square</i> Tahun 2025	65



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di era globalisasi menghadapi persaingan yang semakin meningkat sehingga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan sehingga memperoleh laba sesuai target yang telah ditetapkan. Penetapan tingkat penjualan menjadi kunci keberhasilan dari sebuah usaha. Perencanaan tingkat penjualan yang efektif harus dilakukan dengan optimal dengan mempertimbangkan perkembangan dinamika dan tren pasar, mengingat permintaan pelanggan yang terus berubah-ubah. Aspek penting dalam perencanaan ini adalah penyusunan anggaran penjualan. Anggaran penjualan selalu dibutuhkan dalam setiap jenis usaha karena menjadi komponen krusial dalam perencanaan keuangan, untuk dapat mengelola strategi pemasaran dan menetapkan target penjualan, sehingga dapat memaksimalkan perolehan laba dan menjaga keberlangsungan usaha.

Anggaran menjadi salah satu alat yang digunakan perusahaan untuk melakukan perencanaan. Rencana perusahaan untuk kegiatan operasional yang akan dilakukan, yang dinyatakan dalam jumlah uang, dapat dipermudah dengan adanya anggaran. Dalam hal ini, dengan adanya anggaran, pelaku usaha akan lebih mudah menampilkan kuantitas barang atau jasa beserta harganya yang akan dijual di masa depan. Jenis produksi yang akan dijual, jumlah produk yang akan dijual, biaya per unit, dan area pemasaran semuanya termasuk dalam anggaran penjualan ini. Perusahaan nantinya akan lebih mudah membuat

anggaran internal lainnya jika memiliki anggaran penjualan. Ketika membuat anggaran biaya perusahaan secara keseluruhan, anggaran penjualan dapat menjadi panduan atau acuan. Selain itu, anggaran penjualan juga dapat menjadi acuan evaluasi kerja divisi pemasaran dan pembuatan anggaran biaya pemasaran itu sendiri (Faizin dan Fahriani, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pentingnya penyusunan anggaran dan peramalan penjualan dalam melakukan perencanaan laba. Menurut Kresnha dan Eliyawati (2022), penyusunan anggaran penjualan memberikan manfaat dalam menentukan aktivitas operasional secara realistis dan terstruktur sehingga menunjukkan keuntungan bagi usaha mikro, namun tetap perlu memperhatikan faktor eksternal agar perolehan laba yang didapat sesuai dengan perencanaan yang dilakukan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sinaga dan Irama (2021) yang menyatakan bahwa sebelum berjalannya suatu anggaran, sebaiknya perusahaan melakukan pembahasan terlebih dahulu mengenai perencanaan laba, tujuan laba, dan keuntungan perencanaan laba bagi manajemen suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan secara efektif. Suatu perusahaan yang belum sepenuhnya optimal dalam menerapkan penyusunan anggaran penjualan dapat diketahui jika terdapat selisih antara jumlah anggaran penjualan dan realisasi penjualan yang menghasilkan *variance* merugikan atau menguntungkan, sehingga hal tersebut dapat menjadi penyebab keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai laba yang diharapkan.

Anggaran penjualan dapat menjadi acuan atau dasar melakukan penyusunan semua anggaran dalam suatu perusahaan. Anggaran penjualan juga berperan sebagai pedoman kerja dan alat pengawasan kinerja bagi manajemen perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang diharapkan dapat dilihat dari target penjualan yang jelas dan terencana. Perencanaan laba menjadi aspek penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan laba dengan penyusunan anggaran penjualan yang tepat mampu mendorong efisiensi biaya dan optimalisasi sumber daya, sehingga perusahaan bisa mencapai target laba yang telah ditetapkan.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa anggaran penjualan yang efektif dapat diukur dengan cara membandingkan antara realisasi penjualan dan anggaran yang telah disusun. Penelitian-penelitian terdahulu memberikan suatu landasan teoritis yang kuat bagi penelitian ini, yang berfokus pada penerapan metode peramalan dalam menyusun anggaran penjualan pada UMKM XYZ. Penelitian ini akan memperluas temuan sebelumnya dengan menilai tingkat akurasi metode peramalan dalam lingkup perusahaan yang tidak menerapkan metode tertentu yang terperinci untuk memperkirakan penjualan di tahun-tahun mendatang.

