Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PENERAPAN METODE PERAMALAN *(FORECASTING)* DALAM MENYUSUN ANGGARAN PENJUALAN PADA UD. BARU RASA KEDIRI

Evi Tia Ratna Sari[1], Khasanah Sahara[2], Rike Selviasari[3]
[123] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

ARTICLE INFO

Article history:
Received Desember, 2025
Revised Desember, 2025
Accepted Desember, 2025
Available online Desember, 2025

evitiasari22@gmail.com,
khasanahsahara01@gmail.com,
rikeselviasari@uniska-kediri.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

A B S T R A K

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan metode peramalan *forecasting* dalam menyusun anggaran penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri agar tingkat penjualan sesuai dengan tingkat permintaan konsumen, sehingga tidak terjadi lagi kelebihan maupun kekurangan persediaan produk bawang merah goreng. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menghitung anggaran penjualan produk pada bulan Juli, Agustus, dan September.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dua metode, yaitu metode *Trend Moment* dan metode *Least Square*. Dari hasil perhitungan kedua metode ditentukan mana yang paling mendekati kesesuaian dengan menghitung nilai Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF) yang terkecil. Sumber data yang diperoleh yaitu berupa data laporan penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri pada bulan April, Mei, Juni.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode peramalan (*forecasting)* dalam menyusun anggaran penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri sangat berguna sebagai acuan dalam mengalokasikan anggaran yang harus disiapkan serta dapat mengantisipasi pengeluaran di masa yang akan datang. UD. Baru Rasa Kediri perlu lebih mempertimbangkan dalam menentukan anggaran penjualan suatu periode, dilihat dari peningkatan penjualan produk bawang merah goreng setiap bulannya apabila dihitung dengan cara melakukan peramalan (*forecasting)* dalam menyusun anggaran penjualan untuk memperkirakan jumlah pendapatan yang sesuai untuk memperkirakan jumlah pendapatam yang akan dicapai diperiode mendatang oleh UD. Baru Rasa Kediri.
Kata Kunci: Metode Peramalan *(Forecasting);* Anggaran Penjualan

A B S T R A C T

This study aims to analyze the influence of tax knowledge, tax sanctions, and income level on motor vehicle tax compliance among Grab drivers in Kediri City. The research method used was quantitative with a multiple linear regression approach. Data were collected through questionnaires distributed to Grab drivers registered with the Kediri City Samsat (Vehicle Tax Administration). The results showed that partially, tax knowledge had a negative and insignificant effect on tax compliance. Meanwhile, tax sanctions and income level had a positive and significant effect on taxpayer compliance. Simultaneously, these three variables had a significant effect with a contribution of 55.3%, while the remaining 44.7% was influenced by other factors outside this study. These findings indicate that the implementation of strict sanctions and increased income play a significant role in encouraging tax compliance among online transportation drivers.
***Keywords**: Tax Knowledge; Sanctions; Income Level; Compliance Taxpayer*

*Corresponding author
E-mail addresses: evitiasari22@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

1. PENDAHULUAN

Perusahaan tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin meningkatnya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Pertumbuhan perkembangan suatu perusahaan menuntut kemampuan dan kecakapan para pengelola dalam menjalankan perusahaannya, termasuk didalamnya kemampuan dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Keputusan-keputusan yang tepat oleh manajer didasarkan pada hasil pengukuran dan pengevaluasian terhadap pelaksanaan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

Upaya yang tepat agar perusahaan dapat berjalan dengan baik adalah menyusun sistem perencanaan, koordinasi, dan pengendalian yang memadai bagi perusahaan. Dengan adanya sistem perencanaan, koordinasi, dan pengendalian, perusahaan diharapkan dapat menyusun perencanaan yang lebih baik, sehingga perusahaan dapat mengkoordinasi kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan serta dapat mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mendapatkan laba atau keuntungan. Laba perusahan terhadap kegiatan penjualan yang sedang berjalan. Bagi perusahaan yang menghadapi persaingan pasar, anggaran penjualan harus disusun palingawal sebelum menyusun anggaran lainnya.

