



**PENYUSUNAN ANGGARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA UKM BUBUK KOPI ASMA
(Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Batusangkar*

Disusun oleh :

**DIANA GUSRIANTI
NIM 13 231 020**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH KONSENTRASI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
TH. 2018/1439 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Gusrianti

Nim : 13 231 020

Jurusan : Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **“Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma (Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar)”** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 5 Februari 2018

Yang membuat menyatakan,



Diana Gusrianti
NIM. 13 231 020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **DIANA GUSRIANTI, NIM. 13 231 020** judul “**Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma (Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar)**” memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya .

Batusangkar, 5 Februari 2018

Pembimbing I


Dr. David, S.Ag., M.Pd
NIP. 19710323 200312 1 003

Pembimbing II

Yeni Melia, SE., MM
NIP.19850505 201503 2 005

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar**








H. Oly Ahsani, SH., M. Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **DIANA GUSRIANTI**, NIM. 13 231 020, judul: **“PENYUSUNAN ANGGARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UKM BUBUK KOPI ASMA (Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar)”**, telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 20 Februari 2018.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| No | Nama Penguji | Jabatan dalam Tim | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|--|-------------------------------|---|-----------|
| 1 | Dr. David, S. Ag., M. Pd NIP. 19710323 200312 1 003 | Ketua Sidang/ Pembimbing I |  | |
| 2 | Yeni Melia, SE., MM NIP. 19850505 20150 2 005 | Sekretaris Sidang |  | 2/18 3 |
| 3 | Elfina Yenti, SE., Akt., M.Si., CA NIP. 19740623 200003 2 002 | Anggota I |  | 2/3 18 |
| 4 | Sri Adella Fitri, SE., M.Si. NIP. 19830713 200604 2 002 | Anggota II |  | 20/2/2018 |

Batusangkar, 28 Februari 2018
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam



Dr. Ulya Atsani, S.H.,M.Hum
NIP.19750303 199903 1 004

ABSTRAK

DIANA GUSRIANTI. NIM 13 231 020 Judul Skripsi “**Penyusunan Anggaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada UKM Bubuk Kopi Asma (Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab)**” Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

Permasalahan dalam skripsi ini adalah tidak adanya penyusunan anggaran pada UKM Bubuk Kopi Asma, belum adanya pembukuan secara lebih rinci, hanya sekedar pencatatan setiap minggunya dan tidak adanya target khusus penjualan untuk tahun kedepannya, padahal UKM Bubuk Kopi Asma merupakan salah satu industri kopi yang cukup terkenal. Penyusunan anggaran penjualan juga dapat dijadikan sebagai perencanaan penjualan selanjutnya. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana penyusunan anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma. Tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan penyusunan anggaran penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma dengan menggunakan analisis *Least square* serta menentukan berapa hasil yang mendekati kebenaran sesuai dengan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) periode 2018-2019.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti. Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Pengelolaan data yang dilakukan dengan cara deskriptif kuantitatif, kemudian data dianalisis menggunakan analisis *Least Square* kemudian dilakukan penyusunan anggaran penjualan.

Dari penelitian yang penulis lakukan dilapangan disimpulkan bahwa penyusunan anggaran dan peramalan penjualan dalam upaya peningkatan penjualan dapat memberikan gambaran anggaran penjualan untuk kedepannya kepada UKM Bubuk Kopi Asma. Dilihat dari penyusunan anggaran yang dilakukan dari tahun 2018 sampai 2019, UKM Bubuk Kopi Asma mampu untuk terus meningkatkan penjualannya. Agar anggaran tersebut dapat berfungsi sebagai upaya peningkatan penjualan, maka UKM Bubuk Kopi Asma dapat menjadikan anggaran tersebut sebagai standarisasi dalam pencapaian target penjualan.

Kata Kunci: Anggaran Penjualan, *Least Square*

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL | |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI | |
| ABSTRAK..... | i |
| DAFTAR ISI | ii |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 8 |
| C. Batasan Masalah | 8 |
| D. Rumusan Masalah..... | 8 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| F. Manfaat dan Luaran Penelitian..... | 9 |
| 1. Manfaat Penelitian | 9 |
| 2. Luaran Penelitian | 9 |
| G. Defenisi Operasional..... | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 11 |
| A. Landasan Teori | 11 |
| 1. Anggaran..... | 11 |
| 2. Anggaran Penjualan | 25 |
| 3. Penjualan..... | 32 |
| 4. Peramalan..... | 35 |
| B. Penelitian yang Relevan | 47 |
| C. Kerangka Fikir..... | 49 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 51 |
| A. Jenis penelitian | 51 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 51 |
| C. Sumber dan Teknik Penelitian..... | 51 |
| 1. Sumber Data..... | 51 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Teknik Pengumpulan Data..... | 52 |
| D. Teknik Analisis Data | 52 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 54 |
| A. Gambaran Umum UKM Bubuk Kopi Asma Koto Tuo, Sungai Tarab | 54 |
| 1. Sejarah Bubuk Kopi Asma..... | 54 |
| 2. Karyawan Bubuk Kopi Asma | 56 |
| B. Hasil Penelitian..... | 57 |
| 1. Data Penjualan tahun 2016-2017 | 57 |
| 2. Peramalan Penjualan menggunakan Analisis <i>Least Square</i> | 58 |
| 3. Penyusunan Anggaran Penjualan..... | 67 |
| C. Pembahasan | 72 |
| BAB V PENUTUP | 74 |
| A. Kesimpulan..... | 74 |
| B. Saran | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Penjualan Bubuk Kopi Asma Periode 2016-2017..... | 4 |
| Tabel 4.1 Data Penjualan Bubuk Kopi Asma Periode 2016-2017..... | 57 |
| Tabel 4.2 Data Penjualan Tahun daerah Lintau dan Sungayang 2017 | 58 |
| Tabel 4.3 Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau 2017..... | 60 |
| Tabel 4.4 Hasil Ramalan Penjuallan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau 2018..... | 61 |
| Tabel 4.5 Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang 2017 | 62 |
| Tabel 4.6 Hasil Ramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma daerah Sungayang 2018 . | 63 |
| Tabel 4.7 Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau 2017..... | 64 |
| Tabel 4.8 Hasil Ramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau 2019 | 65 |
| Tabel 4.9 Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang 2017 | 66 |
| Tabel 4.10 Hasil Ramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang 2018 | 67 |
| Tabel 4.11 Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau dengan Analisis <i>Least Square</i> tahun 2018..... | 68 |
| Tabel 4.12 Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang dengan Analisis <i>Least Square</i> tahun 2018..... | 69 |
| Tabel 4.13 Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau dengan Analisis <i>Least Square</i> tahun 2019..... | 70 |
| Tabel 4.14 Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang dengan Analisis <i>Least Square</i> tahun 2019..... | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Grafik Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Tahun 2016..... | 5 |
| Gambar 1.2 | Grafik Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma Tahun 2017..... | 6 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Fikir | 50 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesuksesan setiap perusahaan akan sangat tergantung pada manajemen yang efektif. Pihak manajemen mengharapkan bahwa perusahaan yang dipimpinnya akan terus menerus mengalami pertumbuhan seperti yang mereka inginkan dalam kegiatan usahanya (Kasmir, 2010, p.141).

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak terlepas dari tujuan utamanya yaitu memperoleh laba seoptimal mungkin dari pengorbanan yang dilakukan. Perusahaan akan memperoleh laba apabila perusahaan menjual barang atau jasa dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga pokoknya. Sedangkan untuk dapat menciptakan keadaan tersebut tidaklah mudah, karena semakin berkembang suatu perusahaan maka masalah yang dihadapi akan semakin banyak dan semakin kompleks. Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun.

Pihak manajemen mengharapkan bahwa perusahaan yang dipimpinnya akan terus mengalami pertumbuhan seperti mereka inginkan dalam kegiatan usahanya. Pertumbuhan yang diinginkan terutama pertumbuhan penjualan diikuti dengan pertumbuhan laba yang sesuai atau melebihi target yang ditetapkan. Kesuksesan setiap perusahaan akan sangat tergantung pada setiap manajemen yang efektif.

Hanya perusahaan yang benar-benar berkualitas yang mampu bertahan terhadap persaingan yang terjadi di pasar. Setiap perusahaan ingin sukses dan berkembang. Untuk mencapai kesuksesan dan perkembangan yang pesat, perlu adanya suatu cara yang tepat, sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan dalam mengembangkan usahanya.

Setiap periode manajemen akan menyusun berbagai rencana yang berkaitan dengan aktifitas perusahaan kedepan. Penyusunan rencana didasarkan pertimbangan berbagai faktor yang akan mempengaruhinya, seperti hal-hal yang

dilakukan sebelumnya, baik kendala atau hambatan yang dihadapi sekarang dan dimasa yang akan datang. Faktor utama yang perlu direncanakan adalah jumlah penjualan yang diinginkan manajemen yang akan datang. Artinya manajemen harus menargetkan berapa besar jumlah penjualan yang diharapkan (Kasmir, 2010, p. 142).

Perencanaan adalah pandangan kedepan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu. Sedangkan pengendalian adalah melihat kebelakang, menentukan apakah yang sebenarnya telah terjadi, dan membandingkannya dengan hasil yang direncanakan sebelumnya.

Melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian manajerial merupakan efektivitas yang digunakan untuk mengelola perusahaan biasanya diakui sebagai faktor kesuksesan jangka panjang yang paling penting. Kesuksesan ini dapat diukur dengan melihat pencapaian tujuan perusahaan. Faktor utama yang perlu direncanakan adalah jumlah penjualan yang diinginkan manajemen yang akan datang. Artinya manajemen harus menargetkan berapa besar jumlah penjualan yang diharapkan. Karena itu dibutuhkan perencanaan dalam melakukan kegiatan perusahaan terutama kegiatan operasi perusahaan.

Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nisa' ayat 58 (Hatta A, 2011, p.88):

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat".

Maksud dari ayat di atas dijelaskan bahwa amanat adalah sesuatu yang dipercaya termasuk didalamnya segala apa yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta maupun ilmu pengetahuan dan sebagainya. Didalam akuntansi dijadikan landasan seorang akuntan dalam bekerja, yaitu mencatat suatu transaksi sesuai dengan posisinya.

Tujuan perusahaan dalam hal ini adalah bagaimana caranya memperbesar omset penjualan dari waktu ke waktu. Sehingga dengan meningkatnya omset penjualan, maka diharapkan keuntungan atau laba juga dapat meningkat sesuai dengan target yang telah ditetapkan (Sucipto. 2010. p. 170). Sebelum membuat perencanaan penjualan, perusahaan terlebih dahulu perlu menyusun target penjualan untuk menghadapi masa yang akan datang.

Agar perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan, maka perusahaan harus membuat rencana peramalan penjualan yang menjadi dasar bagi manajemen untuk merumuskan rencana yang akan dilaksanakan dalam tahun berikutnya. Dalam meramalkan penjualan tersebut perlu berbagai pertimbangan, agar jangan sampai jumlah penjualan yang ditargetkan tidak mencapai sasaran.

Setiap orang atau lembaga selalu mengharapkan bahwa hasil ramalannya berhasil dan tidak meleset dimasa yang akan datang. Agar hasil ramalannya berhasil, maka perlu digunakan model peramalan yang sesuai dengan kebutuhan. Langkah yang perlu ditempuh sebelum menyusun anggaran penjualan adalah menyusun *forecast* penjualan. Metode yang digunakan dalam menyusun *forecast* ada dua, yaitu metode kualitatif (*judgment*) dan metode Kuantitatif (statistik dan matematis). Penelitian ini menerapkan metode Kuantitatif, dengan maksud untuk menekan sedikit mungkin unsur subyektifitas. Metode yang digunakan dalam membuat *forecast* penjualan adalah metode *least Square*.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Bubuk Kopi Asma yang berlokasi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar, merupakan penghasil kopi dan distributor barang dagang kopi yang mana untuk pembagian wilayah hanya di daerah Sungayang dan Lintau dengan penjualan lepas. Berdasarkan

wawancara awal penulis dengan Haji Asma, 21-8-2017 pemilik UKM diketahui bahwa Bubuk Kopi Asma memiliki target penjualan setiap minggu tetap yaitu sebanyak 600 Kg Kopi dan dijual dengan harga 1 Kg Rp50.000 dengan kemasan yang berbeda yaitu $\frac{1}{4}$ Kg Rp 12.500, 1 ons Rp 5.000, $\frac{1}{2}$ ons Rp 2.500 dan 1 sendok Rp 1.000.

Berdasarkan wawancara kedua penulis dengan Jas, 21-9-2017, diketahui bahwa UKM Haji Asma sudah memiliki target per minggu, tetapi tidak memiliki anggaran yang tepat untuk kedepannya. Hal ini tidak dapat memprediksi penjualan untuk kedepannya. Dengan demikian, perusahaan tidak memiliki gambaran mengenai jumlah barang yang akan terjual, sehingga muncul kemungkinan-kemungkinan dimasa yang akan datang seperti seluruh barang yang dibeli habis terjual atau hanya sebagian yang terjual.