Peramalan (*forecasting*) merupakan metode yang digunakan dalam suatu manajemen perusahaan untuk memprediksi kejadian di masa depan secara terstruktur dan praktis berdasarkan data yang relevan dari periode sebelumnya (Tarigan dan Nurhayati, 2022). Sebelum melakukan penyusunan anggaran

penjualan, sangat diperlukan untuk melakukan peramalan penjualan (*sales forecasting*). Melakukan peramalan penjualan akan dapat memberikan arahan bagi pelaku usaha dalam melakukan suatu perencanaan (Afriady et al., 2021). Arahan tersebut dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan bagi manajemen. Dengan demikian, apabila ramalan tersebut kurang tepat, maka akan terlihat pada kinerja perusahaan. Terdapat dua metode peramalan penjualan dalam analisis tren garis lurus, yaitu metode *trend moment* dan *least square* (Dwijayanti dan Lasmini, 2024). Dalam mengukur efektivitas peramalan penjualan yang telah dilakukan, perusahaan dapat melakukan perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP), yang hasilnya dapat dilihat dari adanya selisih antara jumlah realisasi penjualan dengan anggaran penjualan. Tahap krusial setelah melakukan peramalan adalah memastikan hasil yang tepat dan akurat serta hasil yang dapat mencerminkan data masa lalu dan faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tersebut. Dalam hal ini, hasil peramalan dapat terus digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan selama representasi peramalan tersebut dapat dipercaya dan diandalkan baik bagi perusahaan besar maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Tarigan dan Nurhayati, 2022).

UMKM sebagai subjek yang berperan penting bagi perekonomian di Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99% dari total unit usaha di Indonesia dan menyumbang 60,5% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta mampu dalam menyerap 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Namun, permasalahan UMKM sering kali merasa kesulitan dalam

mengelola dan menjaga keberlangsungan usaha. Di Indonesia, 77,5% Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak memiliki laporan keuangan dan 22,5% UMKM lainnya memiliki laporan keuangan (Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2022). Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya perhatian dari pemerintah dalam membantu UMKM untuk mengelola keuangan, khususnya dari segi manajemen keuangan dan perencanaan anggaran penjualan. Hal ini, mengingat kontribusi UMKM yang mampu untuk menciptakan lapangan pekerjaan dalam skala besar, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran (Faizin dan Fahriani, 2023). Selain itu, tidak adanya pemahaman dan pengetahuan yang cukup bagi UMKM mengenai pentingnya perencanaan keuangan yang baik yang akan berdampak pada pengambilan keputusan dalam menjaga keberlangsungan usaha. Dalam hal ini, penting bagi UMKM untuk mampu dalam memprediksi penjualan secara tepat, sehingga dengan mudah untuk melakukan penyusunan anggaran penjualan yang efektif dan realistis. Dengan demikian, kemampuan dalam memprediksi penjualan tersebut mampu memudahkan UMKM dalam mengidentifikasi peluang pasar dan meminimalisir risiko serta hambatan yang mungkin akan dihadapi di periode mendatang.