Dengan adanya *forecasting* penjualan, perusahaan diharapkan dapat menyusun perencanaan yang lebih baik. Peramalam dalam bsinis perusahaan juga memiliki peranan penting dalam kinerja perusahaan dengan memberikan perkiraan berdasarkan perhitungan yang tepat, sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Salah satu alat yang diperlukan oleh manajemen dalam proses pengambilan keputusan adalah dengan analisa peramalan.

Peramalan tidak hanya dilakukan untuk menentukan jumlah produk yang akan diproduksi dan dijual, tetapi bermanfaat juga untuk perencanaan persediaan barang jadi. Persediaan yang ditentukan terlalu besar memiliki berbagai resiko seperti besarnya beban bunga yang harus ditanggung, memperbesar biaya penyimpanan dan pemeliharaan di gudang, memperbesar kemungkinan kerugian karena kerusakan dan turunnya kualitas barang, sehingga akan memperkecil keuntungan yang akan didapat perusahaan. Demikian juga sebaliknya, bila persediaan terlalu kecil akan mempunyai efek yang menekan keuntungan dikarenakan ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen.

Suatu perusahaan memerlukan *forecasting* atau peramalan penjualan untuk memperkirakan berapa jumlah penjualan yang kemungkinan terjadi ditahun yang akan datang, dikarenakan setiap perusahaan tentu saja menargetkan penjualan yang ingin dicapai guna mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dengan demikian, perusahaan dapat membuat suatu tindakan, kebijakan ataukeputusan yang dilakukan secara tepat untuk mencapai target tersebut.

Anggaran Penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci mengenai penjulan perusahaan selama periode yang akan datang. Yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat penjualannya.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang, dalam menyusun anggaran penjualan terlebih dahulu dibuat peramalan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

menyusun *forecast* penjualan dan anggaran penjualan serta menentukan metode peramalan *(forecasting)* mana yang sesuai untuk diterapkan pada UD. Baru Rasa Kediri.

Dengan semakin pesat perkembangan ekonomi dan tingginya tingkat pertumbuhan dunia usaha akan mengakibatkan juga tingginya tingkat persaingan. Persaingan yang ketat dalam merebut pasar dan konsumen dan persaingan yang terjadi bukan saja dialami oleh perusahaan- perusahaan kecil yang sedang berkembang. Dalam iklim yang demikian ini banyak perusahaan yang mengalami penurunan kemampuan usahannya dan bahkan tidak menutup kemungkinan perusahaan mengalami kebangkrutan.

UD. Baru Rasa Kediri merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak di bidang pengolahan makanan yaitu bawang merah goreng, dari data anggaran penjualan UD. Baru Rasa Kediri maka disusunlah anggaran penjualan berdasarkan data triwulan yang akan datang dan memperkirakan kondisi yang akan datang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Forecasting

Peramalan merupakan suatu rencana untuk menentukan tingkat penjualan dengan menggunakan data historis atau data penjualan di masa lalu (Nugroho, 2021). Pendekatan dalam melakukan peramalan haruslah menggunakan pendekatan kuantitatif, tetapi umumnya menggunakan pendekatan opini atau pendapat *(judgment)*. Pendapat yang digunakan untuk melakukan peramalan adalah pendapat para penjual, kepala bagian pemasaran, kepala cabang, para ahli, konsumen dan manajemen, peramalan semacam ini lebih banyak unsur subjektifitasnya (Sulistiani, 2021).

Menurut (Harahap, 2021), Peramalan *(forecasting)* adalah kegiatan memperkirakan atau memprediksi apa yang akan terjadi di masa yang akan datang dengan waktu yang relatif lama, sedangkan ramalan adalah suatu situasi atau kondisi yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang. Untuk memprediksi hal tersebut diperlukan data yang akurat di masa lalu, sehingga dapat dilihat prospek situasi dan kondisi di masa yang akan datang.

