

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peramalan Penjualan

2.1.1 Pengertian Peramalan Penjualan

Peramalan penjualan adalah Proyeksi tentang kegiatan penjualan Perusahaan dalam jangka waktu tertentu dipriode yang akan datang. (Rahmadiane dan Kamal (2023). Sebagai pusat dari seluruh perencanaan perusahaan yang akan menentukan potensi penjualan dan luas pasar yang dikuasai mendatang. Dasar penyusunan anggaran penjualan dan anggaran lainnya, (misalnya anggaran produksi, bahan mentah, dll menurut penelitian dari Zainab (2022) Tujuan peramalan penjualan yang dibuat untuk mengurangi kemungkinan tidak kepastian yang tinggi pada kegiatan diperusahaan priode yang akan datang.

2.1.2 Metode Peramalan Penjualan

Forecasting adalah suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa mendatang. Adapun yang dimaksud dengan *forecast* penjualan adalah proyeksi teknis dari permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Suatu *forecast* penjualan mampu mempengaruhi atau bahkan menentukan keputusan dan kebijaksanaan yang diambil, yakni yang mencakup hal hal sebagai berikut : menurut adnyana (2020)

1. Kebijaksanaan dalam perencanaan produksi;

2. Kebijakan persediaan barang jadi;
3. Kebijakan penggunaan mesin-mesin;
4. Kebijakan tentang investasi dalam aktiva tetap;
5. Rencana pembelian bahan baku dan pembantu; dan
6. Rencana aliran kas.

Oleh karena itu, *forecast* penjualan dapat dikatakan sebagai pusat dari seluruh perencanaan perusahaan yang akan menentukan potensi penjualan dan luas pasar yang dikuasai mendatang. *Forecast* penjualan dilakukan dengan memanfaatkan berbagai teknik *forecasting*, termasuk pengecekan apakah teknik yang dipergunakan dapat dipertanggung jawabkan atau tidak. Dengan mengumpulkan, menggunakan, dan menganalisis data-data historis serta menginterpretasikan peristiwa-peristiwa di masa mendatang maka *forecast* penjualan dapat dibuat.

Pada perusahaan kecilpun, *forecast* penjualan bahkan sangat membantu perencanaan yang menyeluruh (*overall planning*). Pengukuran *forecast* penjualan itu sendiri dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik, sedangkan pengukuran secara kualitatif biasanya menggunakan *judgment* (pendapat). Pemilihan cara yang dipakai untuk pembuatan *forecast* penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor, yakni yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Sifat produk yang dijual.
2. Metode distribusi yang dipakai, yaitu metode distribusi langsung atau tidak langsung.
3. Besarnya perusahaan dibandingkan pesaing-pesaingnya.
4. Tingkat persaingan yang dihadapi.
5. Data historis yang tersedia.

Penggunaan metode statistik saja secara keseluruhan masih kurang dapat dipercaya hasilnya karena banyak hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Sebaliknya, penggunaan *judgment* saja juga dianggap kurang bijaksana dan mengandung banyak kelemahan. Hal ini terutama disebabkan karena penggunaan *judgment* kadang-kadang bersifat pribadi dan sukar dimengerti oleh pihak lain.

Oleh karena itu, *forecasting* yang tepat menghendaki adanya perpaduan antara analisis ilmiah dan pendapat pribadi perencana. Teknik statistik dipakai sebagai alat primer bagi penyusunan *forecast*, sedangkan interpretasi dan *judgment* dipakai sebagai pelengkap. Secara sistematis, teknik-teknik atau metode-metode *forecast* akan diijelaskan dalam uraian berikut ini menurut Adnyana (2020)

1. Forecast Berdasarkan Pendapat (*Judgment Method*)

Forecast berdasarkan pendapat (*judgement method*) biasanya digunakan untuk menyusun *forecast* penjualan maupun *forecast* kondisi bisnis pada

umumnya. Sumber pendapat-pendapat yang dipakai sebagai dasar melakukan *forecast* di antaranya adalah sebagai berikut.