Berikut adalah data penjualan UKM Bubuk Kopi Asma selama periode 2016-2017:

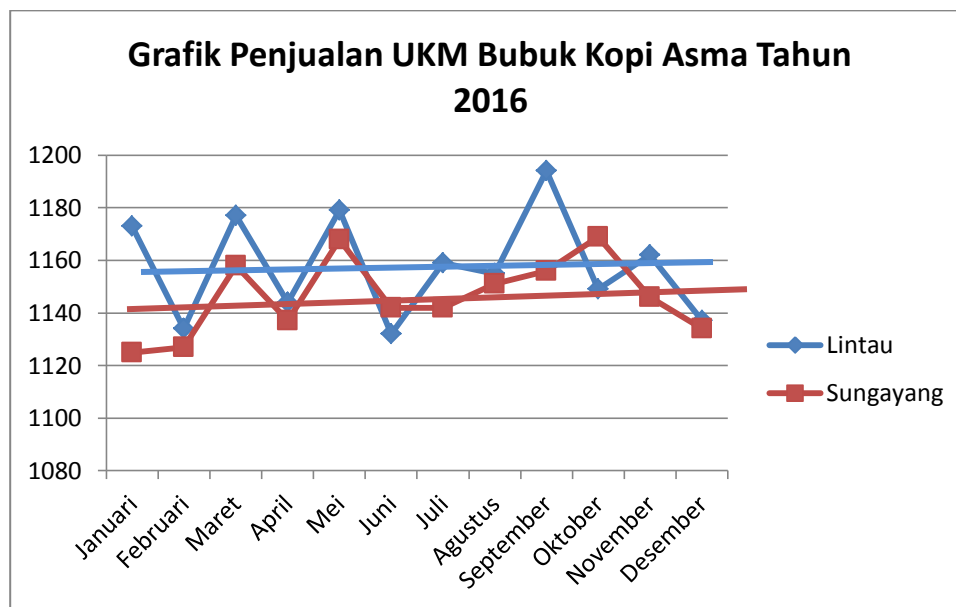
Tabel 1.1
Data Penjualan Bubuk Kopi Asma
Periode 2016 - 2017

| Bulan | Lintau | | Sungayang | |
|--------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | Kg | Total | Kg | Total |
| 2016 | | | | |
| Januari | 1.173 | Rp 58.650.000 | 1.125 | Rp 56.250.000 |
| Februari | 1.134 | Rp 56.700.000 | 1.127 | Rp 56.350.000 |
| Maret | 1.177 | Rp 58.850.000 | 1.158 | Rp 57.900.000 |
| April | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.137 | Rp 56.850.000 |
| Mei | 1.179 | Rp 58.950.000 | 1.168 | Rp 58.400.000 |
| Juni | 1.132 | Rp 56.600.000 | 1.141 | Rp 57.050.000 |
| Juli | 1.159 | Rp 57.950.000 | 1.142 | Rp 57.100.000 |
| Agustus | 1.155 | Rp 57.750.000 | 1.151 | Rp 57.550.000 |
| September | 1.194 | Rp 59.700.000 | 1.156 | Rp 57.800.000 |
| Oktober | 1.149 | Rp 57.450.000 | 1.169 | Rp 58.450.000 |
| November | 1.162 | Rp 58.100.000 | 1.146 | Rp 57.300.000 |
| Desember | 1.137 | Rp 56.850.000 | 1.134 | Rp 56.700.000 |
| Total | 13.895 | Rp 694.750.000 | 13.754 | Rp 687.700.000 |

| 2017 | | | | |
|--------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| Januari | 1.116 | Rp 55.800.000 | 1.091 | Rp 54.550.000 |
| Februari | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.112 | Rp 55.600.000 |
| Maret | 1.109 | Rp 55.450.000 | 1.146 | Rp 57.300.000 |
| April | 1.110 | Rp 55.500.000 | 1.077 | Rp 53.850.000 |
| Mei | 1.156 | Rp 57.800.000 | 1.133 | Rp 56.650.000 |
| Juni | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.141 | Rp 57.050.000 |
| Juli | 1.147 | Rp 57.350.000 | 1.174 | Rp 58.700.000 |
| Agustus | 1.127 | Rp 56.350.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |
| September | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.169 | Rp 58.450.000 |
| Oktober | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| November | 1.139 | Rp 56.950.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |
| Desember | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| Total | 13.662 | Rp 683.100.000 | 13.577 | Rp 678.850.000 |

Sumber: Data Penjualan UKM Bubuk Kopi Asma

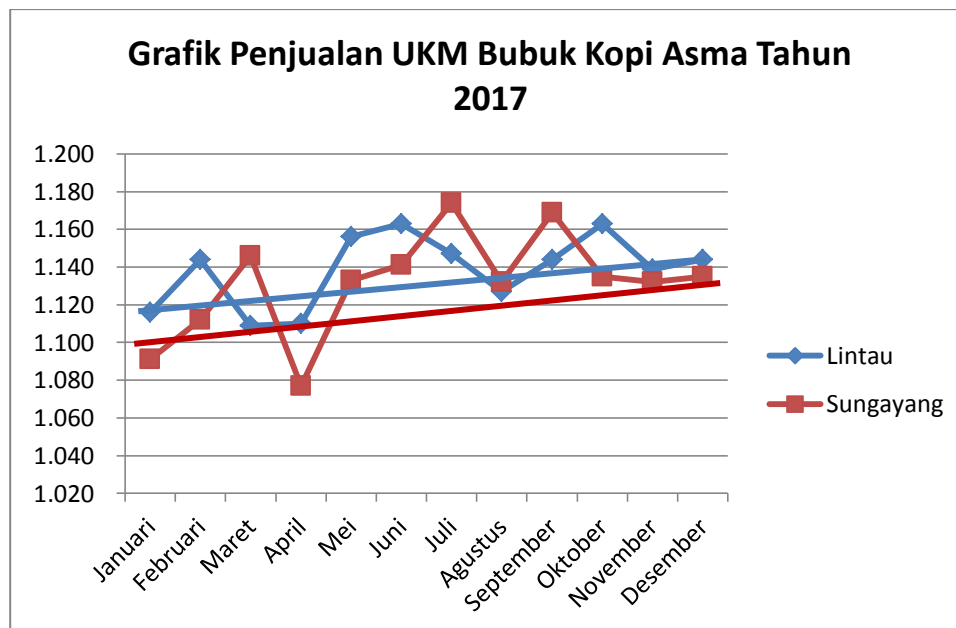
Bilamana data penjualan pada tahun 2016 tersebut digambarkan dalam bentuk grafik, maka akan terlihat sebagai berikut:



Gambar 1.1
Grafik Penjualan UKM Bubk Kopi Asma
Daerah Lintau dan Sungayang
Tahun 2016

Berdasarkan grafik 1.1 terlihat bahwa penjualan Bubuk Kopi Asma mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Dilihat pada tahun 2016 daerah Lintau pada bulan Januari-Februari persentasenya turun sebanyak 3,32%, Februari-Maret naik menjadi 3,79%, Maret-April turun 2,80%, April-Mei naik 3,06%, Mei-Juni turun 3,99%, Juni-Juli naik 2,39%, Juli-Agustus turun 0,35%, Agustus-September naik 3,38%, September-Oktober turun 3,77%, Oktober-November naik 1,13%, November-Desember turun 2,15%. Daerah Sungayang pada bulan Januari-Februari persentasenya naik sebanyak 0,18%, Februari-Maret naik menjadi 2,75%, Maret-April turun 1,81%, April-Mei naik 2,73%, Mei-Juni turun 2,31%, Juni-Juli naik 0,09%, Juli-Agustus naik 0,79%, Agustus-September naik 3,04%, September-Oktober naik 4,75%, Oktober-November turun 1,97%, November-Desember turun 1,05%.

Berdasarkan data pada tahun 2017 dapat dibuatkan grafik penjualan yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.2
Grafik Penjualan UKM Bubk Kopi Asma
Daerah Lintau dan Sungayang
Tahun 2017

Berdasarkan grafik 1.2 terlihat bahwa penjualan Bubuk Kopi Asma mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Dilihat pada tahun 2017 daerah Lintau pada bulan Januari-Februari persentasenya naik sebanyak 2,51%, Februari-Maret turun menjadi 3,06%, Maret-April naik 0,09%, April-Mei naik 4,14%, Mei-Juni naik 0,61%, Juni-Juli naik 1,38%, Juli-Agustus turun 1,74%, Agustus-September naik 1,51%, September-Oktober naik 1,66%, Oktober-November turun 2,06%, November-Desember naik 0,44%. Daerah Sungayang pada bulan Januari-Februari persentasenya turun sebanyak 1,92%, Februari-Maret naik menjadi 3,06%, Maret-April naik 6,02%, April-Mei turun 5,20%, Mei-Juni naik 0,71%, Juni-Juli naik 2,89%, Juli-Agustus turun 3,58%, Agustus-September naik 3,27%, September-Oktober turun 2,91%, Oktober-November turun 0,26%, November-Desember naik 0,27%.

Melihat kondisi tersebut, maka dalam pembahasan ini penulis akan menguraikan perhitungan *forecast* penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma dengan menggunakan teknik kuantitatif (*statiscal method*). Teknik kuantitatif yang penulis gunakan adalah metode *Least Square*. Karena dari grafik tersebut terlihat bahwa data penjualan pada UKM Bubuk kopi Asma berupa titik-titik yang tersebar secara tidak teratur. Jika titik-titik itu dihubungkan akan membentuk garis patah-patah yang tidak teratur pula. Biasanya garis patah-patah tersebut diganti atau diubah menjadi garis lurus.

Dilihat dari permasalahan UKM Bubuk Kopi Asma belum adanya pembukuan secara lebih rinci, hanya sekedar pencatatan setiap minggunya, dan bahan baku yaitu kopi dan bahan pelengkap jagung terkadang susah didapat serta harga dari bahan baku tersebut terkadang naik turun yang berdampak pada penjualan. Penjualan yang dilakukan oleh UKM Bubuk Kopi Asma dilakukan satu kali dalam dua minggu, pada minggu pertama dan ketiga penjualan yang dilakukan pada daerah Lintau sedangkan minggu kedua dan keempat penjualan dilakukan pada daerah Sungayang.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis akan melakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam karya tulis yang berjudul **“Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma Nagari koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. UKM Bubuk Kopi Asma sudah memiliki target setiap minggunya, namun target penjualan tersebut belum bisa terukur.
2. UKM Bubuk Kopi Asma belum memiliki pembukuan secara lebih rinci, hanya sekedar pencatatan besar dari penjualan setiap minggu.
3. Bahan baku dari UKM Bubuk Kopi Asma terkadang susah didapat dan harganya naik turun sehingga berdampak pada penjualan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis membatasi untuk penyusunan anggaran penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah yaitu: “Bagaimana penyusunan anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah, yang menjadi tujuan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu: “Untuk mendeskripsikan penyusunan anggaran penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma”

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman penulis tentang penganggaran perusahaan, melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan keadaan yang terjadi di perusahaan, serta untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini semoga bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang penyusunan anggaran penjualan.

c. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan atau masukan bagi perusahaan untuk menyusun anggaran penjualan.

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian dari penelitian ini adalah dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah

G. Defenisi Operasional

Ramalan penjualan adalah perkiraan penjualan pada waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data-data yang pernah terjadi atau yang akan terjadi.

Anggran penjualan adalah Anggaran yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan selama periode tertentu yang

akan datang. Perencanaan yang dilakukan mengenai penyusunan anggaran pada UKM Bubuk Kopi Asma (M. Munandar, 2013, p. 41).

Penyusunan Anggaran adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menentukan suatu rencana dan pengendalian yang dinyatakan dalam satuan moneter untuk jangka waktu tertentu.

Peningkatan penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Anggaran

a. Pengertian Anggaran

Anggaran (*budgeting*) adalah pernyataan tentang sumber daya keuangan (*financial resource*) yang disediakan untuk kegiatan tertentu dalam waktu tertentu pula. Anggaran terutama merupakan alat untuk mengendalikan aktivitas suatu organisasi. Oleh Karena itu, anggaran merupakan komponen penting dari setiap program dan proyek. Anggaran mendeskripsikan pendapatan dan biaya. Dengan demikian, anggaran menentukan target aktivitas seperti hasil penjualan, biaya tiap bagian atau investasi baru (Siswanto, 2015, p. 50).

Anggaran adalah suatu rencana kuantitatif (satuan jumlah) periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan. Anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan barang/jasa. Dalam perlu pertimbangan faktor-faktor:

- 1) Pengetahuan tentang tujuan dalam kebijakan umum perusahaan.
- 2) Data masa lalu.
- 3) Kemungkinan perkembangan kondisi ekonomi.
- 4) Pengetahuan tentang taktik, strategi pesaing, dan gerak gerik pesaing.
- 5) Kemungkinan adanya perubahan kebijakan pemerintah.
- 6) Penelitian untuk pengembangan perusahaan (Nafarin, 2007, p. 11).

Penganggaran (*Budgeting*) adalah proses sejak dari tahap persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya penyusunan rencana, pengumpulan berbagai data dan informasi yang perlu, pembagian tugas dan pelaksanaan rencana tersebut sampai pada akhirnya, tahap pengawasan dan evaluasi dan hasil pelaksanaan rencana tersebut (Kamaruddin, 2013, h.183).

Penganggaran adalah proses untuk memproyeksikan operasi dan proyek secara terus menerus serta kemudian merefleksikan implikasi keuangan. Proses penyiapan anggaran disebut penganggaran (*Budgeting*). (Garisson Noreen Brewer, 2013, p. 382). Anggaran merupakan salah satu alat bantu bagi manajemen dalam melaksanakan fungsinya terutama dalam perencanaan dan pengendalian. Nilai suatu anggaran tergantung pada perencanaan dan pengendalian anggaran, apabila terjadi penyimpangan atas pelaksanaan anggaran dikarenakan terlalu tinggi dalam penetapannya, maka diperlukan cara untuk mengendalikannya yaitu dengan cara meninjau kembali hasil penetapan anggaran sebelumnya sehingga pada saat pelaksanaan dapat terwujud dengan baik serta dijadikan sebagai dimasukkan bagi perusahaan dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian anggaran tersebut sehingga pada periode yang akan datang dapat dijadikan sebagai perbaikan yang positif.

Anggaran atau lebih sering disebut sebagai "*Budget*" mempunyai definisi yang beragam, namun apabila dicermati lebih teliti masing-masing definisi tersebut mempunyai definisi yang sama. Dari definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran merupakan suatu rencana manajemen mengenai perolehan dan penggunaan sumber daya perusahaan yang dinyatakan secara formal dan terperinci dalam bentuk kuantitas dan dalam suatu periode tertentu.

b. Tujuan dan Manfaat Penyusunan Anggaran

Anggaran mempunyai beberapa tujuan yaitu:

- 1) Digunakan untuk landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- 2) Mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.
- 3) Merinci jenis dan sumber dana yang dicari maupun jenis investasi dana, sehingga dapat mempermudah pengawasan .
- 4) Menampung dan menganalisis serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan.
- 5) Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
- 6) Menyempurnakan rencana yang disusun karena dengan anggaran menjadi lebih jelas dan nyata terlihat

Adapun manfaat anggaran, antara lain

- 1) Semua kegiatan dapat mengarah pada pencapaian tujuan bersama .
- 2) Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai.
- 3) Dapat memotivasi karyawan.
- 4) Menimbulkan tanggung jawab tertentu pada karyawan.
- 5) Sebagai alat pengendalian bagi para manajer.
- 6) Menghindari pemborosan dan pembiayaan yang kurang perlu.
- 7) Sebagai sumber daya (seperti tenaga kerja, peralatan dan dana) dapat dimanfaatkan seefisien mungkin (Nafarin, 2007, p. 19).

c. Fungsi Anggaran

Fungsi utama anggaran antara lain:

1) Sebagai pedoman kerja

Anggaran dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat memberikan arah dan target yang harus dicapai dari pelaksanaan kegiatan pada masa yang akan datang.

2) Sebagai alat pengkoordinasian kerja

Setiap unit dalam perusahaan selalu melaksanakan kegiatan sesuai dengan fungsi masing-masing walaupun demikian, masing-masing tujuan tersebut akan mengarah pada tujuan yang menyeluruh sebagai alat koordinasi kerja.

3) Sebagai alat evaluasi (pengawasan) kerja

Anggaran berfungsi sebagai tolak ukur, sebagai alat pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan perusahaan nanti. Ini berarti bahwa anggaran berfungsi sebagai alat manajemen untuk menilai kinerja para karyawan dalam menjalankan tugas dan kewajiban yang telah dibebankan kepada mereka. Dengan membandingkan antara apa yang tertuang di dalam anggaran, dengan apa yang telah dicapai oleh realisasi kerja karyawan, dapatlah dinilai apakah perusahaan telah sukses bekerja ataukah kurang sukses bekerja (M Munandar, 2010, p. 10).

Sedangkan menurut (Rudianto, 2009, p. 6) fungsi anggaran adalah sebagai berikut:

1) Alat perencanaan

Anggaran merupakan rencana kerja yang menjadi pedoman bagi anggota organisasi dalam bertindak. Anggaran merupakan rencana yang diupayakan untuk direalisasikan.