Menurut (Ryan, 2013), Peramalan bertujuan untuk memperkirakan prospek ekonomi dan kegiatan usaha serta pengaruh lingkungan terhadap prospek tersebut, dalam kondisi pasar bebas, permintaan pasar lebih banyak bersifat kompleks dan dinamis karena permintaan tersebut akan tergantung pada keadaan sosial, ekonomi, sosial politik, aspek teknologi, produk pesaing dan produk substitusi.

Berdasarkan pengertian diata, maka dapat disimpulkan bawha peramalan *(forecasting)* merupakan sebuah perkiraan atau memprediksi kejadian dimasa yang akan datang dengan melibatkan data dimasa lalu pada suatu periode waktu tertentu. Oleh karena itu peramalan *(forecasting)* sangat penting untuk dilakukan karena untuk menentukan berapa jumlah produksi yang tepat, jika produksi terlalu banyak mungkin akan mengalami kerugian akibat permintaan yang sedikit, sementara jika jumlah produksi terlalu sedikit dan ternyata permintaan sangat tinggi maka akan kehilangan potensi keuntungan yang besar, dan sangat mungkin akan mengecewakan konsumen.

Anggaran Penjualan

Menurut Munandar (dalam Hasrina et al., 2021) anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas), jumlah (kuantitas) harga barang yang akan dijual, waktu penjualan, serta tempat (daerah) penjualannya. Menurut (Savitri, 2018) berpendapat bahwa anggaran penjualan itu pada

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dasarnya merupakan sebuah rencana anggaran tentang penjualan perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif pada periode tertentu yang biasanya dinyatakan dalam periode tahun".

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan adalah rencana tertulis atau terperinci mengenai kegiatan penjualan perusahaan untuk periode yang akan datang yang menunjukkan total penjualan baik dari kualitas maupun harganya. Anggaran penjualan digunakan digunakan sebagai salah satu alat bantu perusahaan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan perusahaan dalam rangka pencapaian laba optimal yang diinginkan.

3. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa "penelitian deskriptif ini digunakan untuk mengetahui nilai varia mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain", sehingga karena hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk deskriptif untuk menjelaskan variabel-variabel penelitian dengan tidak menganalisis pengaruhnya maka digunakan metode deskriptif dan dengan pendekatan kuantitatif karena data yang didapat, data yang diolah, dan kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini berupa angka.

Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan dalam penelitian ini pada UD. Baru Rasa Kediri yang bertempat di Mulyorejo, Kampung Baru, Kecamatan Kepung Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

Analisis Data

Adapun Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Membandingkan metode *Trend Moment* dengan *Least Square* dan menghitung kesalahan peramalan menggunakan rumus SKF.
2) Menyusun anggaran penjualan
3) Membuat interpretasi data dari hasil penelitian
4) Kesimpulan hasil dan saran

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

Komparatif *Forecast* Penjualan

Tabel 1 Komparatif *Forecast* Penjualan

Bulan	*Trend Moment*	*Least Square*
Juli	1.671 kg	1.671 kg
Agustus	1.761 kg	1.761 kg
September	1.851 kg	1.851 kg

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan kedua metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung *forecast* dan penjualan produk bawang merah goreng pada UD. Baru Rasa Kediri untuk mendukung hasil dari perhitungan SKF. Hasil perhitungan antaran penjualan *forecast* dengan metode *Trend Moment* dan *Least Square* memiliki hasil yang sama, yaitu pada bulan Juli masing masing terjual sebanyak 1.671 kg, dan mengalami

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

kenaikan penjualan pada bulan Agustus sebanyak 1.761 kg, serta pada bulan September juga mengalami kenaikan penjualan sebanyak 1.851 kg.

Dengan membandingkan antara kedua metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung *Forecast* dan penjualan produk bawang merah goreng pada UD. Baru Rasa Kediri memiliki hasil perhitungan yang sama antara metode *Trend Moment* dan *Least Square*, namun dapat dilihat dari cara perhitungannya metode *Least Square* lebih mudah dan sederhana untuk digunakan dalam perhitungan penjualan dibandingkan dengan menggunakan metode *Trend Moment*.

Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF)

Tabel 2 Perhitungan SKF Metode *Trend Moment*

Bulan	Penjualan (X)	Y	X-Y	$X-Y^2$
April	1. 445	1. 401	44	1.936
Mei	1. 405	1. 491	-86	7. 396
Juni	1. 625	1. 581	44	1. 931
				11. 263

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

SKF = $\sqrt{\sum(X - Y^2) : n}$

= $\sqrt{11.263 : 3}$

= $\sqrt{3.754{,}33}$

= 62

Berdasarkan perhitungan SKF diatas dapat dilihat bahwa hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode *trend moment* yaitu sebanyak 62.

Tabel 3 **Perhitungan SKF Metode *Least Square***

Bulan	Penjualan (X)	Y	X-Y	$X-Y^2$
April	1. 445	1. 401	44	1.936
Mei	1. 405	1. 491	-86	7. 396
Juni	1. 625	1. 581	44	1. 931
				11. 263

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

SKF =$\sqrt{\sum(X - Y^2) : n}$

= $\sqrt{11.263 : 3}$

= $\sqrt{3.754{,}33}$

= 62

Berdasarkan perhitungan SKF pada tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode *Least Square* hasil yang diperoleh yaitu sebanyak 62. Untuk perhitungan nilai standar kesalahan *forecasting* (SKF) dengan menggunakan dua metode yaitu metode *Trend Moment* dan *Least Square* memiliki hasil yang sama yaitu 62, namun dapat dilihat dari cara perhitungannya metode *Least Square* lebih baik digunakan pada UD. Baru Rasa Kediri karena metode *Least Square* lebih mudah untuk digunakan dalam perhitungan penjualan dibandingkan dengan menggunakan metode *Trend Moment*.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11 No 9, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Rencana Anggaran Penjualan

Tabel 4 Rencana Anggaran Penjualan UD. Baru Rasa Kediri

Periode (Keterangan)	Penjualan (Kg)	Harga (Kg)	Jumlah
Juli	1. 671	75.000	Rp. 125.325.000
Agustus	1. 761	75.000	Rp. 132.075.000
September	1. 851	75.000	Rp. 138.825.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Dapat dilihat pada tabel di atas, bahwa angka anggaran penjualan bawang merah goreng pada UD. Baru Rasa Kediri dengan harga penjualan Rp. 75.000 per kilogram nya pada bulan Juli terjual sebanyak 1.671 kg dan jika ditotal jumlahnya sebesar Rp. 125.325.000, dan pada bulan Agustus terjual total sebanyak 1.761 kg jika ditotal jumlahnya sebesar Rp. 132.075.000, sedangkan pada bulan September terjual sebanyak 1.851 kg dengan total jumlahnya sebesar Rp. 138.825.000.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa penerapan metode peramalan *(forecasting)* untuk menyusun anggaran penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri sangat berguna untuk mengalokasikan anggaran yang harus disiapkan agar tepat sasaran dan tidak berlebihan dalam memproduksi bawang merah goreng, serta dapat digunakan untuk meminimalisirkan kerugian yang terjadi dikarenakan penumpukan produk bawang merah goreng.