a. Pendapat *Salesman*

Para *salesman* diminta untuk mengukur apakah ada kemajuan atau kemunduran segala hal yang berhubungan dengan tingkat penjualan pada daerah mereka masing-masing. Kemudian mereka diminta pula untuk mengestimasi tentang tingkat penjualan di daerah masing-masing di waktu mendatang. Perkiraan para *salesman* itu perlu diawasi karena mungkin ada unsur kesengajaan untuk membuat perkiraan yang lebih rendah (*underestimate*) dengan harapan bahwa apabila ia menjual di atas perkiraannya, maka ia akan mendapatkan hadiah.

b. Pendapat Sales Manager

Perkiraan yang dikemukakan oleh para *salesman* perlu dibandingkan dengan perkiraan yang dibuat oleh Kepala Bagian Penjualan. Seorang Kepala Bagian penjualan tentu mempunyai pertimbangan dan pandangan yang lebih luas mengenai seluruh daerah penjualan. Pada umumnya perkiraan Kepala Bagian Penjualan dapat lebih objektif karena mempertimbangkan banyak faktor. Hal ini mungkin juga disebabkan pendidikannya yang relatif lebih tinggi dan pengalamannya yang lebih luas di bidang penjualan.

c. Pendapat Para Ahli

Terkadang perkiraan yang dibuat oleh salesman dan kepala penjualan sangat bertentangan satu sama lain, sehingga perusahaan menganggap perlu untuk meminta pertimbangan kepada orang yang dianggap ahli. Mereka ini disebut konsultan.

d. Survei Konsumen

Apabila ketiga pendapat diatas masih dianggap kurang dapat dipertanggung jawabkan, maka biasanya diakan penelitian langsung terhadap konsumen.

2. *Forecast Berdasarkan Perhitungan Statistik*

Pada metode *judgment* mungkin masih terdapat unsur-unsur subjektivitas. Sebaliknya pada metode statistik ini, unsur subjektivitas ditekan sesedikit mungkin. Perhitungan lebih didasarkan pada perhitungan objektif baik yang bersifat mikro maupun makro.

a. Analisis metode *Trend*

Trend adalah gerakan yang berjangka panjang, lamban, dan cenderung untuk menuju satu arah, menaik atau menurun. Garis *trend* dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Metode *trend* secara bebas

metode *trend* secara bebas merupakan suatu cara *trend* tanpa menggunakan rumus matematika. Meskipun demikian bukan berarti

bahwa garis *trend* dapat ditarik begitu saja tanpa menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan yang dipakai oleh setiap orang mungkin berbeda, sehingga setiap orang mungkin akan menggambarkan garis *trend* yang berbeda-beda pula. Karena itu penggambaran metode *trend* dengan cara ini sangat subjektif dan kurang memenuhi persyaratan ilmiah, sehingga relatif jarang digunakan.

2. Metode *trend* setengah rata-rata

Pada metode setengah rata-rata, sudah mulai dipergunakan Perhitungan -perhitungan. Unsur subjektivitas pun sudah dihilangkan. Oleh karena itu, metode setengah rata-rata ini cenderung lebih dapat dipertanggung jawabkan dari pada metode sebelumnya karena menggunakan perhitungan- perhitungan yang lebih pasti.

3. Metode *Trend* Matematis

Ada dua teknik dalam metode matematis yang umum digunakan untuk menggambarkan garis *trend*, yaitu metode *moment* dan metode *least square*.

a) Metode *trend moment*

Rumus-rumus dasar yang digunakan dalam metode *moment* di antaranya adalah sebagai berikut.

$$Y=a+bX \quad Y=a+bX$$

Keterangan :

YY adalah nilai trend atau variabel yang akan diramalkan.

aa adalah bilangan konstant.

bb adalah slope atau koefisien kecondongan garis trend.

XX adalah indeks waktu

Untuk mencari nilai aa dan bb , digunakan dengan cara matematis dengan penyelesaiannya menggunakan metode substitusi dan metode eliminasi.

Persamaannya adalah:

$$\sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum X^2$$

keterangan:

$\sum Y$ adalah jumlah dari data penjualan.

$\sum X$ adalah jumlah dari periode waktu.