2) Alat pengendalian

Anggaran berguna sebagai alat penilai apakah aktivitas setiap bagian organisasi telah sesuai dengan rencana atau tidak. Dalam hal ini anggaran berfungsi sebagai standar atau tolak ukur manajemen.

d. Kegunaan Anggaran

Beberapa kegunaan rencana (anggaran) dapat dikemukakan sebagai berikut (M. Munandar, 2013, p. 40):

- 1) Agar setiap orang mengetahui arah yang akan dicapainya.
- 2) Sebagai pedoman dalam melaksanakan tugas-tugas yang akan dicapai.
- 3) Sebagai alat penting dalam pelaksanaan pengawasan. Jika ada rencana, kita akan dapat membandingkan rencana dengan kenyataan yang dicapai sehingga kita tetap aware terhadap sasaran yang belum dicapai.
- 4) Sebagai alat menerjemahkan filosofi dan tujuan utama perusahaan/lembaga.
- 5) Sebagai media untuk menilai prestasi perusahaan dan orang-orangnya baik dalam merumuskan tujuan maupun dalam mencapainya.
- 6) Dapat meningkatkan partisipasi karyawan.
- 7) Kita lebih aware terhadap prestasi yang terbaik.

e. Keunggulan dan Kelemahan Anggaran

Dalam penyusunan anggaran yang baik, ada beberapa keunggulan yang dapat diperoleh perusahaan, antara lain:

- 1) Dalam menyusun anggaran, diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang akan dilakukan.

- 2) Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
- 3) Anggaran memerlukan adanya dukungan organisasi yang baik sehingga setiap manajer mengetahui kekuasaan, kewenangan dan kewajibannya.
- 4) Mengingat setiap manajer dilibatkan dalam penyusunan anggaran, maka memungkinkan terciptanya perasaan ikut berperan serta.
- 5) Anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga menjadi patokan untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh (Haruman dan Rahayu, 2007, p. 8).

Sedangkan secara khusus, *budget* penjualan mempunyai beberapa kegunaan penting, antara lain (M. Munandar, 2013, p. 41):

- 1) Sebagai dasar untuk menyusun budget unit yang akan dipromosikan, karena jumlah satuan yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh berapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya.
- 2) Sebagai dasar untuk menyusun budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.
- 3) Sebagai dasar untuk menyusun budget piutang, karena penjualan kredit akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.

Disamping beberapa keunggulan tersebut, juga terdapat beberapa kelemahan, diantaranya:

- 1) Anggaran hanya merupakan suatu alat yang dipergunakan membantu manajer dalam melaksanakan tugasnya dan menggantikannya.
- 2) Anggaran hanya sebagai taksiran.

- 3) Anggaran tidak mampu mengganti peranan manajemen dan administrasi.
- 4) Karena anggaran disusun berdasarkan estimasi, maka terlaksananya dengan baik kegiatan-kegiatan tergantung pada ketepatan estimasi tersebut.
- 5) Anggaran hanya merupakan rencana dan rencana tersebut baru berhasil apabila dilaksanakan secara sungguh-sungguh.
- 6) Program anggaran dan pengendaliannya harus secara terus menerus disesuaikan dengan perubahan situasi kondisi (Herman, 2006, p. 59)

Walaupun anggaran memiliki berbagai keunggulan, anggaran yang dibuat perusahaan juga memiliki kelemahan. Kelemahan anggaran menurut (Gunawan dan Marwan, 2003, p. 53):

- 1) Karena anggaran disusun berdasarkan estimasi (potensi penjualan, kapasitas produksi, dll) maka terlaksananya dengan baik kegiatan-kegiatan tergantung pada ketepatan estimasi tersebut.
- 2) Anggaran hanya merupakan rencana, dan rencana tersebut berhasil apabila dilaksanakan sungguh-sungguh.
- 3) Anggaran hanya merupakan suatu alat yang dipergunakan membantu manajer dalam melaksanakan tugasnya dan menggantikannya.
- 4) Kondisi yang terjadi tidak selalu seratus persen sama dengan yang diramalkan sebelumnya, karena itu anggaran memiliki sifat luwes.

f. Langkah Penyusunan Anggaran

Anggaran yang baik tidak dapat disusun begitu saja secara serta merta, melainkan harus melalui tahapan-tahapan berikut:

1) Tahap mengumpulkan data dan informasi

Langkah pertama dalam menyusun budget adalah mengumpulkan selenngkap mungkin data dan informasi yang dibutuhkan. Secara garis besar, data dan informasi dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

a) Data dan informasi internal, yaitu data dan informasi yang terdapat dalam perusahaan itu sendiri, sehingga jika ia mengetahui dan mengumpulkannya, cukup dengan melihat catatan-catatan perusahaan sendiri. Data internal semacam ini misalnya:

- (1) Data penjualan pada waktu yang telah lalu.
- (2) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah harga jual, syarat pembayaran produk yang dijual dan jaringan saluran distribusi.
- (3) Kapasitas produk yang dimiliki perusahaan.
- (4) Tenaga kerja (karyawan) yang dimiliki perusahaan.
- (5) Modal kerja yang dimiliki perusahaan.
- (6) Fasilitas-fasilitas yang terdapat dalam perusahaan seperti gudang, kendaraan dsb.
- (7) Kebijakan-kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perusahaan.

b) Data dan informasi eksternal, yaitu data dan informasi yang terdapat di luar lingkungan perusahaan itu sendiri. Data eksternal semacam ini misalnya:

- (1) Kondisi perusahaan pesaing.
- (2) Keadaan persaingan.
- (3) Jumlah penduduk.
- (4) Tingkat pertumbuhan penduduk.
- (5) Tingkat penghasilan penduduk.
- (6) Tingkat pendidikan penduduk.
- (7) Tingkat penyebaran penduduk.
- (8) Selera dan keinginan konsumen.
- (9) Agama, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat.
- (10) Ekspor dan impor barang.
- (11) Berbagai kebijakan pemerintah, baik dalam bidang ekonomi, politik, hukum, social, budaya dan keamanan.
- (12) Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- (13) Keadaan perekonomian nasional maupun internasional, dsb.

2) Tahap mengolah data dan informasi

Dalam tahap ini berperan ilmu penunjang yaitu statistika dan matematika.

3) Tahap menyusun budget sementara

Berdasarkan hasil pengolahan data dan informasi, kemudian disusun budget sementara yang nantinya memungkinkan untuk diubah, ditambah, dikurangi atau disempurnakan. Budget sementara ini sering disebut dengan konsep budget atau rancangan budget.

4) Tahap mendiskusikan budget sementara

Karena anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja, alat pengkoordinasian kerja dan sebagai alat evaluasi bagi seluruh

karyawan, maka sudah seharusnya para karyawan diminta tanggapan, pendapat serta berbagai masukan terhadap anggaran sementara yang telah selesai disusun.

5) Tahap menyusun *budget definitive*

Tahap ini yaitu anggaran yang sudah dinyatakan cukup baik dan sempurna, yang kemudian disahkan sebagai budget untuk periode tertentu yang akan datang.

6) Tahap sosialisasi *budget definitive*

Setelah *budget definitive* selesai disusun maka perlu disosialisasikan kepada seluruh karyawan yang akan melaksanakan jika telah tiba waktunya (M. Munandar, 2013, p.11)

g. Jenis-jenis Anggaran

Dalam suatu perusahaan yang telah berjalan dengan baik dan mapan lazimnya diterapkan suatu anggaran dalam bentuk paket, artinya anggaran tersebut disusun dengan lengkap menyangkut rencana untuk keseluruhan, sehingga meliputi anggaran untuk beberapa bagian perusahaan.

Jenis-jenis anggaran dapat dilihat dari beberapa sudut pandang sebagai berikut:

1) Menurut dasar penyusunan, anggaran terdiri dari:

- a) Anggaran variabel adalah anggaran yang disusun berdasarkan interval, kapasitas (aktivitas) tertentu dan pada intinya merupakan suatu seri anggaran yang dapat disesuaikan pada tingkat-tingkat aktivitas (kegiatan) yang berbeda.
- b) Anggaran tetap adalah anggaran yang disusun berdasarkan suatu tingkat kapasitas tertentu.

- 2) Menurut cara penyusunan, anggaran terdiri dari:
 - a) Anggaran periodik adalah anggaran yang disusun untuk suatu periode tertentu, pada umumnya periodenya suatu tahun yang disusun setiap akhir periode anggaran.
 - b) Anggaran kontinyu adalah anggaran yang dibuat untuk mengadakan perbaikan anggaran yang pernah dibuat misalnya tiap bulan diadakan perbaikan sehingga anggaran yang dibuat setahun mengalami perubahan.
- 3) Menurut jangka waktu, anggaran terdiri dari:
 - a) Anggaran jangka pendek (anggaran taktis) adalah anggaran yang dibuat dalam jangka waktu paling lama sampai satu tahun. Anggaran untuk keperluan modal kerja merupakan anggaran jangka pendek.
 - b) Anggaran jangka panjang (anggaran strategis) adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Anggaran yang dibuat untuk keperluan investasibarang modal merupakan anggaran jangka panjang yang disebut anggaran modal (*capital budget*). Anggaran jangka panjang tidak harus berupa anggaran modal. Anggaran jangka panjang diperlukan sebagai dasar penyusunan anggaran jangka pendek.
- 4) Menurut bidangnya, anggaran terdiri dari:
 - a) Anggaran operasional.
 - b) Anggaran keuangan.

Kedua anggaran ini bila digabungkan disebut anggaran induk (*master budget*) anggaran induk adalah suatu jaringan kerja yang berisi berbagai macam anggaran yang terpisah namun saling berhubungan dan saling berkaitan satu sama lain. Anggaran induk yang mengkonsolidasikan rencana keseluruhan untuk jangka pendek, biasanya disusun atas dasar

tahunan. Anggaran tahunan dipecah lagi menjadi anggaran triwulan dan anggaran triwulan dipecah lagi menjadi anggaran-anggaran bulanan (Nafarin, 2007, p. 31).

Perusahaan menyusun anggaran induk (*master budget*) yang dapat dibagi kedalam dua kelompok, yaitu anggaran operasional dan anggaran keuangan. Anggaran operasional terdiri atas anggaran penjualan sampai anggaran (*proforma*) laba rugi. Adapun anggaran keuangan terdiri atas anggaran neraca dan anggaran (*proforma*) neraca.

Perusahaan umumnya menyusun anggaran untuk keseluruhan kegiatan operasional yang dijalankan, seperti kegiatan penjualan, produksi, pemasaran, dan administrasi. anggaran induk adalah gabungan dari seluruh anggaran yang disusun oleh perusahaan setiap tahunnya.

Anggaran induk terdiri atas:

(1) Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan menyajikan jumlah unit barang atau jasa sekaligus harganya yang diharapkan dapat dijual oleh perusahaan di masa depan.

(2) Anggaran Produksi

Anggaran produksi memperlihatkan jumlah barang jadi yang harus diproduksi oleh perusahaan dalam satu periode anggaran. Barang jadi yang akan diproduksi untuk setiap periode anggaran harus memperhatikan tingkat penjualan dalam unit, serta jumlah persediaan akhir dan awal barang jadi.

(3) Anggaran Pemakaian dan Pembelian Bahan Baku

Anggaran pemakaian dan pembelian bahan baku menyajikan dua informasi berikut:

(a) Jumlah kebutuhan pemakaian bahan baku.

Jumlah bahan baku yang diperlukan dalam suatu periode anggaran ditentukan oleh sejumlah barang jadi yang akan diproduksi dan standar kebutuhan bahan baku untuk setiap 1 unit barang jadi.

(b) Nilai pembelian bahan baku dalam rupiah.

Jumlah bahan baku yang akan dibeli dalam satu periode anggaran diperoleh dengan menambahkan bahan baku yang diperlukan untuk produksi dengan persediaan akhir bahan baku dan dikurangi persediaan awal bahan baku yang ada diperusahaan.

Kemudian nilai pembelian bahan baku dalam rupiah diperoleh dengan mengalikan jumlah bahan baku yang akan dibeli dengan perkiraan harga beli bahan baku per unitnya.

(4) Anggaran Biaya Tenaga Kerja langsung

Anggaran biaya tenaga kerja langsung memperlihatkan jumlah jam tenaga kerja langsung yang dibutuhkan untuk memproduksi barang jadi yang ditetapkan dalam anggaran produksi. Selain itu, anggaran biaya tenaga kerja langsung juga memperlihatkan perkiraan tingkat upah yang akan diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsungnya.

(5) Anggaran Biaya Overhead Produksi

Anggaran biaya overhead produksi memperlihatkan perkiraan biaya overhead produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencapai target produksi seperti yang ditetapkan dalam anggaran produksi.

(6) Anggaran Biaya produksi

Anggaran biaya produksi memperlihatkan seluruh biaya produksi yang akan dikeluarkan pada satu tahun anggaran. Anggaran produksi sebenarnya hanya mengumpulkan informasi-informasi yang terdapat pada anggaran pemakaian bahan baku, anggaran tenaga kerja langsung dan anggaran overhead.

(7) Anggaran Beban Operasi

Anggaran beban operasi memperlihatkan perkiraan beban operasi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam satu periode anggaran. Secara umum anggaran beban operasi dibagi kedalam dua kelompok yaitu beban penjualan (*selling expenses*) dan beban administrasi (*administrative expenses*).

(8) Anggaran Laba Rugi

Anggaran laba rugi disusun untuk memberikan informasi kepada manajemen tentang jumlah laba atau rugi bersih yang akan diperoleh perusahaan dalam suatu periode anggaran.

(9) Anggaran Kas

Anggaran kas disusun oleh perusahaan agar pihak manajemen memperoleh informasi tentang likuiditas perusahaan pada periode mendatang karena anggaran kas menyajikan informasi tentang perkiraan jumlah penerimaan dan pengeluaran kas pada periode suatu periode anggaran.

(10) Anggaran Neraca

Anggaran neraca menyajikan informasi kepada manajemen tentang hasil akhir dari seluruh anggaran yang

telah disusun sebelumnya (anggaran penjualan sampai anggaran kas) (Sasongko dan Paruli, 2013, p. 4-7).

2. Anggaran Penjualan

a. Pengertian Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan adalah budget yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang meliputi rencana tentang jenis kualitas barang yang akan dijual, jumlah kuantitas barang yang akan dijual, waktu penjualan dan tempat pemasaran (M. Munandar, 2013, p. 41).

Anggaran penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang akan diterima karena ada penjualan. Titik kritis penyusunan anggaran penjualan adalah memprediksi anggaran penjualan dimasa yang akan datang. Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran yang lainnya.

Anggaran penjualan merupakan salah satu bagian dari seluruh rencana perusahaan dibidang pemasaran (*marketing planing*). Beberapa rencana perusahaan dibidang pemasaran antara lain:

- 1) Rencana tentang sasaran dan tujuan pemasaran selama periode yang akan datang, seperti misalnya mencapai laba maksimal, penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market share*), memperkenalkan produk baru, mempertahankan hidup.
- 2) Rencana tentang organisasi pemasaran yang akan dipergunakan selama periode yang akan datang.
- 3) Rencana tentang pengembangan jaringan saluran distribusi selama periode yang akan datang.
- 4) Rencana tentang media-media promosi yang akan dipergunakan selama periode yang akan datang.
- 5) Rencana tentang pengembangan produk selama periode tertentu.