4.2 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang penerapan metode peramalan (*forecasting*) dalam menyusun anggaran penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri dapat disimpulkan bahwa sangat berguna untuk digunakan sebagai acuan dalam mengalokasikan anggaran yang harus disiapkan serta dapat mengantisipasi pengeluaran di masa yang akan datang. UD. Baru Rasa Kediri perlu lebih mempertimbangkan dalam menentukan anggaran penjualan suatu periode, dilihat dari peningkatan setiap bulannya apabila dihitung dengan cara melakukan peramalan *(forecasting)* dalam menyusun anggaran penjualan, dengan cara tersebut dapat memungkinkan anggaran penjualan yang sesuai untuk memperkirakan jumlah pendapatan yang akan dicapai di periode mendatang oleh UD. Baru Rasa Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Septianti & Dahtiah (2021) yang menyatakan hasil penelitian dengan penerapan metode peramalan dalam menyusun anggaran penjualan dan anggaran produksi sebagai dasar penyusunan anggaran biaya produksi pada LAF *Project* sangat berguna karena anggaran penjualan yang telah disusun dapat digunakan dalam menyusun anggaran produksi untuk menetapkan jumlah produksi setiap bulannya, sehingga hasil dari anggaran penjualan dan anggaran produksi dapat dijadikan dasar penyusunan anggaran biaya produksi sebagai alat untuk merencanakan dan mengendalikan biaya produksi, serta dapat memperkirakan laba yang akan diperoleh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tarigan & Nurhayati (2022) yang menyatakan hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan prediksi hasil penjualan pada bulan yang akan datang untuk menyediakan stok barang sesuai peramalan tersebut, atau untuk menambah tenaga kerja atau mengurangi tenaga kerja sesuai dengan prediksi penjualan tersebut. Selain itu hasil peramalan anggaran penjualan ini dapat pula perusahaan gunakan sebagai antisipasi penjualan yang

berupa seperti mempromosikan barang melalui media sosial, meningkatkan kualitas pelayanan, serta membuat strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan penjualan yang diinginkan dari hasil peramalan penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sitohang et al., (2022) yang menyatakan hasil peneliti dapat digunakan sebagai salah satu strategi bagi UMKM PD Parfum untuk menentukan proyeksi atau peramalan penjualan supaya dalam penyusunan anggaran penjualan lebih akurat, lebih proposional dalam pembelian bahan baku dan lebih mudah dalam perencanaan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariyani & Santoso (2022) yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode peramalan tersebut dapat memudahkan perusahaan dalam menentukan penjualan yang akan datang disertai dengan jumlah produksi yang akan diproduksi sehingga dapat menjadi pengambilan keputusan bagi pimpinan untuk menentukan anggaran yang akan datang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariani (2019) yang menyatakan hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan dan lebih ditingkatkan dimasa yang akan datang dan dapat menghasilkan suatu informasi yang memudahkan pemilik usaha mengambil keputusan berdasarkan hasil dari penyusunan yang ada.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1) Hasil perhitungan anggaran penjualan bawang merah goreng dengan menggunakan metode *Trend Moment* pada bulan Juli 1.671 kg, pada bulan Agustus sebesar 1.761 kg, dan pada bulan September sebesar 1.851 kg. Sedangkan menggunakan metode *Least Square* pada bulan Juli sebesar 1.671 kg, bulan Agustus sebesar 1.761 Kg, dan pada bulan September sebesar 1.851 kg. Berdasarkan dua metode yang digunakan dapat dilihat bahwa hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Trend Moment* dan *Least Square* memiliki hasil perhitungan yang sama. namun dapat dilihat dari cara perhitungannya metode *Least Square* lebih mudah digunakan, karena metode *Least Square* lebih sederhana untuk diterapkan dalam perhitungan penjualan dibandingkan dengan menggunakan metode *Trend Moment*.
2) Hasil perhitungan SKF produk bawang merah goreng dengan menggunakan metode *Trend Moment* nilai SKF 62 sedangkan untuk metode *Least Square* juga 62. Berdasarkan hasil perhitungan nilai standar kesalahan *forecasting* (SKF) dapat dilihat bahwa kedua metode yang digunakan memiliki hasil perhitungan yang sama, namun dapat dilihat dari cara perhitungannya metode *Least Square* lebih baik digunakan pada UD. Baru Rasa Kediri karena metode *Least Square* lebih sederhana untuk diterapkan dalam perhitungan penjualan dibandingkan dengan menggunakan metode *Trend Moment*.
3) Anggaran penjualan produk bawang merah goreng pada UD. Baru Rasa Kediri untuk bulan Juli adalah Rp. 125.325.000, untuk bulan Agustus mengalami kenaikan penjualan adalah Rp. 132.075.000, dan untuk bulan September juga mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp 138.825.000, dapat disimpulkan bahwa setipa bulannya mengalami kenaikan maka dari itu berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa penerapan metode peramalan *(forecasting)* untuk menyusun anggaran penjualan pada UD. Baru Rasa Kediri sangat berguna untuk mengalokasikan anggaran

yang harus disiapkan agar tepat sasaran dan tidak berlebihan dalam memproduksi bawang merah goreng untuk meminimalisirkan kerugian yang terjadi dikarenakan penumpukan produk bawang merah goreng.

Saran

1) Saran yang dapat peneliti berikan untuk masukan kepada UD. Baru Rasa Kediri agar dalam memperkirakan penjualan produk, hendaknya merencanakan dengan perhitungan anggaran penjualan secara terperinci dengan menggunakan metode *forecasting* agar dapat menentukan berapa banyak anggaran yang perlu disiapkan.
2) Perusahaan hendaknya meningkatkan tingkat koordinasi tiap bagian agar dapat mempertimbangkan dan meningkatkan anggaran penjualan yang lebih baik, seperti membutuhkan bagian pemasaran agar tahu tingkat perekonomian dipasaran yang terjadi.
3) Dapat dilihat dari cara perhitungannya kedua metode yang digunakan oleh peniliti memiliki hasil yang sama, namun metode *Least Square* lebih mudah digunakan karena metode *Least Square* lebih sederhana untuk diterapkan dalam perhitungan penjualan dibandingkan dengan menggunakan metode *Trend Moment*.
4) Diharapkan juga untuk UD. Baru Rasa Kediri setelah melihat kenaikan penjualan dengan menggunakan metode peramalan *(Forecasting)* itu sendiri peneliti memberikan saran untuk dibulan tertentu seperti bulan syawal, hari raya idul fitri dan hari raya idul adha serta bulan-bulan lainnya yang berpotensi memungkinkan penjualan produk bawang merah goreng mengalami peningkatan hendaknya lebih meningkatkan lagi stok atau persediaan produk bawang merah goreng.

6. DAFTAR PUSTAKA

Ariani, F. (2019). Penerapan Anggaran Penjualan dalam Memperkirakan Pendapatan pada Usaha Warung Cemilan di Kota Bukittinggi. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, *1*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.37195/JTEBR.V1I1.11

Ariyani, & Santoso. (2022). Analisis Penggunaan Metode Sales Forcast Untuk Menentukan Anggaran Produksi Pada PT Sinar Pematang Mulia 1. *Teknologiterkini*, *2*(4), 1–14.

Harahap, S. R. (2021). *Peramalan Jumlah Penduduk Kota Medan pada Tahun 2021 dan 2022 dengan Metode Double Exponential Smoothing Brown* [Universitas Sumatera Utara]. http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/36585

Hasrina, Y., Marthalia, D., & Wardani, A. T. (2021). Penerapan Metode Forecast dalam Menyusun Anggaran Penjualan pada PD. Cakrawala Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Terminal Informasi Ilmiah*, *10*, 40–52.

Savitri, E. (2018). *Penganggaran Perusahaan II*. Yogyakarta: Pustaka Sahila Yogyakarta.

Septianti, R. P., & Dahtiah, N. (2021). Penerapan Metode Peramalan dalam Menyusun anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi pada LAF Project Application of Forecasting Method in Sales Budget Development and Budget Production as Basis of Production. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, *01*(03), 490–503. https://doi.org/https://doi.org/10.35313/ialj.v1i3.3166

Sitohang, P., Mulyani, & Siahaan, D. (2022). Penerapan Analisis Tren Time Series Moment dalam Penentuan Anggaran Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM PD Parfume. *Jurnal Senashtek*, 706–716.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke).



Alfabeta.

Tarigan, V. B., & Nurhayati. (2022). Penerapan Anggaran Penjualan dalam Memperkirakan Penjualan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *3*(3). https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2394