$\sum XY$ adalah jumlah dari data penjualan dikali dengan periode waktu.

n adalah jumlah data

b) Metode *least square*

Metode ini merupakan metode penyederhanakan dari metode trend moment, dimana rumus pada metode least square dengan cara mengusahakan sedemikian rupa, sehingga jumlah nilai parameter x sama dengan nol (0) ($\sum Y = 0$). oleh karena $\sum Y = 0$, maka rumus tersebut akan menjadi lebih sederhana.

Yaitu : $y' = a + Bx$

$$\sum Y = n \cdot a \quad \text{menjadi } a = \sum Y / n$$

$$\sum XY = b \cdot \sum X^2 \quad \text{menjadi } b = \sum XY / \sum X^2$$

Dengan demikian rumus yang digunakan dalam perhitungan menurut trend least square sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} \text{ atau } a = \sum Y / n$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

c) Metode Regresi linear sederhana

Regresi merupakan salah satu metode analisis peramalan atau prediksi yang sering digunakan pada data berskala kuantitatif (interval atau rasio). Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (*independent variable / X*) terhadap variabel terikat (*dependent variable / Y*).

Tujuan dari analisis regresi itu sendiri di antaranya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel terikat dalam hubungannya dengan nilai variabel bebas tertentu. Berikut ini merupakan rumus-rumus yang digunakan dalam metode regresi linear sederhana.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y adalah variabel dependen.

X adalah variabel independen.

a adalah intercept.

b adalah koefisien regresi yang menunjukkan perubahan YYY untuk setiap unit perubahan X .

2.2 Anggaran

2.2.1 Pengertian Anggaran

Anggaran merupakan suatu rencana tindakan yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Anggaran memainkan suatu peranan penting dalam perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan. Anggaran juga berfungsi untuk memperbaiki komunikasi dan koordinasi, suatu peranan yang menjadi semakin penting, seiring dengan berkembangnya ukuran perusahaan suatu rencana yang disusun secara sistematis yang dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang adnyana (2020).

2.2.2 Fungsi Anggaran

Untuk mencapai tujuan perusahaan, organisasi perusahaan memiliki berbagai fungsi yang berkaitan dengan pencapaian tujuan tersebut. Berikut Menurut penelitian dari Zulhawati dan Rofiqoh (2016) Secara umum seluruh fungsi di dalam suatu organisasi dapat dikelompokkan ke dalam empat fungsi pokok, yaitu fungsi:

1. *Planning* (Perencanaan)

Dalam fungsi ini ditetapkan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendek, sasaran yang ingin dicapai, strategi yang akan digunakan dan sebagainya. Di dalam fungsi ini berkaitan dengan segala sesuatu yang ingin dihasilkan dan dicapai perusahaan di masa mendatang. Termasuk di

dalamnya menetapkan produk yang akan dihasilkan, cara menghasilkannya, sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut, cara memasarkan produk tersebut dan sebagainya.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Setelah tujuan perusahaan ditetapkan, maka perusahaan harus mencari sumber daya yang dibutuhkan untuk merealisasikan rencana yang telah ditetapkan tersebut. Perencanaan yang diperlukan meliputi upaya memperoleh bahan baku, mencari mesin yang digunakan untuk mengelola bahan tersebut, bangunan yang dibutuhkan untuk pabrik tersebut, mencari tenaga kerja beserta dengan kualifikasi yang dibutuhkan, mencari modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang direncanakan dan sebagainya.

3. *Actuating* (Menggerakkan)

Setelah sumber daya yang dibutuhkan diperoleh, tugas manajemen selanjutnya adalah mengarahkan dan mengelola setiap sumber daya yang telah dimiliki perusahaan tersebut agar dapat digunakan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Setiap sumber daya yang ada harus diarahkan, dikoordinasikan satu dengan yang lainnya agar dapat bekerja optimal untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. *Controlling* (Pengendalian)