- 6) Rencana tentang survey atau penelitian konsumen selama periode yang akan datang.

b. Kegunaan Anggaran Penjualan

Secara khusus anggaran penjualan, mempunyai beberapa kegunaan penting yaitu:

- 1) Sebagai dasar untuk menyusun budget unit yang akan dipromosikan, karena jumlah satuan yang akan diproduksi oleh perusahaan ditentukan oleh banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya.
- 2) Sebagai dasar untuk menyusun budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan pemasukan kas.
- 3) Sebagai dasar untuk menyusun budget piutang, karena penjualan kredit akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan (Munandar, 2013, p. 42).

c. Langkah-langkah Penyusunan Anggaran Penjualan

Penyusunan anggaran penjualan menurut M Nafarin (2007, p. 176) adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertimbangkan factor yang memengaruhi anggaran penjualan.
- 2) Menetapkan harga jual untuk produk tertentu dan daerah tertentu.
- 3) Membuat taksiran tiap jenis produk yang akan dijual dan penentuan produk yang akan dijual pada daerah tertentu.
- 4) Mempertimbangkan anggaran penjualan.
- 5) Menyusun anggaran penjualan.

Untuk menyusun anggaran penjualan diperlukan penaksiran-penaksiran (*forecasting*), khususnya penaksiran tentang jumlah (kuantitas) produk yang diperkirakan akan mampu dijual, dan penaksiran tentang

harga. Menurut sifatnya, cara untuk melakukan penaksiran tersebut dapat dibedakan menjadi dua yaitu (M Munandar, 2013, p. 44):

- 1) Bersifat kualitatif, ialah cara penaksiran yang menitikberatkan pada pendapat seseorang. Cara seperti ini mempunyai kelemahan menonjol yaitu pendapat seseorang seringkali banyak diwarnai oleh hal-hal yang bersifat subjektif, dari pada yang bersifat objektif. Adapun beberapa cara penaksiran kualitatif semacam ini antara lain:
 - a) Pendapat pimpinan bagian pemasaran.
 - b) Pendapat para petugas penjualan.
 - c) Pendapat lembaga-lembaga penyalur.
 - d) Pendapat konsumen.
 - e) Pendapat para pengamat atau para ahli yang dipandang memahami.
- 2) Bersifat kuantitatif, ialah cara penaksiran yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan berbagai metode statistika. Dengan menggunakan cara penaksiran kuantitatif diharapkan dapat menghilangkan unsure-unsur subjektif. Namun metode ini mempunyai kelemahan yaitu ada hal-hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif misalnya selera konsumen, kebiasaan konsumen, tingkat pendidikan dan cara berpikir masyarakat. Adapun cara penaksiran kuantitatif semacam ini antara lain:
 - a) Cara yang menggunakan data historis dari satu variabel saja, yaitu variabel yang akan ditaksir itu sendiri. Cara atau metode yang termasuk dalam kelompok ini adalah:
 - (1) Metode Trend Bebas (*Trend Hand Method*)

Yaitu berusaha mengganti garis patah-patah menjadi garis yang bentuknya lebih tertatur.

(2) Metode Trend Setengah Rata-Rata (*Semi Average Method*)

Garis patah-patah yang diperoleh dari data historis tersebut, diperoleh dengan perhitungan statistika dan matematika tertentu. Sehingga unsur subjektif dapat dihilangkan. Berdasarkan formulasi matematika, garis lurus yang akan dibentuk tersebut dinyatakan dalam suatu persamaan atau suatu fungsi garis lurus (*Linear*), yaitu $Y' = a + bX$.

(3) Metode Trend Moment (*Moment Method*)

Metode ini juga menggunakan cara-cara perhitungan statistika dan matematika tertentu untuk mengetahui fungsi garis lurus sebagai pengganti garis patah-patah yang dibentuk oleh data historis perusahaan. Fungsi garis lurus $Y' = a + bX$ dapat diketahui dengan menggunakan rumus:

$$(I) \quad \sum Y = an + b \sum X$$

$$(II) \quad \sum XY = a \sum X + b \sum X^2$$

Keterangan:

Y = Data Historis

Y' = Nilai Trend *Moment*

X = Parameter pengganti waktu (bulan). Oleh karena deretan bulannya berurutan, maka angka parameter X juga Berurutan

(4) Metode Trend Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*)

Yaitu penyederhana dari metode *Trend Moment*, sehingga mempermudah perhitungannya. Metode *Least Square* dapat dirumuskan yaitu:

$$Y' = a + bX$$

$$(I) \quad a = \frac{\sum Y}{n} \qquad (II) \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

dengan Syarat $\sum x = 0$

Keterangan:

- Y' = variabel yang akan diramalkan.
 a = Konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (Ramalan) apabila X sama dengan 0.
 b = Variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X.
 X = Variabel waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.
 n = Banyak data (M. Munandar, 2013, p. 55).

Metode ini paling sering digunakan untuk meramalkan permintaan dan penjualan pada suatu perusahaan. Pada dasarnya sama dengan metode *moment*, namun pada metode ini lebih disederhanakan lagi yaitu $\sum X = 0$.

(5) Metode Trend Kuadratik (*Parabolic Method*)

Metode ini digunakan jika *Scatter* diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung berbentuk parabola. Menurut trend Kuadratik, fungsi parabola sebagai pengganti garis patah-patah yang dibentuk oleh data historis tersebut dapat dihitung dengan rumus (M. Munandar, 2010, p. 62):

$$Y' = a + bX + cX^2$$

$$(I) \quad \sum Y = an + c\sum X^2$$

$$(II) \quad \sum XY = b\sum X^2$$

$$(III) \quad \sum X_2Y = a\sum X^2 + c\sum X^4$$

Dengan syarat $\sum X = 0$

Keterangan:

Y' = Data Historis.

a = Konstanta.

b dan c = Trend atau kecenderungan

X dan X^2 = Parameter pengganti waktu (bulan).

Metode ini digunakan untuk menghitung ramalan penjualan dengan menggunakan pangkat tertinggi dalam suatu persamaan/fungsinya adalah kuadrat (2). Persamaan ini sama dengan *Least Square* dimana $\sum X = 0$, yang membedakan metode ini dengan metode *Least Square* adalah terletak pada persamaan/fungsinya yaitu kuadrat (2). Metode kuadratik memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- (a) Hasil ramalan lebih akurat dibandingkan dengan metode lain.
- (b) Data yang dibutuhkan minimal dua variabel, sehingga memudahkan untuk menghitung dengan metode kuadratik ini.

Dibalik kelebihan yang dimiliki, metode trend Kuadratik juga memiliki beberapa kelemahan yaitu:

- (a) Rumus yang digunakan sulit.
 - (b) Penggunaan awan cendrung tidak mau susah-susah menghitungnya.
 - (c) Suatu kondisi dimana satu variabel time series berubah secara konsisten dan terprediksi sebelum variabel lain, tidak dapat dipastikan bahwa variabel pertama tersebut menyebabkan variabel lain berubah.
 - (d) Variabel-variabel independen nampak lebih signifikan dari sebenarnya yaitu apabila variabel-variabel itu memilikitrend menarik yang sama dengan variabel dependennya dalam kurun waktu variabel sampel.
- b) Cara yang menggunakan data historis dari variabel yang akan ditaksir beserta hubungannya dengan variabel lain yang diduga mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap perkembangan variabel yang akan ditaksir tersebut. Variabel yang akan ditaksir ini sering dinamakan variabel yang dipengaruhi atau variabel lain tersebut sering dinamakan sebagai variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas (independent variabel). Cara atau metode yang termasuk dalam kelompok ini misalnya:

- (1) Metode Regresi Tunggal (*single regression*), dimana penaksiran hanya menggunakan satu variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas.
- (2) Metode Regresi Berganda (*multiple regression*), dimana penaksiran menggunakan satu variabel yang dipengaruhi atau variabel tak bebas, dan lebih dari satu variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas.
- (3) Cara penaksiran yang menggunakan metode-metode statistik trend atau regresi yang ditetapkan dalam berbagai analisis khusus seperti:
 - (a) Analisis industri atau analisis pangsa pasar.
 - (b) Analisis jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
 - (c) Analisis pemakai akhir dari produk (M. Munandar, 2013, p. 44-45).

3. Penjualan

a. Pengertian penjualan

Penjualan adalah suatu proses kegiatan penyerahan barang atau jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait dalam kegiatan tersebut.

b. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah salah satu kecenderungan yang umum. Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan begitu saja, tak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi tertentu. Dengan demikian, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Asumsi yang digunakan dalam konsep penjualan yaitu:

- 1) Konsumen cenderung membeli barang yang dianggap penting terlebih dahulu dan mengabaikan membeli barang yang dianggap kurang penting.
- 2) Konsumen perlu dipengaruhi dengan suatu alat yang dapat menimbulkan minat untuk membeli.
- 3) Tugas perusahaan adalah menarik minat dan mempertahankan langganan (Widaningsih & Samsul, 2008, p. 74).

c. Sistem Penjualan Sederhana dan Sistem Penjualan Modern

1) Sistem Penjualan Sederhana

Penjualan biasanya dilakukan secara langsung. Transaksi dilakukan secara langsung antara pembeli dan penjual tanpa ada peran perantara dalam penjualannya. Barang langsung dijual dipasar tanpa mengetahui apakah barang tersebut dibutuhkan pasar atau tidak dan barang tersebut langsung diserahkan, dan pembeli membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati. Contoh sistem penjualan sederhana adalah pasar tradisional.

2) Sistem Penjualan Modern

Dalam sistem penjualan modern, penjual terlebih dahulu mengadakan analisis pasar. Penjualan tersebut biasa dilakukan lewat berbagai media seperti surat, telepon, ataupun internet. Dalam sistem penjualan modern, banyak lembaga yang terlibat dan sangat berperan dalam pemasaran produk, diantaranya perwakilan perusahaan, pedagang besar, pedagang perantara, agen perantara, dan wakil penjualan.

Selain lembaga tersebut ada juga kelompok yang ikut berperan antara lain (Widaningsih dan Syamsul Rizal, 2008, p. 75-76):

- a) Fasilitator, yaitu badan yang ikut memperlancar pelaksanaan kegiatan perusahaan
- b) Pemasok, yaitu pihak yang menyediakan dan memasok bahan baku maupun bahan pembantu
- c) Pesaing, yaitu perusahaan lain yang ikut memenuhi kebutuhan pasar yang sama dan menggunakan jalur yang sama sehingga mempengaruhi perusahaan.

d. Tujuan penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut (Swastha, 2002, p. 3) tujuan umum perusahaan dalam perusahaan yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan.
- 2) Mendapatkan laba tertentu.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- a) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
- b) Harga produk atau jasa.

f. Volume penjualan

Perubahan standar kredit dapat diharapkan akan mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan., sedangkan apabila sebaliknya yang terjadi dimana perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun (Syamsudin, 2000, p. 258). Pengaruh dari perubahan-perubahan dari volume penjualan atas keuntungan perusahaan tergantung pada pengaruhnya atas biaya-biaya dan penghasilan yang diperoleh (*cost and revenues*).

4. Peramalan

a. Pengertian Peramalan

Ramalan (*forecasting*) adalah perkiraan kejadian dimasa yang akan datang dengan menggunakan berbagai asumsi baik yang sudah terjadi maupun berbagai kemungkinan yang diharapkan terjadi dimasa yang akan datang. *Forecasting* merupakan bagian dari proses perencanaan. Prakiraan merupakan suatu usaha yang sistematis untuk meramalkan/ memperkirakan waktu yang akan datang dengan penarikan kesimpulan atas fakta yang telah dikehui (Siswanto, 2015, p. 45).

Menurut Sugiyono dalam Jurnal Sakdiyah (2013, p.5) Peramalan adalah suatu rencana untuk menentukan tingkat penjualan dengan menggunakan data historis atau data penjualan dimasa lalu. Peramalan penting bagi perusahaan maupun home industri untuk menentukan tingkat penjualan perusahaan pada periode yang akan datang.

Peramalan adalah bagaimana memperkirakan kondisi yang akan terjadi dimasa yang akan mendatang. Memperkirakan artinya menetapkan hal-hal yang akan terjadi di masa yang akan mendatang. Dasar unuk memperkirakan kondisi kedepan dapat kita gunakan data masa lalu, makin banyak data masa lalu akan makin lebih baik dan factor mempengaruhi dimasa yang akan mendatang (Kasmir, 2010, p. 144).

Peramalan merupakan suatu proses esimasi berbagai kejadian, transaksi atau tindakan dimasa yang akan datang dengan menggunakan data atau informasi masa lampau (Siswandi, 2011, p. 40). peramalan adalah bagian yang merupakan satu kesatuan dari proses perencanaan, tetapi ada banyak contoh dimana kemampuan kita untuk meramalkan kondisi masa yang akan datang sangat buruk. Sedangkan karakteristik ramalan adalah sebagai berikut:

- 1) Boleh dinyatakan dalam satuan uang dan boleh tidak.
- 2) Mempunyai periode waktu yang tidak tepat.
- 3) Ramalan biasanya tidak disahkan oleh tingkat manajemen yang lebih tinggi.
- 4) Ramalan akan segera diperoleh jika muncul informasi baru mengenai perubahan situasi dan kondisi.
- 5) Penyimpangan atas suatu ramalan tidak dianalisis secara formal maupun periodik.
- 6) Orang yang membuat ramalan tidak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai hasil yang diramalkan (Kamarudin, 2013, p. 185).

Ketidakpastian apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang perlu diperhitungkan secara matang. Dalma praktiknya ketidakpastian yang akan datang meliputi hal-hal:

- 1) Ketidakpastian ekonomi, terutama yang berkaitan dengan perubahan harga (inflasi), kekuatan daya beli masyarakat, ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, atau faktor lainnya.
- 2) Ketidakpastian politik terutama yang erkaian dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang berkuasa, teruama memiliki hubungan langsung dengan produk yang ditawarkan.
- 3) Ketidakpastian sosial budaya, yang berkaitan dengan pergeseran selera, gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat yang terus berkembang.
- 4) Ketidakpastian lingkungan alam, baik pergeseran penduduk, kelangkaan bahan baku, atau faktor bencana alam.
- 5) Ketidakpastian persaingan baik dalam negri maupun masuknya produk dari mancanegara dengan kualitas dan harga yang kompetitif.
- 6) Ketidakpastian kelanjutan kepemimpinan perusahaan kedepan akibat pergantian, atau pengunduran diri akibat berbagai sebab, dan lainnya (Kasmir, 2010, p. 144).

b. Jenis-jenis Peramalan

Dalam praktiknya terdapat beberapa jenis peramalan, hal ini yang tergantung dari sudut mana kita memandangnya, jenis-jenis peramalan dimaksud antara lain:

- 1) Jika dilihat dari segi penyusunannya (Mulyawan, 2015, p. 147):
 - a) Peramalan *subjektif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas dasar perasaan atau *feelling* dari seorang yang menyusunnya.
 - b) Peramalan *objektif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data yang relevan pada masa lalu dengan menggunakan metode-metode dalam penganalisisan tersebut.

- 2) Dilihat dari segi sifat peramalan:
 - a) Peramalan *kualitatif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data kualitatif dan biasanya dalam peramalan ini didasarkan kepada hasil penyelidikan.
 - b) Peramalan *kuantitatif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data-data kuantitatif masa lalu (dalam bentuk angka-angka).
- 3) Dilihat dari segi jangka waktu:
 - a) Peramalan *jangka pendek*, merupakan peramalan yang didasarkan pada rentang waktu dari 1 tahun.
 - b) Peramalan *jangka menengah*, merupakan peramalan yang didasarkan pada rentang waktu dari 1 tahun sampai 3 tahun.
 - c) Peramalan *jangka panjang*, merupakan peramalan yang didasarkan kepada waktu lebih dari 3 tahun (Kasmir, 2010, p. 145).

Untuk melakukan peramalan diperlukan metode tertentu dan metode yang digunakan tergantung dari data dan informasi yang akan diramalkan serta tujuan yang hendak dicapai. Dalam prakteknya terdapat berbagai metode peramalan antara lain:

- 1) Deret Waktu (*Times Series*)

Dalam analisis *Times Series* yang menjadi variabel yang dicari adalah waktu. Metode peramalan ini terdiri dari (Kasmir dan Jakfar, 2006, p. 85-86):

- a) *Metode Smoothing* merupakan jenis peramalan jangka pendek seperti perencanaan persediaan, perencanaan keuangan.
- b) *Metode Box Jenkins*, merupakan deret waktu dengan menggunakan model matematis dan digunakan untuk peramalan jangka pendek.

- c) *Metode Proyeksi Trens* dengan *Regresi* merupakan metode yang digunakan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Metode prakiraan dengan model *Times Series* ada beberapa macam (Nugroho J. Setiadi, 2003, p. 28) ada beberapa macam, yaitu:

- a) Metode NAIF, metode berasumsi bahwa periode-periode terakhir adalah penduga terbaik untuk masa mendatang.
- b) Metode Rata-Rata Sederhana, metode pemrakiraan pada suatu periode bertolak dari asumsi bahwa nilai prakiraan pada suatu periode mendatang adalah sebesar nilai rata-rata dari data yang tersedia sampai periode sekarang.
- c) Metode Rata-Rata Bergerak Sederhana, model pemrakiraan metode ini menghasilkan prakiraan untuk periode berikutnya yang merupakan rata-rata dari beberapa periode sebelumnya.
- d) Metode Rata-Rata Bergerak Berbobot, metode ini nilai data masa lalu dianggap mempunyai bobot yang sama sebagai dasar penentuan nilai masa mendatang, metode ini member bobot tidak sama terhadap nilai data masa lalu.
- e) Metode Penghalusan Eksponensial, metode ini berusaha untuk memperbaiki prakiraan berdasarkan pengalaman-pengalaman terbaru secara terus menerus.
- f) Metode Dekomposisi, metode ini berusaha memisahkan tiga komponen terpisah dari polar dasar yang cenderung mencirikan deret data ekonomi dan bisnis. Komponen tersebut adalah factor trend (kecenderungan), siklus, dan musiman.

2) Sebab Akibat (*Causal Methods*)

Merupakan metode peramalan yang didasarkan kepada hubungan antara variabel yang diperkirakan dengan variabel lain yang mempengaruhinya tetapi bukan waktu. Dalam prakteknya jenis metode peramalan terdiri dari (Kasmir dan Jakfar, 2006, p. 85-86):

- a) Metode Regresi dan Korelasi, merupakan metode yang digunakan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek dan didasarkan pada persamaan dengan teknik *Least Square* yang dianalisis secara Statistik.
- b) Metode Input Output, merupakan metode yang digunakan baik untuk jangka panjang yang biasanya digunakan untuk menyusun *Trend* ekonomi jangka panjang.
- c) Model Ekonometri merupakan peramalan yang digunakan untuk jangka panjang dan jangka pendek.

Selain itu, metode peramalan dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) *Opinion Method* atau *Non Statistical Method* adalah cara penaksiran yang menitikberatkan pada pendapat seseorang.
- b) *Statistical Method*, meliputi: cara yang mendasarkan diri pada data historis dari satu variabel saja. Cara atau metode yang termasuk dalam kelompok ini adalah:
 - (1) Metode Trend Bebas (*Free Hand Method*), yaitu berusaha mengganti garis patah-patah menjadi garis yang bentuknya lebih teratur.
 - (2) Metode Trend Setengah Rata-Rata (*Semi Average Method*), garis patah-patah yang diperoleh dari data historis tersebut, diperoleh dengan perhitungan statistika dan matematika tertentu. Sehingga unsure subjektif dapat dihilangkan.

- (3) Metode Trend Moment (*Moment Method*), metode ini digunakan jika *Scatter* diagram dari data masa lalu cenderung berbentuk garis lurus
- (4) Metode Trend Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*), penyederhanaan dari metode Trend Moment, sehingga mempermudah perhitungannya.

Metode ini paling sering digunakan untuk meramalkan permintaan dan penjualan pada suatu perusahaan. Pada dasarnya sama dengan metode *Moment*, namun pada metode ini lebih disederhanakan lagi yaitu $\sum x = 0$. Metode *Least Square* diperkenalkan oleh seorang ahli matematika kebangsaan Jerman yang bernama Carl Frederich Gauus. Metode *Least Square* memiliki beberapa sifat statistik yang sangat menarik membuatnya menjadi suatu metode analisis regresi yang paling kuat (*powerfull*) dan populer. Menurut Koutsoyianis, terdapat beberapa kelebihan metode *Least Square* sebagai berikut:

- (a) Hasil estimasi parameter yang diperoleh dengan metode *Least Square* memiliki beberapa kondisi optimal yang bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimated*).
- (b) Tatacara pengolahan data dengan metode *Least Square* relative lebih mudah dibandingkan dengan metode *Ekonometrika* yang lain, serta tidak membutuhkan data yang terlalu banyak.
- (c) Metode *Least Square* telah banyak digunakan dalam penelitian ekonomi dengan berbagai macam hubungan antar variabel dengan hasil yang memuaskan.

- (d) Mekanisme pengolahan data dengan metode *Least Square* mudah dipahami.
- (e) Metode *Least Square* juga merupakan bagian dari kebanyakan metode ekonometrika yang lain meskipun dengan penyesuaian di beberapa bagian.

Selain hal-hal tersebut di atas, metode *Least Square* mempunyai beberapa kelebihan dari pada metode-metode lain, diantaranya (Kasmir dan Jakfar, 2006, p. 85-86):

- (a) Dengan memakai nilai kuadrat, maka semua nilai dari kesalahan atau simpangan e_i akan berubah menjadi positif.
- (b) Dengan mengkuadratkan nilai kesalahan e_i yang kecil (pecahan) maka akan diperkecil mendekati nol, dan bila ini diminimumkan sehingga garis regresi penduga yang dihasilkan akan mendekati ketepatannya, bila digunakan sebagai garis penduga.
- (c) Perhitungan matematis dari metode *Least Square* cukup sederhana.
- (d) Menghasilkan persamaan biaya yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.
- (e) Tidak ada data biaya yang tidak digunakan.

Dibalik kelebihan yang dimiliki, metode *Least Square* juga memiliki beberapa kelemahan yaitu (Sucipto, 2010, p. 26):

- (a) Kesulitan apabila dalam perhitungannya digunakan secara manual.

- (b) Penggunaan awan cenderung tidak mau susah-susah menghitungnya
 - (c) Suatu kondisi dimana suatu variabel *Time series* berubah secara konsisten dan terprediksi sebelum variabel lain, tidak dapat dipastikan bahwa variabel pertama tersebut menyebabkan variabel lain berubah.
 - (d) Variabel-variabel independen Nampak lebih signifikan dari sebenarnya yaitu apabila variabel-variabel itu memiliki trend menarik yang sama dengan variabel dependennya dalam kurun waktu periode sampel.
 - (e) Terkadang variabel *Time Series* tidak stasioner. Maksudnya rata-rata varians tidak konstan sepanjang waktu dan nilai kovarian antara dua periode waktu sesungguhnya dimana kovarian itu dihitung dan bukan dari periode pada waktu.
 - (f) Variabel *time series* terkadang tidak mempunyai kointegrasi yaitu dalam jangka waktu tertentu dan tidak dapat seimbang.
 - (g) Sulit untuk menentukan kapan sebuah variabel tersebut penting sebagaimana dijelaskan dalam teori atau sebaliknya teorinya kurang jelas, maka akan jelas dilema.
- (5) Metode Trend Kuadratik (*parabolic method*), metode ini digunakan jika *Scatter* diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung berbentuk parabola.

Metode ini digunakan untuk menghitung ramalan penjualan dengan menggunakan pangkat tertinggi dalam suatu persamaan/fungsinya adalah kuadrat (2). Persamaan ini

sama dengan *Least Square* dimana $\sum x = 0$, yang membedakan metode ini dengan metode *Least Square* adalah terletak pada persamaan /fungsinya yaitu (2). Metode Kuadratik memiliki beberapa kelebihan yaitu (Sucipto, 2010, 176):

- (a) Hasil ramalan lebih akurat dibandingkan dengan metode lain.
- (b) Data yang dibutuhkan minimal dua variabel, sehingga memudahkan untuk menghitung dengan metode kuadratik ini

Dibalik kelebihan yang dimiliki, metode kuadratik juga memiliki beberapa kelemahan yaitu:

- (a) Rumus yang digunakan sulit/
- (b) Penggunaan awan cenderung tidak mau usaha-susah menghitungnya.
- (c) Suatu kondisi dimana satu variabel time series berubah secara konsisten dan terprediksi sebelum variabel lain, tidak dapat dipastikan bahwa variabel pertama tersebut menyebabkan variabel lain berubah.
- (d) Variabel-variabel independen Nampak lebih signifikan dari sebenarnya yaitu apabila variabel-variabel itu memiliki trend yang sama dengan variabel dependennya dalam kurun waktu periode sampel.

c. Langkah-langkah Peramalan

Secara umum langkah-langkah yang dilakukan dalam proses peramalan adalah sebagai berikut:

1) Mengumpulkan data

Pengumpulan data merupakan langkah awal yang harus dilakukan. Data yang dikumpulkan merupakan data masa lalu (lampau) hendaknya data yang dikumpulkan selengkap mungkin untuk beberapa periode.

2) Mengolah data

Data yang sudah dikumpulkan kemudian dibuat tabulasi data. Dengan demikian, akan diketahui pola data yang dimiliki dan memudahkan kita untuk melakukan peramalan melalui metode peramalan yang ada.

3) Menentukan metode yang digunakan

Setelah data ditabulasi barulah kita menentukan metode peramalan yang cocok untuk data tersebut. Terdapat banyak metode peramalan, masing-masing metode akan member hasil yang berbeda. Peramalan yang diinginkan adalah menggunakan metode yang paling tepat.

4) Memproyeksi data

Seperti diketahui bahwa akan ada perubahan dimasa yang akan mendatang seperti perubahan ekonomi, politik, social, atau perubahan kemasyarakatan lainnya. Perubahan ini akan berakibat tidak tepat hasil peramalan agar tidak dapat meminimalkan penyimpangan terhadap perubahan, maka perlu dilakukan langkah proyeksi data dalam pertimbangan factor perubahan tersebut untuk beberapa periode.

5) Mengambil keputusan

Hasil peramalan yang telah dilakukan digunakan untuk mengambil keputusan untuk membuat berbagai perencanaan (Kasmir, 2010, p. 147-148).

d. Perbedaan Anggaran dan Ramalan

Pada sebagian besar masyarakat mempunyai pemahaman yang salah, mereka beranggapan bahwa anggaran dan peramalan itu sama, tetapi sebenarnya berbeda. Menurut Kamarudin Ahmad ada beberapa karakteristik anggaran antara lain:

- 1) Dinyatakan dalam satuan keuangan (moneter), walaupun angkanya berasal dari angka yang bukan satuan keuangan.
- 2) Mencakup kurun waktu satu tahun atau dalam periode tertentu lainnya.
- 3) Isinya menyangkut komitmen manajemen yaitu manajer setuju menerima tanggung jawab untuk mencapai sasaran yang telah dianggarkan.
- 4) Usulan anggaran dinilai dan disetujui oleh orang yang mempunyai wewenang lebih tinggi dari pada yang menyusunnya.
- 5) Jika anggaran sudah disahkan maka anggaran tersebut tidak dapat diubah kecuali dalam hal khusus.
- 6) Hasil aktual akan dibandingkan dengan anggaran secara periodik dan penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi dianalisis dan dijelaskan (Kamarudin, 2013, p. 184).

Peramalan diartikan bagaimana memperkirakan kondisi yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Memperkirakan yang artinya menetapkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Dasar untuk memperkirakan kondisi ke masa yang akan datang dapat kita gunakan

data masa lalu, makin banyak data masa lalu akan makin baik. Kegunaan data masa lalu dapat menggambarkan trend masa lalu, misalnya trend penjualan lima atau sepuluh tahun terakhir. Berdasarkan kecendrungan ini kita dapat melihat penyebab mengapa penjualan meningkat, tetap atau turun (Kasmir, 2010, p. 144).

Sedangkan karakteristik ramalan menurut Kamarudin Ahmad (2013, p. 185) adalah sebagai berikut:

- 1) Boleh dinyatakan dalam satuan keuangan dan boleh tidak.
- 2) Kurun waktunya tidak tepat.
- 3) Orang yang membuat ramalan tidak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai hasil yang diramalkan.
- 4) Ramalan biasanya tidak disahkan oleh tingkat manajemen yang lebih tinggi.
- 5) Ramalan akan segera diperoleh jika muncul informasi baru mengenai perubahan situasi dan kondisi.
- 6) Penyimpangan atas suatu ramalan tidak dianalisis secara formal maupun periodik (bisa saja orang membuat melakukan analisis, akan tetapi ini lebih dimaksudkan untuk memperbaiki kemampuannya mengadakan ramalan).

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Ninik Anggraini dengan judul “Penyusunan Anggaran Penjualan Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi”. Tujuan dari penelitian Ninik Anggraini yaitu untuk meramalkan penjualan yang akan diharapkan untuk tahun yang akan datang dan hasilnya mendekati nilai penjualan yang sebenarnya. Teknik analisis data yang digunakan oleh Ninik Anggraini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan persamaan *Trend Linier*.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan persamaan *trend linier* ramalan penjualan yang diharapkan untuk tahun yang akan datang dapat ditentukan dan hasilnya mendekati nilai penjualan yang sebenarnya, seperti pada tahun 2010 penjualan untuk Jitu Merah sebanyak 42.537 dan anggaran penjualan yang direncanakan untuk tahun 2012 sebesar 42.582 terbukti peramalan yang dilakukan mendekati nilai yang sebenarnya. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini yaitu dilihat dari teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah *Least Square* serta persamaan dengan judul yang penulis lakukan yaitu penyusunan anggaran dengan menggunakan metode *Least Square*.(Ninik Anggraini, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Lia Retnawati yang berjudul “Anggaran Penjualan Sebagai Dasar Perencanaan Keuangan pada PT. Euro P2P Direct Indo Di Samarinda”. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Lia Retnawati adalah untuk mengetahui besarnya hasil penjualan elektronik yang diproyeksikan dan menyusun biaya-biaya yang telah ditetapkan atau dikeluarkan oleh perusahaan dan hasil anggaran penjualan elektronik untuk periode yang diproyeksikan kedalam anggaran kas.