UMKM XYZ adalah salah satu pelaku bisnis di sektor *food and beverage* yang berada di tengah Kota Denpasar yang memproduksi brownies dan *pastry* dengan berbagai varian rasa. XYZ merupakan UMKM yang cukup berkembang dan memiliki banyak peminat karena ciri khas produk mereka yang membuatnya berbeda dari brownies lainnya, namun masih kurangnya

dilakukan pengelolaan keuangan yang tepat. UMKM XYZ melakukan penyusunan anggaran penjualan tidak secara sistematis atau tidak terperinci setiap bulannya dan tidak menerapkan metode peramalan dalam melakukan perkiraan penjualan perusahaan untuk periode berikutnya, yang umumnya metode penyusunan anggaran dibagi menjadi 3 yaitu, metode *top down*, *bottom up*, dan metode campuran. Dengan demikian, hal ini menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menetapkan target penjualan realistis yang harus dicapai. Dengan demikian, tidak jarang terjadinya keterbatasan produk yang dijual karena permintaan penjualan yang tinggi. Sebaliknya, kelebihan persediaan juga sering terjadi akibat permintaan penjualan yang rendah, sehingga belum bisa memaksimalkan laba yang ingin dicapai. Berikut adalah data pendapatan penjualan pada UMKM XYZ selama tahun 2024.



Sumber: UMKM XYZ, tahun 2024

Gambar 1. 1 Data Pendapatan Penjualan XYZ Tahun 2024

Berdasarkan data tersebut, dapat dijelaskan bahwa terjadi penurunan pendapatan penjualan dari bulan Februari ke bulan Mei dengan titik terendah sebesar Rp839.212.285,20. Sedangkan terjadi peningkatan pendapatan penjualan setelah bulan Mei hingga mencapai puncak penjualan di bulan Desember sebesar Rp1.895.981.293,18. Fluktuasi tersebut disebabkan oleh adanya faktor musiman dan tren pasar. Di samping itu, UMKM XYZ memang memiliki cara tersendiri dalam melakukan peningkatan penjualan mereka, salah satunya yaitu dengan mengikuti musiman dan tren pasar, seperti membuat produk khusus hari raya atau *hampers* hari raya dan membuat variasi brownies yang sedang tren. UMKM XYZ belum mampu memprediksi penjualan di masa depan secara realistis dan tersistematis karena pencatatan yang dilakukan masih sederhana dengan aplikasi excel yang mencatat pengeluaran dan pemasukan saja serta adanya keterbatasan sumber daya manusia yang mampu menyusun anggaran penjualan secara terperinci. Selain itu, terjadinya keterbatasan kapasitas produksi sehingga tidak mampu untuk memenuhi seluruh permintaan dari pelanggan dan tidak mampu membuat target penjualan secara sistematis. Walaupun demikian, XYZ memiliki sejumlah kompetitor di bidang yang sama, sehingga penting untuk tetap melakukan perencanaan penjualan agar mampu konsisten dalam menghasilkan laba yang ingin dicapai melalui penyusunan anggaran penjualan.

Peramalan menjadi salah satu aspek dari perencanaan bisnis yang baik yang memiliki dampak signifikan dalam mencapai tingkat keuntungan yang ideal. Dimulai dengan perencanaan awal, proses ini berkembang melalui perkiraan

penjualan dan berujung pada pembuatan anggaran penjualan. Bisnis dapat beroperasi dengan lebih sadar dan menurunkan risiko ketidakpastian operasional dengan menggunakan perkiraan yang tepat. Penentuan metode produksi, perolehan bahan baku, dan pengelolaan sumber daya lainnya dibantu oleh penganggaran yang tepat yang didasarkan pada temuan peramalan.

Ketidakmampuan perusahaan untuk membuat peramalan secara efektif pada akhirnya berdampak pada kemampuannya untuk memenuhi target penjualan. Bisnis tidak memiliki arah yang jelas untuk memutuskan rencana bisnisnya tanpa adanya rekomendasi eksplisit untuk target penjualan bulanan. Hal ini secara langsung memengaruhi pencapaian pendapatan khususnya laba operasionalnya karena sulit bagi bisnis untuk memaksimalkan laba tersebut tanpa persiapan yang tepat. Oleh karena itu, perbedaan penjualan sering terjadi. Namun demikian, variasi dalam penjualan ini tidak harus dilihat sebagai masalah serius, melainkan sebagai tanda bahwa bisnis harus meningkatkan pendekatan manajemen penjualannya.