Setelah sumber daya yang dibutuhkan perusahaan diperoleh dan diarahkan untuk bekerja sesuai dengan fungsi masing-masing, maka

langkah selanjutnya memastikan bahwa setiap sumber daya tersebut telah bekerja sesuai dengan rencana yang sudah dibuat perusahaan, untuk menjamin bahwa tujuan perusahaan secara umum dapat dicapai. Fungsi ini berkaitan erat dengan upaya untuk menjamin bahwa setiap sumber daya organisasi telah bekerja dengan efisien dan efektif. Anggaran memiliki fungsi yang berkaitan erat dengan empat fungsi manajemen tersebut. Keempat fungsi tersebut merupakan suatu kesatuan fungsi yang saling terkait satu dengan lainnya dan tidak terpisahkan. Hubungan anggaran dengan keempat fungsi tersebut merupakan suatu fungsi yang terintegrasi satu dengan lainnya.

2.3 Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan merupakan anggaran yang sangat penting dalam penentuan proyeksi penjualan dan penghasilan yang realistis dan pendukung utama dalam menyusun rencana anggaran komprehensif perusahaan. Anggaran penjualan yang bersifat tidak realistis seperti "*over confidence*" atau terlalu percaya diri maka sebagian besar bagian dari rencana laba keseluruhan juga akan ikut tidak realistis. anggaran yang menerangkan secara terperinci dan teliti tentang penjualan perusahaan dimasa mendatang yang didalamnya mencakup tentang jenis barang, jumlah, harga, waktu serta tempat penjualan barang. Anggaran penjualan perlu dikembangkan dengan teliti agar anggaran-anggaran operasi dan anggaran finansial saling isi mengisi dan saling memantau dalam menyusun rencana anggaran komprehensif. Zulhawati dan Rofiqoh (2016)

Agar anggaran penjualan lebih teliti dan meyakinkan maka diperlukan team pembuat ramalan penjualan yang terdiri dari beberapa ahli dari bidang distribusi dan didukung oleh ahli-ahli bidang keuangan, produksi dan dari bidang lainnya. Peramalan penjualan akan menilai target penjualan yang akan dicapai sebagai dasar penjualan. Zulhawati dan Rofiqoh(2016)

Anggaran penjualan dalam perusahaan berfungsi sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan adalah dasar perencanaan atas kegiatan perusahaan pada umumnya. Anggaran penjualan terlebih dahulu disusun, baru kemudian komponen-komponen anggaran lainnya, sehingga dapat menggambarkan suatu rencana anggaran komprehensif. Kemudian tahap berikutnya segera dapat menyusun anggaran produksi untuk memenuhi jumlah barang jadi yang harus segera diproduksi untuk memenuhi penjualan.
2. Anggaran penjualan sebagai alat koordinasi dan mengarahkan setiap pelaksanaan divisi pemasaran. Anggaran penjualan sebagai alat koordinasi adalah untuk memantau tugas kepada divisi produksi supaya jangan kehabisan persediaan barang jadi dan sebaliknya anggaran produksi memantau bagian penjualan, sehingga terdapat keserasian dalam bentuk anggaran komprehensif.
3. Anggaran penjualan sebagai alat pengorganisasian. Anggaran penjualan berarti penetapan target-target penjualan atas anatomi organisasi pemasaran yang dilakukan oleh para penjual sesuai dengan

daerah-daerah pemasaran guna mencapai target penjualan yang tertera pada anggaran penjualan.

4. Anggaran penjualan sebagai alat pengawasan bagi manajemen. Keberhasilan suatu anggaran komprehensif dalam suatu perusahaan tergantung kepada keberhasilan anggaran penjualan. Sebaliknya dengan tersusunnya anggaran penjualan secara terperinci memungkinkan manajemen lebih gampang untuk menyusun anggaran lainnya.

Rumus Anggaran penjualan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Anggaran Penjualan} = Q \text{ Penjualan} \times \text{Harga Jual}$$

Menurut penelitian dari Zainab (2022) Faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan dalam Penyusunan Anggaran Penjualan Adalah:

- a. Karakteristik pasar yang dihadapi perusahaan. Karakteristik itu meliputi : luas pasar, keadaan persaingan, kemampuan pasar untuk menyerap barang, sifat konsumen akhir.
- b. Kemampuan finansial. Kemampuan untuk membiayai penelitian pasar, kemampuan melihat usaha-usaha untuk mencapai target penjualan dan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.
- c. Keadaan personalia. Adalah menyangkut jumlah buruh yang tersedia (cukup, kurang, berlebihan) dan kemampuan tenaga kerja untuk melaksanakan tugas-tugasnya agar tercapai target yang ditentukan.
- d. Dimensi waktu. Mengenai waktu harus diperhatikan agar anggaran benarbenar reliabel (misal. tidak terlalu awal), seberapa lama anggaran masih bisa dipakai

2.4 Anggaran Produksi

Menurut penelitian dari Zulhawati dan Rofiqoh (2016). Anggaran produksi adalah rencana perusahaan untuk menghasilkan produk perusahaan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan penjualan dengan mempertimbangkan jumlah persediaan pada awal dan akhir periode. Karena itu, perencanaan volume penjualan dan volume persediaan barang pada awal dan akhir periode akan memengaruhi volume produksi pada periode tersebut.

Mengabaikan ketiga faktor tersebut, akan mengakibatkan volume produksi menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah jumlahnya dibandingkan dengan kebutuhan perusahaan. Dalam pelaksanaannya terdapat kebijaksanaan tertentu yang dapat diterapkan untuk penyusunan anggaran produksi ini.

Masing-masing kebijaksanaan tersebut tentunya akan mengakibatkan pendekatan yang berbeda dalam penyusunan Anggaran produksi digunakan sebagai alat untuk merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan kegiatan produksi perusahaan, sehingga dengan hal tersebut tujuan penyusunan anggaran produksi adalah untuk mencukupi tersedianya jumlah produk yang akan dijual agar kegiatan penjualan dapat berjalan sesuai rencana, dan penyusunan anggaran produksi juga dapat mengatur biaya-biaya produksi agar dapat dikeluarkan seminimal mungkin . Hidayatullah (2020)

Berikut ini adalah rumus perhitungan anggaran produksi :

Rencana Penjualan (dari Anggaran Penjualan) = unit

Rencana Persediaan Akhir Produk Jadi = +

Jumlah Kebutuhan Produk Jadi = unit

Rencana Persediaan Awal Produk Jadi = -

Jumlah Anggaran Produksi =.....

Beberapa faktor harus dipertimbangkan kaitannya dengan anggaran produksi antara lain:

1. Ketersediaan fasilitas pabrik berkaitan dengan efisiensi penggunaan fasilitas pabrik.
2. Ketersediaan fasilitas pergudangan berkaitan dengan barang yang membutuhkan penyimpanan secara khusus. Produksi yang terlalu jauh melebihi kemampuan gudang untuk menyimpannya akan meningkatkan biaya penyimpanan bahkan mungkin bisa rusak.
3. Stabilitas tenaga kerja terutama berkaitan dengan produk musiman
Berdasarkan pada anggaran penjualan, pada bulan-bulan tertentu produk musiman memaksa perusahaan berproduksi melebihi bulan-bulan yang lain.

2.5 Anggaran produksi kebijakan Stabilitas Produksi

Merupakan besarnya unit produksi tetap (stabil) dari waktu ke waktu di mana besarnya unit persediaan dibiarkan mengambang. Dalam kebijakan ini, unit produksi dari waktu ke waktu ditentukan terlebih dahulu baru kemudian unit persediaan dapat ditentukan. Dengan menerapkan metode stabilitas

produksi dalam anggaran produksi, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan persediaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan yang lebih baik terhadap ketersediaan produk. Zulhawati dan Rofiqoh (2016)

Jumlah unit produksi yang dianggarkan dapat diketahui dengan perhitungan rumus berikut ini:

$$\frac{\text{Rencana produksi pada 1 tahun} = \dots (\text{rata-rata produksi})}{\text{pertriwulan atau 12 bulan (1 tahun)}}$$

2.6 Anggaran produksi kebijakan stabilitas tingkat persediaan

Merupakan Besarnya unit produksi dari waktu ke waktu ditentukan dengan mengusahakan unit persediaan yang selalu sama di mana besarnya unit produksi dibiarkan mengambang. Dalam kebijakan ini, unit persediaan dari waktu ke waktu ditentukan terlebih dahulu baru kemudian unit produksi dapat ditentukan. Kebijaksanaan penyusunan anggaran produksi berdasarkan stabilitas persediaan. Pada umumnya, kebijakan persediaan dinyatakan dalam unit dengan berbagai metode, seperti:

1. Kebutuhan bulanan;
2. Batas maksimum;
3. Batas maksimum dan minimum;
4. Jumlah tertentu; dan Tingkat persediaan.

Untuk menyusun anggaran produksi dengan kebijaksanaan stabilitas persediaan harus dihitung terlebih dahulu rata-rata kenaikan atau penurunan persediaan dari awal tahun sampai akhir tahun.

Berikut ini rumus kebijakan persediaan produksi adalah :

Selisih persediaan = jumlah persediaan akhir – jumlah persediaan awal

Apabila dialokasikan kedalam tiap triwulan besarnya = selisih/per triwulan

Selisih persediaan ini dialokasikan kedalam masing -masing persediaan akhir . jika hasil selisih positif (+) maka akan mengurangi persediaan akhir , jika negatif (-) maka akan menambah persediaan akhir.

2.7 Penelitian terdahulu

Dari penelitian di atas yang berjudul analisis perhitungan peramalan penjualan dalam upaya menentukan Anggaran penjualan dan Anggaran produksi menggunakan metode stabilitas produksi pada PT Djiem Jaya Makmur, berikut beberapa referensi penelitian terdahulu yang digunakan :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Hazmi, Gunawan, dan	Penerapan Peramalan Penjualan Pada Anggaran	Metode kuantitatif	Total anggaran BBB Rp 112.664.510, total anggaran BTKL

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
	Sembiring (2023)	Penjualan Sebagai Dasar Dalam Penyusunan Anggaran Produksi dan Anggaran Biaya Produksi (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Mahrup Cibogo)		yaitu Rp 11.045.540, dan total anggaran BOP yaitu Rp 72.406.256. Anggaran biaya produksi yaitu dengan menjumlahkan anggaran BBB, anggaran BTKL, dan anggaran BOP , jadi anggaran biaya produksi pabrik yaitu Rp 196.116.306
2	Nurul aini (2023)	Analisis penyusunan anggaran penjualan pada	Metode kuantitatif	Peramalan penjualan senapan angin di CV Senapan123.com

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
		CV. Senapan 123 dikabupaten kediri		setelah dilakukan peramalan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil dan trend moment. Kami melihat estimasi penjualan tahun 2023 dengan metode kuadrat terkecil meningkat sebesar 38% menjadi total 697 unit dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan perkiraan penjualan tahun 2023 dengan metode trend

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				<p>moment naik 106% sebanyak 1.041 unit dibandingkan tahun sebelumnya. Anggaran penjualan senapan angin di CV Senapan123.com tahun 2023 menggunakan metode kuadrat terkecil untuk mendapatkan perkiraan nilai penjualan dalam Rp. 1.547.350.000,-. dan anggaran penjualan senapan angin CV</p>

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				Senapan123.com tahun 2023 menggunakan metode trend moment untuk mendapatkan perkiraan nilai penjualan Rp. 2.479.550.000,-.
3	Nurhayati (2022)	Penerapan anggaran penjualan dalam memperkirakan penjualan	Metode kuantitaif	hasil peramalan penjualan pada Panglong Tarclo Jaya menggunakan dua metode yaitu metode trend moment dan metode least square pada bulan Juli 2022 sampai

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				<p>September 2022, dimata data perbandinganya diabil dari data penjualan perusahaan mulai Juli 2021 sampai Juni 2022. Untuk hasil dari perbandingkan kedua metode antara trend moment dan least square menggunakan Standar Kesalahan Forecasting (SKF), SKF digunakan untuk menentukan kesesuaian antara</p>

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				<p>forecasting yang disusun dengan realisasi penjualannya. Hasil penelitian melalui SKF yang telah dilakukan menunjukkan metode trend momen dengan nilai SKF 78,04, dan metode least square dengan nilai SKF 77,8. Metode yang lebih baik digunakan adalah metode least square</p>

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				<p>karana selisih nilai SKFnnya lebih kecil sebanyak 0,24. Anggaran penjualan batu bata pada Panglong Tarclo Jaya pada bulan Juli sampai Desember 2022 sebesar Rp. 399.277.500 dengan total 798.600 buah.</p>
4	Rani susanti (2021)	Analisis perhitungan peramalan penjualan untuk menentukan	Metode kuantitatif	Berdasarkan hasil perhitungan bahwa peramalan penjualan menggunakan metode least square

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
		anggaran produksi menggunakan metode <i>least square</i> pada PT. Tegal Jaya Makmur Sejahtera		didapatkan peramalan penjualan untuk priode selanjutnya yaitu minggu pertama pada bulan mei didapatkan 664 box, maka menunjukkan hasil garis positif yang mana hal ini juga tidak lepas dari perubahan yang fluaktif dari priode -priode sebelumnya.
5	Raisya Putri Septianti Dan	Penerapan Metode Peramalan dalam	Metode kuantitatif	Penerapan metode peramalan yang dilakukan penulis menggunakan

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
	Neneng Dahtiah (2021)	Menyusun anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi pada LAF Project		metode kuadrat terkecil dan metode kuadratik. Hasil dari persamaan yang telah didapat kemudian digunakan untuk menghitung peramalan penjualan bulan Juni 2020 sampai dengan bulan Mei 2021, yang dimana hasil peramalan penjualan tersebut menghasilkan total yang sama dengan total realisasi penjualan sejumlah

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				1.647 unit atau Rp 327.753.000.
6	Rukmana dan Burhany (2021)	Perhitungan Peramalan Penjualan dalam Penyusunan Anggaran Penjualan pada PT Industri Susu Alam Murni (ISAM	Metode kuantitatif	Pemilihan metode peramalan penjualan yang paling tepat untuk diterapkan perusahaan menggunakan perhitungan standar kesalahan peramalan diperoleh hasil bahwa metode kuadratik (parabolic method) adalah metode yang paling tepat diterapkan PT

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				Industri Susu Alam Murni (ISAM) dikarenakan nilai SKP-nya terkecil dibandingkan metode yang digunakan perusahaan dan metode kuadrat terkecil (least square method)
7	Anik sudimartiasih dan mery triadiah sari (2019)	Analisis peramalan penjualan untuk menentukan rencana produksi pada UD rifa'i	Metode Kuantitatif	Dari perhitungan rencana produksi berdasarkan ramalan penjualan 2016, maka diperoleh dandang 964, oven 631, panci sebesar 615. Dengan

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				adanya perencanaan produksi, pihak perusahaan memiliki acuan untuk mempersiapkan besarnya jumlah produksi.
8	Hendiwan Yusli (2018)	Analisis anggaran operasional sebagai alat pengendalian manajemen dalam rangka efisiensi biaya operasional perusahaan pada PT.	Metode Kualitatif	Prosedur penyusunan anggaran PT Pejagan Pemalang Tol Road dengan menggunakan <i>metode bottom up</i> . Penyusunan anggaran dimulai dengan penyusunan target

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
		Pejagan pemalang tol road		dan anggaran yang diusulkan. Kemudian usulan tersebut dievaluasi oleh bagian keuangan dan d disesuaikan dengan standar biaya yang dimiliki. Setelah melakukan evaluasi maka anggaran tersebut direvisi sesuai dengan hasil evaluasi tersebut. Apabila anggaran tersebut telah sesuai maka dilakukan penetapan,

NO	NAMA DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
				anggaran yang telah ditetapkan tersebut berupa cash plan
9	Mieke Rahayu (2011)	Analisis Penentuan Metode Peramalan Penjualan (Sales Forecast) Terhadap Penyusunan Anggaran Penjualan Lateks Pekat Dan Rubber Smoke Sheet (Rss) Pada PT Huma Indah	Metode kuantitatif	Anggaran penjualan yang telah disusun oleh PT Huma Indah Mekar kurang realistis. Terdapat selisihmelebihi batas toleransi yang telah ditetapkan perusahaan sebesar 10% antara anggaran penjualan yang disusun dengan realisasinya