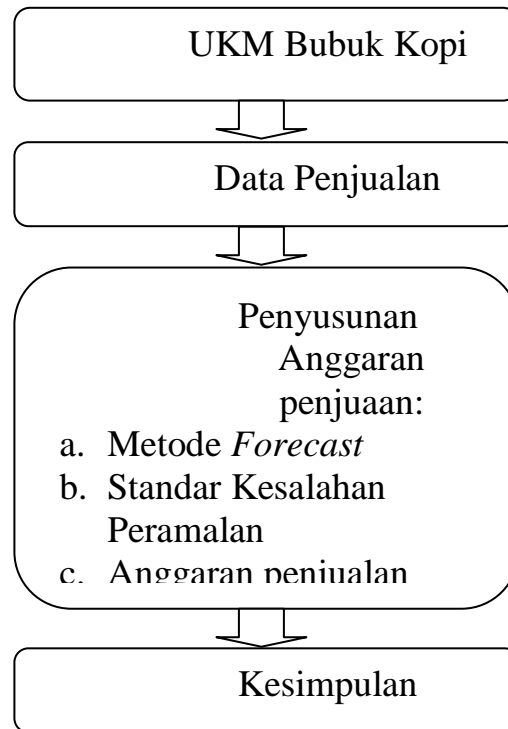
Teknik analisis data yang digunakan oleh Lia Retnawati yaitu digunakan *Forecasting* dengan menggunakan metode *least Square*. Dari penelitian Lia Retnawati dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perhitungan anggaran penjualan maka perusahaan dapat memprediksi kejadian yang akan datang guna mengoptimalkan penjualan dan perencanaan keuangan dan juga ketersediaan sumber yang ada untuk mencapai tujuan PT. Euro P2P Direct Indo di Samarinda. Dan Perusahaan dapat menyeimbangkan antara jumlah yang supple dengan jumlah kebutuhan pasar, sehingga diharapkan tidak terjadi kelebihan atau kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini dari judul penelitian. Penelitian penulis yaitu penyusunan anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan dan metode yang digunakan yaitu metode *Least Square* (Lia Retnawati, 2014).

Abdillah (2015) melakukan penelitian tentang “penyusunan anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada CV. TJAHAJA BARU Batusangkar”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun anggaran penjualan pada CV. THAJA BARU periode 2015-2016. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan analisis *Least Square* dan analisis *Kuadratik* serta Standar kesalahan Peramalan. Perbedaan dari penelitian ini adalah tempat penelitian dan waktu lamanya penelitian, serta persamaannya pada metode yang diteliti.

C. Kerangka Fikir

Agar perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan, maka perusahaan harus membuat rencana peramalan penjualan yang menjadi dasar bagi manajemen untuk merumuskan rencana yang akan dilaksanakan dalam tahun berikutnya. Agar hasil ramalannya berhasil, maka perlu digunakan model peramalan yang sesuai dengan kebutuhan. Langkah yang perlu ditempuh sebelum menyusun anggaran penjualan adalah menyusun *Forecast* penjualan. Metode yang digunakan dalam menyusun *Forecast* dengan menggunakan teknik kuantitatif yaitu Metode *Least Square*.

Kerangka pemikiran adalah suatu bagan yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Dalam hal ini kerangka pemikiran dibuat sebagai suatu bentuk proses dari keseluruhan proses penelitian.



Gambar 2.1
Kerangka Fikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *Field Research* (penelitian lapangan) yaitu suatu metode yang akan menggambarkan kepada perusahaan didasarkan atas hal-hal yang tampak dan nyata pada masalah yang diteliti (Kasiram, 2010, p. 196). Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian pada UKM Haji Asma, Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menjelaskan tentang penyusunan anggaran penjualan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di UKM Bubuk Kopi Asma yang berlokasi di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Batusangkar. Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu dilaksanakan pada bulan September 2017– Februari 2018.

C. Sumber dan Teknik Penelitian

1. Sumber Data

Untuk melengkapi kegiatan ini, data yang dikumpulkan dipakai sebagai bahan penyusunan skripsi adalah:

a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang terkait, dan data yang diperoleh tanpa melalui proses pengolahan. Penulis memperoleh data primer melalui wawancara yang dilakukan dengan pimpinan UKM Bubuk Kopi Asma.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah melalui proses pengolahan. Adapun sumber data yang penulis gambarkan adalah sumber data

sekunder. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data penulis adalah data laporan penjualan UKM Bubuk Kopi Asma periode 2016-2017.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Interview

Interview adalah suatu cara pengumpulan data dengan menggunakan wawancara langsung dan tanya jawab dengan pimpinan perusahaan dan pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk memperoleh informasi secara langsung tentang pencatatan penjualan yang dilakukan oleh UKM Bubuk Kopi Asma, adapun model wawancara dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pemilik dan karyawan UKM Bubuk Kopi Asma.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui catatan-catatan peristiwa yang berlalu, dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan adalah pengumpulan data dari laporan Penjualan yang dilakukan oleh UKM Bubuk Kopi Asma. Dalam hal ini dokumen yang digunakan tahun 2016-2017.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian penulis ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari data sekunder berupa data penjualan unuk keperluan penyusunan *forecast* maka terlebih dahulu data akan diramalkan menggunakan metode analisis *Least Square*. Data dianalisis dengan menggunakan alat analisis *Least Square* yaitu metode ini paling sering digunakan untuk meramalkan Y

(Penjualan), karena perhitungannya lebih teliti, dengan bentuk data horizontal yaitu terjadi apabila nilai data yang mengalami naik turun disekitar nilai rata-rata atau apabila digambarkan dalam grafik maka cenderung berbentuk garis lurus. Untuk melakukan perhitungan diperlukan nilai variabel waktu (X), jumlah nilai variabel waktu adalah nol atau $\sum X = 0$.

Untuk mencari peluang penjualan dan peramalan digunakan rumus:

$$Y' = a + bX$$

Koefesien a dan b dapat diperoleh dengan:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

jika $\sum X = 0$

Keterangan:

Y' = variabel yang akan diramalkan.

a = Konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (Ramalan) apabila X sama dengan 0.

b = variabel per X , yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai y dari setiap perubahan satu unit X .

X = variabel waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.

n = banyak data (M. Munandar, 2013, p. 55).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum UKM Bubuk Kopi Asma Koto Tuo, Sungai Tarab

1. Sejarah Bubuk Kopi Asma

Industri Kopi Bubuk Asma merupakan industri kopi bubuk yang dikelola oleh Hj. Asma. Usaha kopi bubuk ini berdiri pada tahun 1958. Industri kopi bubuk Asma merupakan industri kopi bubuk yang tergolong cukup lama. Dimulai dari modal sendiri dengan hasil tabungannya suami istri maka Asma dan suaminya dapat membuka usaha kopi bubuk. Berkembangnya usaha kopi bubuk Asma maka modal yang digunakan juga meningkat. Sekitar Rp 40.000.000 untuk menyablon plastik kemasan kopi Asma. Modal untuk semua usaha kopi bubuknya sekitar lebih kurang Rp 60.000.000 per tahun.

Bahan baku untuk membuat kopi bubuk tersebut, Asma mendapatkan biji kopi dari hasil kebunnya sendiri dan membeli ke toke-toke kopi yang ada di Koto Tuo. Setelah kopi diambil dari batangnya lalu kopi tersebut di jemur sampai kering sehingga biji kopi mudah dipisahkan dari kulit buahnya. Lalu biji kopi yang dipisahkan dijemur kembali hingga kering. Asma merendang biji kopi dengan menggunakan *belango* yang diaduk memakai sendok kayu. Setelah biji kopi tersebut direndang lalu digiling ke *kincia* yang terletak didekat balai Sungai Tarab. Asma dan suaminya berjalan kaki untuk menggiling biji kopi tersebut. Asma dan suaminya menjual biji kopi tersebut ke daerah Lintau dengan berjalan kaki dan mereka membawa kopi bubuk dengan menggunakan *belek* yang dijujung diatas kepalanya.

Pada tahun 1968 suaminya diterima bekerja sebagai guru agama di salah satu pondok pesantren yang terletak di Gurun. Jadi usaha kopi bubuk yang ia kelola lalu diserahkan ke istrinya yaitu Asma. Sejak tahun itu lah

Asma mengelolah usaha kopi bubuk tersebut. Suaminya yang bekerja sebagai seorang guru agama mengajarkan Asma atau memberi amanah ke Asma dalam berdagang kopi bubuk yaitu *maisi samo banyak, manimbang samo barek* (diisi sama banyak, menimbang sama berat). Amanah itulah yang selalu dipegang oleh Asma dalam menjual kopi bubuk. Asma yang mengelola usaha kopi bubuknya sendiri ia menggiling biji kopi ditemani oleh pekerjanya. Begitupun untuk berdagang, Asma berjalan kaki ke Lintau ditemani juga oleh pekerjanya. Semenjak itu lah Asma mulai memiliki tenaga kerja yang membantu Asma dalam mengelola usaha kopi bubuk. Asma membungkus kopi bubuknya dengan menggunakan *karisiak* yang diikat dengan tali yang berasal dari batang pisang kering.

Pada tahun 1986 kopi bubuk Asma yang sebelumnya belum memiliki merek dagang. Namun, Asma memberikan merek kopi bubuknya dengan nama merek Asma. Kerena rasa keinginannya memberi nama usaha kopi bubuk dengan nama ia sendiri. Hal ini dikarenakan di Nagari Koto Tuo sudah banyak yang membuka usaha kopi bubuk dan menarik pelanggan untuk membeli kopi bubuknya. Namun Asma belum memiliki Hak Paten Merek seperti yang dimiliki oleh Anas. Pada tahun ini juga usaha kopi bubuk Asma meningkat, bahan baku biji kopi Asma yang awalnya berasal dari kebun sendiri dan toke dikampungnya lalu Asma sudah mendatangkan bahan bakunya dari daerah Lintau dan daerah lainnya. Asma juga merendang biji kopi sudah menggunakan mesin perendang yang diputar dengan tangan. Oleh sebab itu lalu Asma menambah lagi tenaga kerjanya sebanyak dua orang. Meskipun sudah memiliki mesin perendang Asma masih menggiling biji kopi dengan *kincia*. Begitupun dalam mengemas kopi bubuk Asma tidak lagi menggunakan *karisiak* tetapi Asma sudah menggunakan plastik yang diikat dengan tali rafia.

Tahun 1990'an Asma tidak lagi menggiling biji kopi ke *kincia*. Namun, Asma sudah menggiling biji kopi ke *heller* yang ada di Nagari Koto

Tuo. Serta dalam kemasan kopi bubuk Asma mulai menyablon merek dagangnya dikampung sendiri. Tetapi dengan permintaan Asma yang cukup banyak untuk menyablon merek kopi bubuk sehingga tidak tertampung oleh penyablon tersebut. lalu Asma menyablon merek kopi bubuk ke Padang. Tidak lama kemudian Asma beralih menyablon ke Medan. Karena menyablon di Medan hasilnya lebih bagus dibandingkan menyablon di kampung sendiri dan di Padang.

Pada tahun 2010 Asma sudah memiliki DINKES dengan nomort RI P-IRT NO. 210130503295. Asma yang awalnya mengolah kopi di rumah ia sendiri dan pada tahun 2014 Asma mulai mendirikan tempat untuk mengolah kopi yang tidak jauh dari rumahnya, pada tahun 2015 Asma baru pindah mengolah usaha kopi bubuknya ke gudang yang siap dibangun. Selain usaha kopi bubuk Anas usaha kopi bubuk Asma juga sudah tercatat dalam laporan pendataan industri kecil dan menengah (IKM) Kabupaten Tanah Datar.

2. Karyawan Bubuk Kopi Asma

Tenaga kerja yang dimiliki oleh Asma yaitu sekitar 6 orang tenaga kerja. Gaji perhari satu orang tenaga kerja Asma Rp 50.000 perhari, seminggu Rp 350.000, sebulan Rp 1.400.000 dan setahun sekitar Rp. 16.800.000. Upah untuk tenaga kerja Asma dengan Anas sama-sama Rp 50.000 perhari tetapi jumlah uang yang mereka keluarkan untuk upah tenaga kerjanya berbeda karen tenaga kerja Anas lebih banyak dibandingkan Asma. Dengan tenaga kerja tersebut Asma dapat menghasilkan kopi bubuk dalam satu minggu sekitar 600 Kg, satu bulan sekitar 2 ton dan dalam satu Tahun Asma dapat menghasilkan kopi bubuknya sekitar 24 ton.

B. Hasil Penelitian

1. Data Penjualan tahun 2016-2017

Dalam melakukan peramalan penjualan, kita membutuhkan data penjualan sebagai pedoman untuk meramalkannya. Data penjualan tersebut dapat kita lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Data Penjualan Bubuk Kopi Asma
Periode 2016-2017

| Bulan | Lintau | | Sungayang | |
|--------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | Kg | Total | Kg | Total |
| 2016 | | | | |
| Januari | 1.173 | Rp 58.650.000 | 1.125 | Rp 56.250.000 |
| Februari | 1.134 | Rp 56.700.000 | 1.127 | Rp 56.350.000 |
| Maret | 1.177 | Rp 58.850.000 | 1.158 | Rp 57.900.000 |
| April | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.137 | Rp 56.850.000 |
| Mei | 1.179 | Rp 58.950.000 | 1.168 | Rp 58.400.000 |
| Juni | 1.132 | Rp 56.600.000 | 1.141 | Rp 57.050.000 |
| Juli | 1.159 | Rp 57.950.000 | 1.142 | Rp 57.100.000 |
| Agustus | 1.155 | Rp 57.750.000 | 1.151 | Rp 57.550.000 |
| September | 1.194 | Rp 59.700.000 | 1.156 | Rp 57.800.000 |
| Oktober | 1.149 | Rp 57.450.000 | 1.169 | Rp 58.450.000 |
| November | 1.162 | Rp 58.100.000 | 1.146 | Rp 57.300.000 |
| Desember | 1.137 | Rp 56.850.000 | 1.134 | Rp 56.700.000 |
| Total | 13.895 | Rp 694.750.000 | 13.754 | Rp 687.700.000 |
| 2017 | | | | |
| Januari | 1.116 | Rp 55.800.000 | 1.091 | Rp 54.550.000 |
| Februari | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.112 | Rp 55.600.000 |
| Maret | 1.109 | Rp 55.450.000 | 1.146 | Rp 57.300.000 |
| April | 1.110 | Rp 55.500.000 | 1.077 | Rp 53.850.000 |
| Mei | 1.156 | Rp 57.800.000 | 1.133 | Rp 56.650.000 |
| Juni | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.141 | Rp 57.050.000 |
| Juli | 1.147 | Rp 57.350.000 | 1.174 | Rp 58.700.000 |
| Agustus | 1.127 | Rp 56.350.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |
| September | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.169 | Rp 58.450.000 |
| Oktober | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| November | 1.139 | Rp 56.950.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |

| | | | | |
|--------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| Desember | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| Total | 13.662 | Rp 683.100.000 | 13.577 | Rp 678.850.000 |

Sumber: Data Penjualan Bubuk Kopi Asma

2. Peramalan Penjualan menggunakan Analisis *Least Square*

Sebuah data penjualan disusun, selanjutnya kita melakukan peramalan penjualan. Peramalan penjualan dihitung dari data sebelumnya yaitu tahun 2017 untuk meramalkan tahun selanjutnya. Berikut adalah data penjualan tahun 2017 pada daerah Lintau dan Sungayang:

Tabel 4.2
Data Penjualan tahun 2017
Daerah Lintau dan Sungayang

| Bulan | Lintau | | Sungayang | |
|--------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| | Kg | Total | Kg | Total |
| 2017 | | | | |
| Januari | 1.116 | Rp 55.800.000 | 1.091 | Rp 54.550.000 |
| Februari | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.112 | Rp 55.600.000 |
| Maret | 1.109 | Rp 55.450.000 | 1.146 | Rp 57.300.000 |
| April | 1.110 | Rp 55.500.000 | 1.077 | Rp 53.850.000 |
| Mei | 1.156 | Rp 57.800.000 | 1.133 | Rp 56.650.000 |
| Juni | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.141 | Rp 57.050.000 |
| Juli | 1.147 | Rp 57.350.000 | 1.174 | Rp 58.700.000 |
| Agustus | 1.127 | Rp 56.350.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |
| September | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.169 | Rp 58.450.000 |
| Oktober | 1.163 | Rp 58.150.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| November | 1.139 | Rp 56.950.000 | 1.132 | Rp 56.600.000 |
| Desember | 1.144 | Rp 57.200.000 | 1.135 | Rp 56.750.000 |
| Total | 3.662 | Rp 683.100.000 | 3.577 | Rp 678.850.000 |

Sumber: Data Penjualan Bubuk Kopi Asma

Kemudian untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin akan terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Least Square* dengan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Koefisien a dan b dapat diperoleh dengan:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$\text{jika } \sum X = 0$$

Dimana:

- Y' = variabel yang akan diramalkan.
- a = Konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (Ramalan) apabila X sama dengan 0.
- b = variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai y dari setiap perubahan satu unit X.
- X = variabel waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.
- n = banyak data.

a. Peramalan Penjualan daerah Lintau dan Sungayang Tahun 2018

Adapun data yang didapatkan dari tahun 2017 untuk meramalkan penjualan tahun 2018 pada daerah Lintau. Selanjutnya untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin akan terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Least Square* dengan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Koefisien a dan b dapat diperoleh dengan:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

jika $\sum X = 0$

1) Peramalan penjualan daerah Lintau tahun 2018

Dari data penjualan tahun 2017 didapatkan hasil peramalan dengan menggunakan analisis *Least Square* yaitu:

Tabel 4.3
Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
2017

| Bulan | Penjualan Y | X | XY | X ² |
|--------------|---------------|----------|------------|----------------|
| Januari | 1.116 | -11 | (12.276) | 121 |
| Februari | 1.144 | -9 | -10.296 | 81 |
| Maret | 1.109 | -7 | -7.763 | 49 |
| April | 1.110 | -5 | -5.550 | 25 |
| Mei | 1.156 | -3 | -3.468 | 9 |
| Juni | 1.163 | -1 | -1.163 | 1 |
| Juli | 1.147 | 1 | 1.147 | 1 |
| Agustus | 1.127 | 3 | 3.381 | 9 |
| September | 1.144 | 5 | 5.720 | 25 |
| Oktober | 1.163 | 7 | 8.141 | 49 |
| November | 1.139 | 9 | 10.251 | 81 |
| Desember | 1.144 | 11 | 12.584 | 121 |
| TOTAL | 13.662 | 0 | 708 | 572 |

Sumber: Data olahan penulis

Dari tabel perhitungan tersebut nampak bahwa parameter X disusun dan diusahakan sedemikian rupa sehingga jumlahnya sama dengan nol $\sum X = 0$. Dengan telah disusunnya parameter X seperti itu maka didapatkan hasil dengan menggunakan rumus analisis *Least Square* yaitu:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.662}{12} = 1.138,50$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{708}{572} = 1,2377 \text{ (dibulatkan 1,24)}$$

dengan memasukkan nilai a dan b dalam persamaan *trend* diperoleh sebagai berikut:

$$Y'_{\text{Januari}} = a + bX$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.138,50 + 1,24 (13)$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.138,50 + 16,09$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.154,59$$

Anggaran dapat dihitung dengan memasukkan parameter x ke dalam persamaan tersebut. Anggaran penjualan untuk bulan Januari-Desember 2018 dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Ramalan Penjualan
Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
2018

| Bulan | Y | a | b | X |
|--------------|-----------------|----------|------|------------|
| Januari | 1.154,59 | 1.138,50 | 1,24 | 13 |
| Februari | 1.157,07 | 1.138,50 | 1,24 | 15 |
| Maret | 1.159,54 | 1.138,50 | 1,24 | 17 |
| April | 1.162,02 | 1.138,50 | 1,24 | 19 |
| Mei | 1.164,49 | 1.138,50 | 1,24 | 21 |
| Juni | 1.166,97 | 1.138,50 | 1,24 | 23 |
| Juli | 1.169,44 | 1.138,50 | 1,24 | 25 |
| Agustus | 1.171,92 | 1.138,50 | 1,24 | 27 |
| September | 1.174,40 | 1.138,50 | 1,24 | 29 |
| Oktober | 1.176,87 | 1.138,50 | 1,24 | 31 |
| November | 1.179,35 | 1.138,50 | 1,24 | 33 |
| Desember | 1.181,82 | 1.138,50 | 1,24 | 35 |
| Total | 4.018,50 | | | 288 |

Sumber: Data Olahan Penulis

2) Peramalan penjualan daerah Sungayang tahun 2018

Dari data penjualan tahun 2017 didapatkan hasil peramalan dengan menggunakan analisis *Least Square* yaitu:

Tabel 4.5
Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
2017

| Bulan | Penjualan Y | X | XY | X² |
|--------------|--------------------|----------|--------------|----------------------|
| Januari | 1.091 | -11 | 12.001 | 121 |
| Februari | 1.112 | -9 | 10.008 | 81 |
| Maret | 1.146 | -7 | -8.022 | 49 |
| April | 1.077 | -5 | -5.385 | 25 |
| Mei | 1.133 | -3 | -3.399 | 9 |
| Juni | 1.141 | -1 | -1.141 | 1 |
| Juli | 1.174 | 1 | 1.174 | 1 |
| Agustus | 1.132 | 3 | 3.396 | 9 |
| September | 1.169 | 5 | 5.845 | 25 |
| Oktober | 1.135 | 7 | 7.945 | 49 |
| November | 1.132 | 9 | 10.188 | 81 |
| Desember | 1.135 | 11 | 12.485 | 121 |
| Total | 13.577 | 0 | 1.077 | 572 |

Sumber: Data olahan penulis

Dari tabel perhitungan tersebut nampak bahwa parameter X disusun dan diusahakan sedemikian rupa sehingga jumlahnya sama dengan nol $\sum X = 0$. Dengan telah disusunnya parameter X seperti itu maka didapatkan hasil dengan menggunakan rumus analisis *Least Square* yaitu:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.577}{12} = 1.131,42$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1077}{572} = 1,88$$

dengan memasukkan nilai a dan b dalam persamaan *trend* diperoleh sebagai berikut:

$$Y'_{\text{Januari}} = a + bX$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.131,42 + 1,88(13)$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.131,42 + 24,44$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.155,86$$

Anggaran dapat dihitung dengan memasukkan parameter x ke dalam persamaan tersebut. Anggaran penjualan untuk bulan Januari-Desember 2018 dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Ramalan Penjualan
Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
2018

| Bulan | Y | a | b | X |
|--------------|------------------|----------|----------|------------|
| Januari | 1.155,86 | 1.131,42 | 1,88 | 13 |
| Februari | 1.159,62 | 1.131,42 | 1,88 | 15 |
| Maret | 1.163,38 | 1.131,42 | 1,88 | 17 |
| April | 1.167,14 | 1.131,42 | 1,88 | 19 |
| Mei | 1.170,90 | 1.131,42 | 1,88 | 21 |
| Juni | 1.174,66 | 1.131,42 | 1,88 | 23 |
| Juli | 1.178,42 | 1.131,42 | 1,88 | 25 |
| Agustus | 1.182,18 | 1.131,42 | 1,88 | 27 |
| September | 1.185,94 | 1.131,42 | 1,88 | 29 |
| Oktober | 1.189,70 | 1.131,42 | 1,88 | 31 |
| November | 1.193,46 | 1.131,42 | 1,88 | 33 |
| Desember | 1.197,22 | 1.131,42 | 1,88 | 35 |
| Total | 14.118,44 | | | 288 |

Sumber: Data Olahan Penulis

b. Peramalan Penjualan daerah Lintau dan Sungayang Tahun 2019

1) Peramalan penjualan daerah Lintau tahun 2019

Dari data penjualan tahun 2017 didapatkan hasil peramalan dengan menggunakan analisis *Least Square* yaitu:

Tabel 4.7
Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
2017

| Bulan | Penjualan Y | X | XY | X ² |
|--------------|---------------|----------|------------|----------------|
| Januari | 1.116 | -11 | (12.276) | 121 |
| Februari | 1.144 | -9 | -10.296 | 81 |
| Maret | 1.109 | -7 | -7.763 | 49 |
| April | 1.110 | -5 | -5.550 | 25 |
| Mei | 1.156 | -3 | -3.468 | 9 |
| Juni | 1.163 | -1 | -1.163 | 1 |
| Juli | 1.147 | 1 | 1.147 | 1 |
| Agustus | 1.127 | 3 | 3.381 | 9 |
| September | 1.144 | 5 | 5.720 | 25 |
| Oktober | 1.163 | 7 | 8.141 | 49 |
| November | 1.139 | 9 | 10.251 | 81 |
| Desember | 1.144 | 11 | 12.584 | 121 |
| TOTAL | 13.662 | 0 | 708 | 572 |

Sumber: Data olahan penulis

Dari tabel perhitungan tersebut nampak bahwa parameter X disusun dan diusahakan sedemikian rupa sehingga jumlahnya sama dengan nol $\sum X = 0$. Dengan telah disusunnya parameter X seperti itu maka didapatkan hasil dengan menggunakan rumus analisis *Least Square* yaitu:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.662}{12} = 1.138,50$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{708}{572} = 1,2377 \text{ (dibulatkan 1,24)}$$

dengan memasukkan nilai a dan b dalam persamaan *trend* diperoleh sebagai berikut:

$$Y'_{\text{Januari}} = a + bX$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.138,50 + 1,24 (37)$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.138,50 + 45,79$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.184,30$$

Anggaran dapat dihitung dengan memasukkan parameter x ke dalam persamaan tersebut. Anggaran penjualan untuk bulan Januari-Desember 2018 dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Ramalan Penjualan
Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
2019

| Bulan | Y | a | b | X |
|--------------|-----------------|----------|----------|------------|
| Januari | 1.184,30 | .138,50 | 1,24 | 37 |
| Februari | 1.186,77 | .138,50 | 1,24 | 39 |
| Maret | 1.189,25 | .138,50 | 1,24 | 41 |
| April | 1.191,72 | .138,50 | 1,24 | 43 |
| Mei | 1.194,20 | .138,50 | 1,24 | 45 |
| Juni | 1.196,67 | .138,50 | 1,24 | 47 |
| Juli | 1.197,91 | .138,50 | 1,24 | 48 |
| Agustus | 1.201,63 | .138,50 | 1,24 | 51 |
| September | 1.204,10 | .138,50 | 1,24 | 53 |
| Oktober | 1.206,58 | .138,50 | 1,24 | 55 |
| November | 1.209,05 | .138,50 | 1,24 | 57 |
| Desember | 1.211,53 | .138,50 | 1,24 | 59 |
| Total | 4.373,71 | | | 575 |

Sumber: Data Olahan Penulis

2) Peramalan penjualan daerah Sungayang tahun 2019

Dari data penjualan tahun 2017 didapatkan hasil peramalan dengan menggunakan analisis *Least Square* yaitu:

Tabel 4.9
Peramalan Penjualan Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
2017

| Bulan | Penjualan Y | X | XY | X² |
|--------------|--------------------|----------|-----------|----------------------|
| Januari | 1.091 | -11 | 12.001 | 121 |
| Februari | 1.112 | -9 | 10.008 | 81 |

| | | | | |
|--------------|---------------|----------|--------------|------------|
| Maret | 1.146 | -7 | -8.022 | 49 |
| April | 1.077 | -5 | -5.385 | 25 |
| Mei | 1.133 | -3 | -3.399 | 9 |
| Juni | 1.141 | -1 | -1.141 | 1 |
| Juli | 1.174 | 1 | 1.174 | 1 |
| Agustus | 1.132 | 3 | 3.396 | 9 |
| September | 1.169 | 5 | 5.845 | 25 |
| Oktober | 1.135 | 7 | 7.945 | 49 |
| November | 1.132 | 9 | 10.188 | 81 |
| Desember | 1.135 | 11 | 12.485 | 121 |
| Total | 13.577 | 0 | 1.077 | 572 |

Sumber: Data olahan penulis

Dari tabel perhitungan tersebut nampak bahwa parameter X disusun dan diusahakan sedemikian rupa sehingga jumlahnya sama dengan nol $\sum X = 0$. Dengan telah disusunnya parameter X seperti itu maka didapatkan hasil dengan menggunakan rumus analisis *Least Square* yaitu:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.577}{12} = 1.131,42$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1077}{572} = 1,88$$

dengan memasukkan nilai a dan b dalam persamaan *trend* diperoleh sebagai berikut:

$$Y'_{\text{Januari}} = a + bX$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.131,42 + 1,88(37)$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.131,42 + 69,56$$

$$Y'_{\text{Januari}} = 1.200,98$$

Anggaran dapat dihitung dengan memasukkan parameter x ke dalam persamaan tersebut. Anggaran penjualan untuk bulan Januari-Desember 2018 dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Ramalan Penjualan
Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
2019

| Bulan | Y | a | b | X |
|--------------|-----------------|----------|----------|------------|
| Januari | 1.200,98 | 1.131,42 | 1,88 | 37 |
| Februari | 1.204,74 | 1.131,42 | 1,88 | 39 |
| Maret | 1.208,50 | 1.131,42 | 1,88 | 41 |
| April | 1.212,26 | 1.131,42 | 1,88 | 43 |
| Mei | 1.216,02 | 1.131,42 | 1,88 | 45 |
| Juni | 1.219,78 | 1.131,42 | 1,88 | 47 |
| Juli | 1.223,54 | 1.131,42 | 1,88 | 49 |
| Agustus | 1.227,30 | 1.131,42 | 1,88 | 51 |
| September | 1.231,06 | 1.131,42 | 1,88 | 53 |
| Oktober | 1.234,82 | 1.131,42 | 1,88 | 55 |
| November | 1.238,58 | 1.131,42 | 1,88 | 57 |
| Desember | 1.242,34 | 1.131,42 | 1,88 | 59 |
| Total | 4.659,92 | | | 576 |

Sumber: Data Olahan Penulis

3. Penyusunan Anggaran Penjualan

a. Anggaran Penjualan daerah Lintau dan Sungayang tahun 2018

Setelah dilakukan peramalan penjualan terhadap tiap produk dengan menggunakan analisis *Least Square*, selanjutnya kita menyusun anggaran penjualan untuk tahun 2018 yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan
UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
Dengan Analisis *Least Square*
2018

| Bulan | 2018 | | |
|--------------|-------------|-----------------|--------------------|
| | Kg | Harga/Kg | Total Harga |
| Januari | 1.154,59 | Rp 50.000 | Rp 57.729.500 |

| | | | |
|--------------|-----------------|-----------|----------------------|
| Februari | 1.157,07 | Rp 50.000 | Rp 57.853.500 |
| Maret | 1.159,54 | Rp 50.000 | Rp 57.977.000 |
| April | 1.162,02 | Rp 50.000 | Rp 58.101.000 |
| Mei | 1.164,49 | Rp 50.000 | Rp 58.224.500 |
| Juni | 1.166,97 | Rp 50.000 | Rp 58.348.500 |
| Juli | 1.169,44 | Rp 50.000 | Rp 58.472.000 |
| Agustus | 1.171,92 | Rp 50.000 | Rp 58.596.000 |
| September | 1.174,40 | Rp 50.000 | Rp 58.720.000 |
| Oktober | 1.176,87 | Rp 50.000 | Rp 58.843.500 |
| November | 1.179,35 | Rp 50.000 | Rp 58.967.500 |
| Desember | 1.181,82 | Rp 50.000 | Rp 59.091.000 |
| Total | 4.018,48 | | Rp700.924.000 |

Sumber: Data Olahan Penulis

Berdasarkan hasil penyusunan anggaran penjualan dalam upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan analisis *Least Square* daerah Lintau dapat dilihat bahwa proyeksi penjualan pada tahun 2018 naik sebesar 2,60% dari tahun 2017. Hal ini disebabkan karena perubahan pada data masa lalu yang cenderung berubah. Penurunan persentase ini bukanlah suatu acuan yang berlaku bagi UKM Bubuk Kopi Asma dalam memproyeksi penjualan untuk kedepan, tetapi dapat dijadikan standar minimum pencapaian target penjualan. Berdasarkan hasil ramalan dan anggaran penjualan diatas, diketahui bahwa UKM Bubuk Kopi Asma memperoleh penjualan selama tahun 2018 daerah Lintau adalah 14.018,48 Kg bubuk kopi dengan harga Rp 700.924.000.

Tabel 4.12
Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya meningkatkan Penjualan
UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
Dengan Analisis *Least Square*
2018

| Bulan | 2018 | | |
|---------|----------|-----------|---------------|
| | Kg | Harga/Kg | Total Harga |
| Januari | 1.155,89 | Rp 50.000 | Rp 57.794.500 |

| | | | |
|--------------|---------------|-----------|-----------------------|
| Februari | 1.159,66 | Rp 50.000 | Rp 57.983.000 |
| Maret | 1.163,43 | Rp 50.000 | Rp 58.171.500 |
| April | 1.167,19 | Rp 50.000 | Rp 58.359.500 |
| Mei | 1.170,96 | Rp 50.000 | Rp 58.548.000 |
| Juni | 1.174,72 | Rp 50.000 | Rp 58.736.000 |
| Juli | 1.178,49 | Rp 50.000 | Rp 58.924.500 |
| Agustus | 1.182,25 | Rp 50.000 | Rp 59.112.500 |
| September | 1.186,02 | Rp 50.000 | Rp 59.301.000 |
| Oktober | 1.189,79 | Rp 50.000 | Rp 59.489.500 |
| November | 1.193,55 | Rp 50.000 | Rp 59.677.500 |
| Desember | 1.197,32 | Rp 50.000 | Rp 59.866.000 |
| Total | 14.119 | | Rp 705.963.500 |

Sumber: Data Olahan Penulis

Penjualan daerah Sungayang dapat dilihat bahwa proyeksi penjualan pada tahun 2018 naik sebesar 3,90% dari tahun 2017. Hal ini disebabkan karena perubahan pada data masa lalu yang cenderung berubah. Penurunan persentase ini bukanlah suatu acuan yang berlaku bagi UKM Bubuk Kopi Asma dalam memproyeksi penjualan untuk kedepan, tetapi dapat dijadikan standar minimum pencapaian target penjualan. Berdasarkan hasil ramalan dan anggaran penjualan diatas, diketahui bahwa UKM Bubuk Kopi Asma memperoleh penjualan selama tahun 2018 daerah Lintau adalah 14.119 Kg bubuk kopi dengan harga Rp 705.963.500.

b. Anggaran Penjualan daerah Lintau dan Sungayang tahun 2019

Setelah dilakukan peramalan penjualan terhadap tiap produk dengan menggunakan analisis *Least Square*, selanjutnya kita menyusun anggaran penjualan untuk tahun 2019 yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya meningkatkan Penjualan
UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Lintau
Dengan Analisis *Least Square*
2019

| Bulan | 2019 | | |
|--------------|-----------------|-----------|----------------------|
| | Kg | Harga/Kg | Total Harga |
| Januari | 1.184,30 | Rp 50.000 | Rp 59.215.000 |
| Februari | 1.186,77 | Rp 50.000 | Rp 59.338.500 |
| Maret | 1.189,25 | Rp 50.000 | Rp 59.462.500 |
| April | 1.191,72 | Rp 50.000 | Rp 59.586.000 |
| Mei | 1.194,20 | Rp 50.000 | Rp 59.710.000 |
| Juni | 1.196,67 | Rp 50.000 | Rp 59.833.500 |
| Juli | 1.199,15 | Rp 50.000 | Rp 59.957.500 |
| Agustus | 1.201,63 | Rp 50.000 | Rp 60.081.500 |
| September | 1.204,10 | Rp 50.000 | Rp 60.205.000 |
| Oktober | 1.206,58 | Rp 50.000 | Rp 60.329.000 |
| November | 1.209,05 | Rp 50.000 | Rp 60.452.500 |
| Desember | 1.211,53 | Rp 50.000 | Rp 60.576.500 |
| Total | 4.374,95 | | Rp718.747.500 |

Sumber: Data Olahan Penulis

Berdasarkan hasil penyusunan anggaran penjualan dalam upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan analisis *Least Square* daerah Lintau dapat dilihat bahwa proyeksi penjualan pada tahun 2019 naik sebesar 2,54% dari tahun 2018. Hal ini disebabkan karena perubahan pada data masa lalu yang cenderung berubah. Penurunan persentase ini bukanlah suatu acuan yang berlaku bagi UKM Bubuk Kopi Asma dalam memproyeksi penjualan untuk kedepan, tetapi dapat dijadikan standar minimum pencapaian target penjualan. Berdasarkan hasil ramalan dan anggaran penjualan diatas, diketahui bahwa UKM Bubuk Kopi Asma memperoleh penjualan selama tahun 2019 daerah Lintau adalah 14.374,95 Kg bubuk kopi dengan harga Rp 718.747.500.

Tabel 4.14
Hasil Penyusunan Anggaran dalam Upaya meningkatkan Penjualan
UKM Bubuk Kopi Asma Daerah Sungayang
Dengan Analisis *Least Square*
2019

| Bulan | 2019 | | |
|--------------|---------------|-----------|----------------------|
| | Kg | Harga/Kg | Total Harga |
| Januari | .201,08 | Rp 50.000 | Rp 60.054.000 |
| Februari | .204,85 | Rp 50.000 | Rp 60.242.500 |
| Maret | .208,61 | Rp 50.000 | Rp 60.430.500 |
| April | .212,38 | Rp 50.000 | Rp 60.619.000 |
| Mei | .216,15 | Rp 50.000 | Rp 60.807.500 |
| Juni | .219,91 | Rp 50.000 | Rp 60.995.500 |
| Juli | .213,68 | Rp 50.000 | Rp 60.684.000 |
| Agustus | .227,44 | Rp 50.000 | Rp 61.372.000 |
| September | .231,21 | Rp 50.000 | Rp 61.560.500 |
| Oktober | .234,97 | Rp 50.000 | Rp 61.748.500 |
| November | .238,74 | Rp 50.000 | Rp 61.937.000 |
| Desember | .242,51 | Rp 50.000 | Rp 62.125.500 |
| Total | 14.652 | | Rp732.576.500 |

Sumber: Data Olahan Penulis

Penjualan daerah Sungayang dapat dilihat bahwa proyeksi penjualan pada tahun 2019 naik sebesar 3,78% dari tahun 2018. Hal ini disebabkan karena perubahan pada data masa lalu yang cenderung berubah. Penurunan persentase ini bukanlah suatu acuan yang berlaku bagi UKM Bubuk Kopi Asma dalam memproyeksi penjualan untuk kedepan, tetapi dapat dijadikan standar minimum pencapaian target penjualan. Berdasarkan hasil ramalan dan anggaran penjualan diatas, diketahui bahwa UKM Bubuk Kopi Asma memperoleh penjualan selama tahun 2018 daerah Lintau adalah 14.652 Kg bubuk kopi dengan harga Rp 732.576.500.

C. Pembahasan

Berdasarkan tabel hasil proyeksi Penyusunan Anggaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan dapat kita lihat bahwa pada UKM Bubuk Kopi Asma pada daerah Lintau tahun 2018 naik sebesar 2,60% dari tahun 2017 sedangkan tahun 2019 naik sebesar 2,54% dari tahun 2018. Pada daerah Sungayang didapat hasil tahun 2018 naik sebesar 3,99% dari tahun 2017 sedangkan tahun 2019 naik sebesar 3,78% dari tahun 2018.

Sedangkan rincian persentase per bulannya yaitu pada tahun 2017-2018 daerah Lintau bulan Januari persentasenya naik mencapai 3,46%, Februari naik 1,14%, Maret naik 4,56%, April naik 4,69%, Mei naik 0,73%, Juni naik 0,34%, Juli naik 1,96%, Agustus naik 3,99%, September naik 2,66%, Oktober naik 1,19%, November naik 3,54%, Desember naik 3,31%. Daerah Sungayang bulan Januari persentasenya naik mencapai 5,95%, Februari naik 4,29%, Maret naik 1,52%, April naik 8,37%, Mei naik 3,35%, Juni naik 2,96%, Juli naik 0,38%, Agustus naik 4,44%, September naik 1,46%, Oktober naik 4,83%, November naik 5,44%, Desember naik 5,49%.

Sedangkan rincian persentase per bulannya yaitu pada tahun 2017-2018 daerah Lintau bulan Januari persentasenya naik mencapai 2,57%, Februari naik 2,57%, Maret naik 2,56%, April naik 2,56%, Mei naik 2,55%, Juni naik 2,55%, Juli naik 2,54%, Agustus naik 2,54%, September naik 2,53%, Oktober naik 2,52%, November naik 2,52%, Desember naik 2,51%. Daerah Sungayang bulan Januari persentasenya naik mencapai 3,91%, Februari naik 3,90%, Maret naik 3,88%, April naik 3,87%, Mei naik 3,86%, Juni naik 3,85%, Juli naik 2,99%, Agustus naik 3,82%, September naik 3,81%, Oktober naik 3,80%, November naik 3,79%, Desember naik 3,77%.

Hasil proyeksi di atas merupakan target paling rendah yang harus dicapai oleh UKM Bubuk Kopi Asma. Apabila penyusunan anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada akhir tahun 2018-2019 melebihi dari hasil proyeksi, maka untuk tahun selanjutnya juga akan mempengaruhi hasil proyeksi

ke depannya. Karena data yang digunakan lebih banyak dibandingkan dengan data saat ini. Dengan demikian hasil proyeksi tersebut belum bersifat permanen. Walaupun demikian, hasil proyeksi saat ini merupakan target paling rendah yang harus dicapai oleh UKM Bubuk Kopi Asma.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang penulis lakukan pada UKM Bubuk Kopi Asma, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu: Berdasarkan hasil penyusunan anggaran dalam upaya peningkatan penjualan pada UKM Bubuk Kopi Asma yang penulis lakukan dengan menggunakan metode *Least Square*, diketahui bahwa besarnya jumlah penjualan dari tahun 2017- 2019 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 daerah Lintau penjualan mencapai Rp 682.350.000, tahun 2018 penjualan naik menjadi Rp 700.924.00 serta tahun 2019 naik menjadi Rp 718.747.500. pada daerah Lintau diketahui tahun 2017 penjualan mencapai Rp 678.850.000 naik pada tahun 2018 Rp 705.963.500 serta tahun 2019 penjualan mencapai Rp 732.576.500.

Dari anggaran tersebut, maka UKM Bubuk Kopi Asma dapat menyusun segala rencana terutama rencana penjualan untuk pencapaian target anggaran tersebut dan juga anggaran tersebut dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan penjualan produk pada UKM Bubuk Kopi Asma.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang penulis lakukan pada UKM Bubuk Kopi Asma, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu:

1. Untuk dapat menyusun Anggaran dalam upaya meningkatkan penjualan secara optimal maka UKM Bubuk Kopi Asma perlu melakukan peramalan dengan menggunakan metode atau pendekatan-pendekatan secara ilmiah seperti analisis *Least Square*.
2. Dengan diterapkannya anggaran penjualan menggunakan metode *Least Square* ini pada UKM Bubuk Kopi Asma dapat memberikan perubahan baru

pada UKM tersebut sekaligus dapat membantu meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.

3. Penerapan anggaran penjualan dapat membantu manajemen perusahaan atau UKM dalam meningkatkan pendapatan. Selain itu dengan adanya anggaran penjualan dapat mengatasi atau meminimalisir kerugian.
4. UKM Bubuk Kopi Asma diharapkan mampu mengembangkan perusahaan dari berbagai aspek misalnya kegiatan pemasaran, kegiatan produksi, kegiatan keuangan dan kegiatan pengelolaan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2015). *Penyusunan Anggaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada CV. TJAHAJA BARU Batusangkar*. STAIN Batusangkar.
- Adisaputro G dan Marwan A. (2007). *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM.
- Anggraini N. *Penyusunan anggaran penjualan Sebagai dasar penyusunan anggaran biaya produksi*. (Jurnal Cendekia Vol 10 Nomor 2 Mei 2012).
- Garrison Noreen Brewer. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haji Asma. Wawancara Pertama. 21-08-2017. Sebelum Penelitian.
- Haruman Tendi dan Rahayu Sri. (Eds). (2007). *Penyusunan Anggaran Penjualan Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hatta A. (2011). *Tafsir Qur'an Perkata dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Terjemahan*. Jakarta: Maghfirah Pustaka
- Herman, Edi. (2006). *Penganggaran Korporasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jakfar dan Kasmir. (2006). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Jas. Wawancara kedua. 21-09-2017. Sebelum Penelitian.
- Kasiram. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Khamarudin, Ahmad. (2013). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya & Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Lia Retnawati. *Jurnal: Anggaran Penjualan Sebagai Dasar Perencanaan Keuangan pada PT. Euro P2P Direct Indo di Samarinda*. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda (3 Agustus 2017).
- Munandar M. (Eds). (2013). *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Mulyawan S. (2015). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Pustaka Setia.

- Nafarin, M. (2007). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. (2009). *Penganggaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sasongko Catur, Rumondang Safrida Paruli. (2013). *Anggaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi N, J. (2003). *Prakiraan Bisnis dan Teknik Pemrakiraan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Siswandi. (2011). *Aplikasi Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Mitra Media Wacana.
- Siswanto. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi aksara.
- Sucipto, A. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press
- Swastha B. (Eds). (2002). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPEE
- Syamsuddin L. (2000). *Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Widaningsih dan Samsul Rizal. (2008). *Modul Melakukan Pemasaran Barang dan Jasa*. Bandung:PT. Gelora Aksara Pratama.