Pada kenyataannya, UMKM XYZ belum mengadopsi penganggaran secara sistematis. Situasi ini mempersulit perusahaan untuk mengelola arus kas dan meramalkan kemungkinan hambatan dalam kegiatan operasionalnya. Permasalahan yang terjadi menunjukkan bahwa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam melakukan analisis penyusunan anggaran penjualan pada UMKM XYZ dengan membandingkan peramalan (*forecasting*) penjualan melalui metode *trend moment* dan metode *least square*, yang selanjutnya akan menghasilkan rekomendasi metode peramalan penjualan yang lebih akurat

setelah dilakukan uji Standar Kesalahan Peramalan (SKP). Maka, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Dengan Metode Peramalan (*Forecasting*) Dalam Perencanaan Laba Pada UMKM XYZ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedur penyusunan anggaran penjualan pada UMKM XYZ?
2. Bagaimana peramalan penjualan tahun 2024 pada UMKM XYZ dengan metode *trend moment* dan metode *least square*?
3. Berapakah ramalan penjualan tahun 2025 pada UMKM XYZ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah oleh peneliti, maka ditetapkan batasan masalah dalam penelitian ini guna memperjelas ruang lingkup masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini terletak pada data realisasi penjualan pada tahun 2023-2024 dan melakukan perbandingan dua metode peramalan, yaitu metode *trend moment* dan metode *least square*, kemudian menghitung Standar Kesalahan Peramalan yang terjadi agar dapat menjadi acuan dalam menghitung ramalan penjualan tahun 2025 pada UMKM XYZ.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui penyusunan anggaran penjualan pada UMKM XYZ.
- b. Untuk mengetahui peramalan penjualan tahun 2024 pada UMKM XYZ dengan metode *trend moment* dan metode *least square*.
- c. Untuk mengetahui peramalan penjualan tahun 2025 pada UMKM XYZ.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis.

a. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta menambah informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan tentang penyusunan anggaran penjualan serta realisasi penjualannya setelah melakukan peramalan penjualan dan memperhitungkan selisih menggunakan Standar Kesalahan Peramalan (SKP).

b. Manfaat Praktis

1) Bagi UMKM XYZ

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah wawasan bagi UMKM XYZ, khususnya mengenai penyusunan anggaran

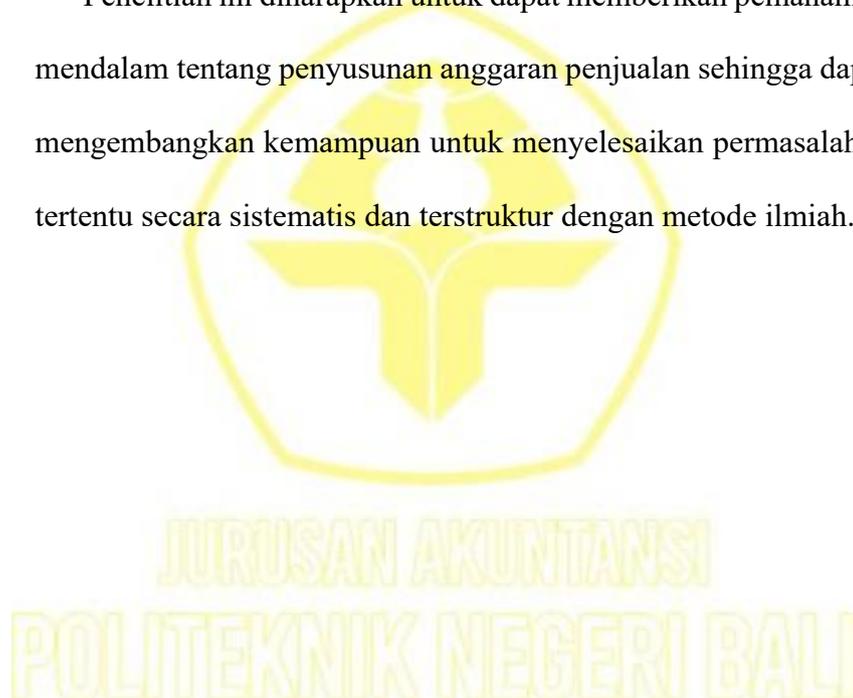
penjualan guna mengoptimalkan perencanaan laba di tahun mendatang.

2) Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan kontribusi literatur ilmu pengetahuan, khususnya dalam praktik penyusunan anggaran penjualan dengan melakukan peramalan penjualan.

3) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan pemahaman mendalam tentang penyusunan anggaran penjualan sehingga dapat mengembangkan kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan tertentu secara sistematis dan terstruktur dengan metode ilmiah.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang penyusunan anggaran penjualan dalam perencanaan laba, maka dapat disimpulkan :

1. UMKM XYZ menyusun anggaran penjualan tidak secara sistematis dan tidak terperinci setiap bulannya, melainkan menyusun anggaran penjualan dengan metode *top down* atau pimpinan perusahaan menyusun anggaran penjualan berdasarkan perkiraan dan pertimbangan pemilik dengan melihat realisasi penjualan tahun sebelumnya.
2. UMKM XYZ dapat melakukan peramalan penjualan untuk menyusun anggaran penjualan pada periode berikutnya dengan menggunakan metode *least square* yang memiliki kesalahan peramalan lebih kecil dibandingkan dengan metode *trend moment*.
3. Hasil dari peramalan penjualan UMKM XYZ untuk tahun 2025 dengan menggunakan metode *least square* yaitu Rp19.513.964.065.

B. Implikasi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam proses penyusunan anggaran penjualan pada UMKM XYZ setiap bulannya untuk tahun berikutnya. Pegawai lain di setiap bagian pada UMKM XYZ diharapkan dapat berpartisipasi dalam melakukan penyusunan anggaran penjualan untuk periode berikutnya. Metode *least square* bisa digunakan dalam melakukan perhitungan peramalan penjualan dalam proses menyusun anggaran

penjualan pada UMKM XYZ karena memiliki tingkat kesalahan peramalan yang lebih rendah dibandingkan metode *trend moment*, sehingga dapat menghasilkan estimasi yang lebih akurat.

C. Saran

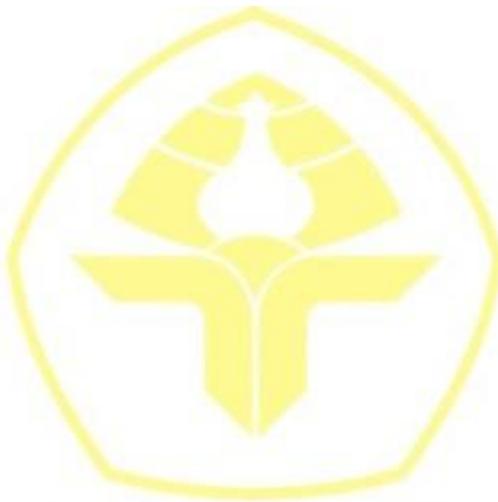
Penelitian selanjutnya terkait penyusunan anggaran dengan metode *forecasting trend moment* dan *least square*, disarankan untuk tidak hanya berfokus pada perhitungan peramalan dalam nilai rupiahnya saja. Penting juga untuk melakukan perhitungan peramalan dalam unit produksinya. Hal tersebut akan mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang peramalan penjualan dan produksi di setiap bulannya, sehingga perencanaan perusahaan bisa menjadi lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriady, A., Kusumastuti, E. D., & Lestari, F. (2021). Analisis Perbandingan Tiga Metode Peramalan Penjualan pada UMKM Adorable Project. *Accountthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 107–117. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5270>
- Agustin, D., Ismanto, B., & Sitorus, D. S. (2020). Penyusunan dan Pelaksanaan Anggaran dalam Konteks Pengembangan Usaha (Studi pada Bakso dan Mie Ayam Mas Hadi “Asli Solo”). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 35–45. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2240>
- Alfitri, A. H., Jusmani, J., & Rismansyah, R. (2023). Analisis Efektivitas Penjualan Bahan Bakar Minyak Dalam Pencapaian Target Anggaran Penjualan Pada PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 173–183. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.7774>
- 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>
- Andriyani, S., Aisyah, S. N., Sumberliana, B., & Susanto, R. A. (2024). Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada PT. Indofood Tbk. *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 139–148. <https://doi.org/10.34005/akrual.v5i2.3630>
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (24 Februari 2022). *Pentingnya laporan keuangan bagi UMKM*. DJPb Kementerian Keuangan. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/solok/id/data-publikasi/artikel/3349-pentingnya-laporan-keuangan-bagi-umkm.html>
- 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>
- Faizin, E. K., & Fahriani, F. Z. (2023). 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>
- Harahap, F. K., Azzahri, K., Sabrina, L., & Zainarti, Z. (2024). Analisis Penganggaran Penjualan UMKM AL-FAZZA Parfume Menggunakan Metode Kuadrat Terkecil. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 513–521. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.233>

- Hasrina, Y., & Marthalia, D. (2021). Penerapan Metode Forecast dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PD. Cakrawala Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Terminal Informasi Ilmiah*, 10(02), 40–52. <https://doi.org/10.58437/mim.v10i2.66>
- 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>
- Kresnha, & Eliyawati. (2022). Penerapan Penyusunan Anggaran Operasional Dalam Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan. 4(2), 44–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.47685/exchall.v4i2.293>
- Megawati, R., Nugrayanto, B. A., Syabani, R. S., Hartati, N., Bangsa, U. P., Goreng, P., Crispy, T., Budhe, M., & Produksi, A. (2024). Analisis Anggaran Produksi Dan Anggaran Penjualan Terhadap Rencana Penjualan Umkm Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe Di Sukatani. 7(7), 48–55. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer/article/view/78>
- Mulyani, S., Hayati, D., & Sari, A. N. (2021). Analisis Metode Peramalan (Forecasting) Penjualan Sepeda Motor Honda Dalam Menyusun Anggara Penjualan Pada PT Trio Motor Martadinata Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 178–189. <https://www.ajax.stienas-y pb.ac.id/jurnal/index.php/jdeb/article/view/320>
- Putra, R., E., & Liansyah, I. (2024). Anggaran Analisa Penjualan Terhadap Perencanaan Laba PT Wahana Persada Karton Palembang. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 80–87. <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i2.2847>
- Rahayu, A. D., Fitriano, Y., & Yanti, R. T. (2021). An Analysis of Sales Budget in Increasing Profit at Dadang Shop in Sukamakmur Village. *Journal of Indonesian Management*, 1(2), 88–93. <https://doi.org/10.53697/jim.v1i2.123>
- Rukmana, C. T. P., & Burhany, D. I. (2021). Perhitungan Peramalan Penjualan dalam Penyusunan Anggaran Penjualan pada PT Industri Susu Alam Murni (ISAM). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(3), 705–716. <https://doi.org/10.35313/ialj.v1i3.3205>
- Sinaga, A., & Irama, O. N. (2021). Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengelolaan Laba Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (JAAPI)*, 2(1), 147–155. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.741>
- Suatrian, A. T., Ngilyaubun, A., Rahman, S. L., Soselisa, N. A. P., Lumapuy, D., & Tehuayo, R. (2024). Analisis Penerapan Ramalan Penjualan Pada Usaha Boba Haluw Menggunakan Metode *Least Square*. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 263–268. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v1i3.68>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (4th ed.)*. ALFABETA.

- Syamsul, Dewanto, J. T., & Nurlailah. (2022). Penerapan Metode Forecast dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pupuk Non-Subsidi. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 3(01), 786–797. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i04.4137>
- Tarigan, V. B., & Nurhayati, N. (2022). 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>



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI