

**PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN PADA UKM
SABRINA DI DESA MUKTISARI KECAMATAN KEBUMEN**

INDRI KURNIA PRASNTANTI

STIE Putra BangsaKebumen
Indrikurnia1197@gmail.com

Abstract: *This study aims to identify and determine the preparation of the sales budget with the most appropriate forecasting method for product of UKM Roti Sabrina. Data collection methods in this study are observation and interview. The data used is derived from sales data in March-July 2018. The data analysis technique used is quantitative analysis using the least square method. The results of the calculation of the bread sales forecast using the least square method, show that UKM Roti Sabrina has increased its product selling. In addition, UKM Roti Sabrina must do the budget using the method that the researcher have suggested, that is the least square method. This method is closer to the data processed by UKM Sabrina, Muktisari, Kebumen*

Keywords: *budget, sales budget, trend least square method.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan perusahaan semakin meningkat dengan adanya aktivitas perusahaan yang dijalankan, baik perusahaan berskala besar ataupun skala Usaha Kecil Menengah (UKM). Dengan meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan UKM maka pengelola dituntut untuk memiliki kemampuan dan kecakapan dalam mengaturnya, termasuk kemampuan dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi.

Dalam menghadapi para pesaing dan mempertahankan UKM, maka diperlukan manajemen yang baik dalam pelaksanaan seluruh kegiatan perusahaan salah satunya dibidang perencanaan dan pengawasan. Perusahaan melakukan perencanaan seperti perencanaan terhadap penjualan atau yang disebut juga anggaran penjualan. Anggaran penjualan ini sangat penting bagi manajemen dalam menetapkan kebijakan terhadap penjualan dan mengarahkan keegiatan-kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan UKM.

Tujuan UKM adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan sebagai sumber pembiyaan. Agar kegiatan dapat berjalan dengan baik, perlu dilakukan perencanaan dan pengendalian. Untuk menjalankan rencana tersebut diperlukan alat manajemen yaitu anggaran.

“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

dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa” (Nafarin, 2007:11)

Perusahaan ini belum pernah membuat anggaran penjualan, untuk menentukan target penjualan hanya menafsir berdasarkan laba yang diperoleh, yaitu 50% balik modal dari modal awal. Perusahaan yang masih berskala UKM menerapkan penyusunan anggaran penjualan dengan melihat omset atau laba yang diperoleh. Dengan data yang sudah ada, diolah dalam bentuk pembukuan untuk mendapatkan perolehan hasil, dari hasil tersebut dapat mengetahui kinerja perusahaan apakah dalam keadaan laba atau tidak.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk memilih dan menulis tentang penyusunan anggaran penjualan. Untuk itu, penulis mengambil judul **“Penyusunan Anggaran Penjualan pada Roti Sabrina di Desa Muktisari”**

RumusanMasalah

- a. Bagaimana perhitungan anggaran penjualan menggunakan metode *Least Square* pada roti coklat?
- b. Bagaimana perhitungan anggaran penjualan menggunakan metode *Least Square* pada roti keju?
- c. Bagaimana perhitungan anggaran penjualan menggunakan metode *Least Square* pada roti abon?

BatasanMasalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar tidak menyimpang dari judul yang telah ditentukan, antara lain:

- a. Sampel roti yang diambil yaitu roti rasa coklat, keju, dan abon.
- b. Penelitian ini meramalkan produksi roti untuk periode 2018-2020 dengan metode *least square*.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyusunan anggaran penjualan pada perusahaan pembuatan roti dengan menggunakan metode *least square*

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang penyusunan anggaran pada penelitian sejenis yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini bisa di jadikan bahan masukan dan pertimbangan dalam menyusun anggaran penjualan.
- b. Bagi Penulis, dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang penyusunan anggaran penjualan, serta bisa langsung mengaplikasikan teori yang diperoleh pada saat perkuliahan.
- c. Bagi Akademis, diharapkan dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan tentang anggaran penjualan, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menjadikan dasar penelitian selanjutnya.
- d. Bagi Pembaca, pembaca dapat memperluas pengetahuan tentang anggaran penjualan dan dapat digunakan sebagai referensi dan memberikan solusi apabila pembaca menemukan permasalahan yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Anggaran

Anggaran atau yang lebih dikenal dengan nama *budget* merupakan suatu sistem yang cukup memadai sebagai alat perencanaan dan pengendalian dari seluruh aktivitas perusahaan. Dengan menggunakan anggaran, perusahaan akan menyusun perencanaan dengan baik sehingga pengendalian yang dilakukan bisa memadai. Anggaran mempunyai pengertian yang sangat beraneka ragam, namun bila diamati masing-masing definisi memiliki pengertian yang hampir sama.

Menurut Nafarin (2007:11): “anggaran adalah suatu rencana kuantitatif (satuan jumlah) periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan. Anggaran (*budget*) merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa. Anggaran merupakan alat manajemen dalam mencapai tujuan”

Menurut Adisaputro dan Marwan Asri (2008: 6) “*Business budget* adalah suatu pendekatan yang formal dan sistematis daripada pelaksanaan tanggung jawab manajemen di dalam perencanaan, koordinasi dan pengawasan”. Sedangkan Menurut Sunyoto (2012: 3) “anggaran (*budget*) adalah salah satu perencanaan yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam satuan unit moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang” Dari pengertian diatas dapat

disimpulkan bahwa anggaran adalah suatu perencanaan yang disusun secara sistematis, yang dapat dinyatakan baik dalam satuan barang/jasa dan berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang.

pembayaransejumlahbagihasil daripendapatanataulabadarikegiatan yang dibiayaiataupenggunaandanapembiayaantersebut.

Unsur-unsur Anggaran

Menurut Gitosudarmo dan Mohamad (2003:3-4), unsur-unsur anggaran adalah sebagai berikut :

a. Rencana

Merupakan suatu penentuan terlebih dahulu tentang aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan pada waktu yang akan datang. Anggaran merupakan suatu rencana yang mempunyai spesifikasi-spesifikasi khusus misalnya, disusun secara sistematis, mencakup seluruh kegiatan perusahaan dan dinyatakan dalam unit moneter.

Sehingga jelas bahwa anggaran merupakan salah satu bagian dari rencana program perusahaan, karena ada beberapa kegiatan yang bukan termasuk rencana perusahaan misalnya, rencana tentang penggunaan lembaga saluran-saluran distribusi yang akan datang (agen, pedagang besar, pedagang kecil), rencana tentang media-media promosi lainnya.

Beberapa alasan yang mendorong perusahaan untuk menyusun rencana untuk menghadapi waktu yang akan datang, antara lain :

1. Waktu yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian, sehingga perusahaan harus dapat mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang.
2. Waktu yang akan datang penuh dengan berbagai alternatif pilihan, sehingga perusahaan harus mampu memprediksi alternatif yang dapat dipilih.
3. Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai pedoman kerja di waktu yang akan datang.
4. Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat pengkoordinasian kegiatan-kegiatan dari seluruh bagian-bagian yang ada dalam perusahaan.

5. Rencana diperlukan oleh perusahaan sebagai alat pengawasan terhadap pelaksanaan (realisasi) dari rencana tersebut diwaktu yang akan datang.

b. Meliputi Seluruh Kegiatan Perusahaan

Anggaran mencakup semua kegiatan yang akan dilakukan oleh semua bagian yang ada di dalam perusahaan. Secara garis besar kegiatan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi lima, yaitu kegiatan pemasaran, produksi, pembelanjaan, administrasi serta kegiatan yang berhubungan dengan masalah-masalah personalia. Mengingat bahwa anggaran adalah suatu rencana yang nantinya akan dijadikan sebagai pedoman kerja sebagai alat pengkoordinasian dan alat pengawasan kerja, maka anggaran harus mencakup seluruh kegiatan perusahaan.

c. Dinyatakan dalam satuan moneter.

Anggaran dinyatakan dalam satuan moneter sehingga dapat diterapkan pada berbagai kegiatan yang beraneka ragam. Satuan moneter yang berlaku di Indonesia adalah rupiah. Sebelum dinyatakan dalam satuan rupiah, setiap aktivitas yang ada diukur dengan satuan sendiri-sendiri.

Pembelian material diukur dengan satuan Kilogram (Kg), perencanaan tenaga kerja diukur dengan Jam Kerja Langsung (JKL), pemeliharaan mesin diukur dengan Jam Kerja Mesin (JKM) dan lain lain. Dengan satuan moneter dapat diseragamkan semua kesatuan yang berbeda tersebut, sehingga memungkinkan untuk dijumlahkan, diperbandingkan serta dianalisis lebih lanjut.

d. Jangka waktu tertentu yang akan datang

Hal ini menunjukkan bahwa anggaran disusun dan berlaku untuk periode yang akan datang. Periode anggaran yang lazim digunakan antara lain :

1. Anggaran strategik ialah anggaran yang berlaku untuk jangka panjang, yaitu jangka waktu yang melebihi satu periode akuntansi (melebihi satu tahun)
2. Anggaran taktis ialah anggaran yang berlaku untuk jangka waktu pendek, yaitu satu periode akuntansi atau kurang. Anggaran yang disusun untuk satu periode akuntansi (satu penuh) dinamakan anggaran periodik, sedangkan anggaran yang disusun untuk jangka waktu kurang dari satu periode akuntansi (misalnya hanya untuk jangka waktu tiga bulan dan sebagainya) dinamakan anggaran bertahap.

Keunggulan Anggaran

Keunggulan yang dapat diperoleh bila perusahaan menerapkan penyusunan anggaran menurut Sunyoto (2012: 23) antara lain:

1. Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu dapat diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
2. Dalam penyusunan anggaran, diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang dilakukan.
3. Anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga dapat dijadikan patokan untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
4. Anggaran memerlukan adanya dukungan organisasi yang baik sehingga setiap manajer mengetahui kekuasaan, kewenangan dan kewajibanya.

Kelemahan Anggaran

Selain mempunyai beberapa manfaat, anggaran juga mempunyai beberapa kelemahan, menurut Sunyoto (2012: 23) antara lain:

- a. Dalam penyusunan anggaran, penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan sebenarnya.
- b. Seringkali keadaan yang digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran mengalami perkembangan yang jauh berbeda dari pada direncanakan.
- c. Karena anggaran melibatkan banyak pihak, maka secara potensial dapat menimbulkan persoalan-persoalan hubungan kerja (*human relation*) yang dapat menghambat proses pelaksanaan anggaran.
- d. Anggaran tidak dapat terlepas dari penilaian subjektif pembuat kebijakan (*decison maker*) terutama pada saat data dan informasi tidak lengkap atau cukup.

Anggaran Penjualan

Keberhasilan sebuah perusahaan bergantung pada keberhasilan bagian penjualan dalam meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai perusahaan mencari laba secara maksimal. Kesalahan dalam menyusun anggaran penjualan akan mengakibatkan kesalahan pada anggaran yang lain, sehingga anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya.

Menurut Adisaputro & Asri (2007:121) “anggaran penjualan merupakan dasar diberlakukannya aktifitas-aktifitas yang lain, dan pada umumnya anggaran penjualan disusun paling dahulu dari anggaran lainnya”

Menurut Nafarin (2007: 167) “anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Oleh karena itu anggaran penjualan disebut *anggaran kunci* .

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi anggaran penjualan menurut Nafarin (2009:168) antara lain sebagai berikut:

1. faktor pemasaran yang perlu dipertimbangkan seperti:
 - a. Luas Pasar, apakah bersifat lokal, regional, nasional, atau internasional
 - b. Keadaan persaingan, apakah bersifat monopoli, oligopoli, atau bebas.
 - c. Keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen, tingkat daya beli konsumen, apakah konsumen akhir atau konsumen industri.
2. Faktor keuangan (modal kerja) yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain mengenai kemampuan modal kerja mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan, seperti untuk membeli bahan baku, membayar upah, biaya promosi produk, dan lain lain.
3. Faktor ekonomis yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain dengan meningkatnya penjualan berarti meningkatkan laba (rentabilitas), atau sebaliknya.
4. Faktor teknis yang perlu diperhatikan antara lain:
 - a. Kapasitas terpasang, seperti apakah mesin dan alat mampu memenuhi target jualan yang dianggarkan.
 - b. Apakah bahan baku dan tenaga kerja mudah dan murah.
5. Faktor kebijakan perusahaan seperti kebijakan membuat produk dengan kualitas nomor satu, sehingga kesempatan untuk menjual produk nomor dua dan nomor tiga menjadi tertutup.

6. Faktor perkembangan penduduk juga memengaruhi anggaran, misalnya peningkatan kelahiran dapat meningkatkan konsumsi susu, pakaian, mainan, dan lain-lain
7. Faktor kondisi politik, sosial, budaya pertahanan, keamanan juga memengaruhi penjualan. Misalnya dalam keadaan perang (tidak aman) akan menghambat barang yang akan dijual karena harus melalui pemeriksaan yang ketat, akan dirampas dan mengalami kecelakaan perang.
8. Faktor lain yang perlu diperhatikan seperti apakah pada musim tertentu anggaran penjualan ditambah atau sampai berapa lama anggaran yang disusun masih dapat dipertahankan.

Forecast Penjualan

Menurut Wijaya dalam Kurniawati (2009:25) menyatakan bahwa *forecast* adalah menentukan ramalan mengenai sesuatu dimasa yang akan datang. Sesuatu yang akan datang perlu diramalkan dan diperkirakan karena waktu yang akan datang penuh resiko yang tak terduga. Realisasi sesuatu hampir tidak pernah sama dengan apa yang diperkirakan, tetapi memperkirakan sesuatu harus dilaksanakan demi perencanaan yang lebih luas.

Ramalan (*forecasting*) adalah aktivitas meramalkan suatu kejadian yang mungkin terjadi di masa mendatang dengan cara mengkaji data yang ada. Jualan (*sales*) artinya hasil proses menjual atau yang dijual atau hasil penjualan. Penjualan (*selling*) artinya proses menjual. Menjual (*sale*) artinya menyerahkan sesuatu kepada pembeli dengan harga tertentu. Ramalan jualan berarti proses meramalkan produk yang dijual dari perusahaan tertentu pada saat tertentu.

Ramalan jualan berarti proses meramalkan produk yang dijual dari perusahaan tertentu dan pada saat tertentu. Ramalan penjualan merupakan faktor penting dalam perencanaan perusahaan karena ramalan penjualan menentukan anggaran produk, anggaran biaya pabrik, anggaran beban usaha, anggaran kas, anggaran laba rugi, dan anggaran neraca.

Ada perbedaan karakteristik anggaran dengan *forecast* yang dikemukakan oleh Supriyono (2000:4) sebagai berikut:

1. Dinyatakan dalam ukuran moneter

2. Umumnya berjangka waktu satu tahun.
 3. Berisi kesanggupan atau komitmen manajemen untuk mencapainya.
 4. Ditelaah dan disetujui oleh pengusaha yang lebih tinggi dari penyusun usulan anggaran.
 5. Setelah disahkan tidak dapat diubah kecuali pada kondisi khusus.
 6. Secara periodik, realisasi dibandingkan dengan anggaranya dan penyimpanganya dianalisis dan dijelaskan.
- a. Penerapan Garis Tren dengan Menggunakan Setengah Rata-rata
- Pada metode setengah rata-rata ini sudah mulai menggunakan perhitungan-perhitungan

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

a = rata-rata kelompok 1

$$b = \frac{(X \text{ kelompok II}) - (X \text{ kelompok I})}{n}$$

n = jumlah tahun dalam kelompok II dan I

X = jumlah tahun dihitung dari periode dasar.

b. Penerapan Garis Tren Secara Matematis

Ada dua teknik metode matematis yang menggambarkan garis Tren yaitu:

Metode Moment dan *Metode Least Square*

1. Metode Moment

Ramalan jualan menggunakan metode moment dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

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

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

Y = Jumlah total penjualan.

X = Waktu pada setiap periode bulan.

a = Nilai Y apabila harganya konstan.

b = Nilai peningkatan atau penurunan.

n = Jumlah data.

2. Metode *Least Square*

Metode ini merupakan penyederhanaan dari metode moment. *Metode least square* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

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

Y = Jumlah total penjualan.

X = Waktu pada setiap periode bulan.

a = Nilai Y apabila harganya konstan.

b = Nilai peningkatan atau penurunan.

n = Jumlah data.

Objek Penelitian

Untuk mengetahui data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, maka dibutuhkan objek penelitian. Dalam hal ini objek penelitian dilaksanakan di UKM Sabrina yang bertempat di Desa Muktisari RT 01 RW 02 Kebumen dengan menggunakan 3 sampel jenis roti yaitu roti rasa coklat, keju, dan abon.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penelitian Kepustakaan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan bahan-bahan kepustakaan dan literatur-literatur yang ada kaitannya dengan penulisan Laporan Tugas Akhir

b. Penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan teknik

1. Observasi

Yaitu teknik penelitian yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung dalam UKM ROTI SABRINA.

2. Wawancara

Yaitu teknik penelitian yang dilakukan dengan mengadakan wawancara atau tanya jawab dengan pihak yang terkait dan dapat mendukung keakuratan data.

3. Metode Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan mengadakan pencatatan data.

Jenis Data dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah:

a. Data Primer

Yaitu data yang diterima langsung dari lokasi penelitian, yang berhubungan dengan masalah pokok bahasan yang akan diteliti serta data atau informasi tentang gambaran umum UKM ROTI SABRINA.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi tertulis mengenai situasi dan kondisi perusahaan berdasarkan dokumen-dokumen serta mengenai arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan secara keseluruhan maka tahap selanjutnya adalah tahap analisa. Untuk menganalisa data yang ada pada penulisan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan analisa dan kuantitatif yaitu Analisa *Tren Least Square*.

Analisa ini digunakan untuk memprediksi anggaran penjualan untuk tahun atau periode yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode *Tren Least Square* dengan persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

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

Keterangan:

Y =Total jumlah penjualan roti.

X= Waktu pada setiap periode bulan.

a =Nilai Y apabila harganya konstan.

b =Nilai peningkatan atau penurunan.

n =Jumlah data.

Gambaran Umum Perusahaan

UKM Sabrina merupakan Usaha Kecil Menengah yang bergerak dalam bidang pembuatan roti basah dengan berbagai varian rasa, seperti rasa coklat, coklat kacang, keju, abon, nanas, dan strawberry. Selain memproduksi roti basah, UKM ini melayani pembuatan kue ulangtahun, catering pernikahan dan acara besar lainnya. Lokasi pabrik berada di Desa Muktisari, RT 01 RW 02, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Berdiri sejak awal tahun 2012, hingga saat ini dan masih dikelola sendiri oleh Bapak Ariyanto dengan dibantu oleh 18 karyawan.

Bapak Ariyanto mengawali usaha sebagai kuli di pabrik roti milik Saudara nya yang berada di daerah Kebumen. Selama bekerja disana, Bapak Ariyanto mempelajari ilmu tentang menjalankan usaha Roti tersebut. UKM Sabrina sendiri merupakan perusahaan yang berbasis manajemen keluarga, yang pada awalnya berdiri hanya dikerjakan oleh kaka kandung Bapak Ariyanto beserta istrinya, dan mengalami masa keemasan pada tahun 2010, setelah itu Bapak Ariyanto memutuskan untuk membuka cabang roti dengan merek berbeda, yaitu ROTI SABRINA. Dengan modal ketrampilan dan ketelitian maka terciptalah usaha ini dengan modal awal Rp 40.000.000.

UKM Sabrina telah memproduksi dari tahun 2012, dengan awal penjualan dari 4000 roti dan meningkat sampai sekarang 6000 per-harinya. Usaha ini pada awalnya hanya memproduksi roti rasa coklat, dan keju dengan berat 50gram.. Dengan banyaknya permintaan pasar dan pesaing UKM Sabrina menambah

varian rasa produk yaitu abon, strawberry, nanas. Bahan baku dari produk roti ini yaitu tepung, gula, telur, susu, margarine, kombinasi rasa.

Dalam menjalankan usaha yang dimiliki, Bapak Ariyanto selalu menjaga keunggulan dari produk yang dimilikinya dengan mempertahankan resep asli dari awal produksi dan menjaga kualitas serta rasa yang ditawarkan mampu memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan produk dari para pesaingnya. Selain itu, harga yang ditawarkan merupakan harga yang terjangkau sehingga menambah satu keunggulan dari produk UKM Sabrina.

Pembahasan

UKM Sabrina belum membuat anggaran perusahaan sehingga, data penjualan tahun 2012-2017 digunakan untuk membuat anggaran penjualan tahun 2018-2020 dan membandingkan dengan realisasi penjualan di tahun sebelumnya. Dari data penjualan tersebut di buat peramalan terlebih dahulu dengan menggunakan Metode *Least Square*.

Data Penjualan

Data penjualan roti pada UKM Sabrina pada bulan Januari sampai dengan Desember adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1 Data Penjualan Roti Coklat

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	37.200
April	36.000
Mei	46.500
Juni	46.500
Juli	46.500

Sumber: data penjualan dari UKM Sabrina

Tabel IV.2 Data penjualan Roti Keju

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	31.000
April	30.000
Mei	46.500
Juni	46.500
Juli	46.500

Sumber: data penjualan dari UKM Sabrina

Tabel IV.3 Data Penjualan Roti Abon

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	29.450
April	28.500
Mei	46.500
Juni	46.500
Juli	46.500

Sumber: data penjualan dari UKM Sabrina

Tabel IV.4 Data Penjualan Roti Nanas

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	28.675
April	27.750
Mei	23.250
Juni	23.250
Juli	23.250

Sumber: data penjualan dari UKM Sabrina

Tabel IV.5 Data Penjualan Roti Nanas

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	28.675
April	27.750
Mei	23.250
Juni	23.250
Juli	23.250

Sumber: data penjualan dari UKM Sabrina

Tabel IV.6 Data Penjualan Roti Strawberry

Tahun (x)	Volume (pcs) (Y)
Maret	28.675
April	27.750
Mei	23.250
Juni	23.250
Juli	23.250

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa data penjualan berfluktuasi dari bulan Maret sampai dengan Juli. Perhitungan diatas diambil dari data langsung UKM Sabrina, yang telah memproduksi mencapai ribuan roti per hari,

sehingga dari angka perolehan tersebut diolah menjadi per-bulan dan dijadikan sebagai sampel data untuk penelitian ini. Penjualan paling tinggi terjadi pada roti Coklat, keju dan abon disetiap produk roti dan penjualan paling rendah terjadi pada roti rasa nanas dan strawbery. Fluktuasi penjualan di UKM Sabrina disebabkan oleh beberapa faktor yaitu munculnya *competitor* serta tingkat konsumtif masyarakat.

4.2.2 Perhitungan Ramalan Penjualan

Metode yang digunakan dalam membuat ramalan penjualan pada kasus ini adalah analisa secara matematis yaitu dengan menggunakan metode *tren least square*

a. Metode *Tren Least Square*

Tabel IV.4

Perhitungan Ramalan Penjualan Roti Coklatdengan Menggunakan Metode *Least Square*

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	X ²	XY
Maret	37.200	-2	4	-74.400
April	36.000	-1	1	-36.000
Mei	46.500	0	0	0
Juni	46.500	1	1	46.500
Juli	46.500	2	4	93.000
Σn= 5	212.700	0	10	29.100

Sumber: data yang diolah

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

sehingga :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{212.700}{5} = 42.540$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum x^2} = \frac{29.100}{10} = 2.910$$

persamaan *Tren* $Y = a + bX$

$$Y = 42.540 + 2.910 X$$

maka hasil peramalan penjualan coklat dengan menggunakan metode *Tren Least Square* adalah:

$$Y_{\text{Agustus}} = 42.540 + 2.910 (3) = 51.270$$

$$Y_{\text{September}} = 42.540 + 2.910 (4) = 54.180$$

$$Y_{\text{Oktober}} = 42.540 + 2.910 (5) = 57.090$$

$$Y_{\text{November}} = 42.540 + 2.910 (6) = 60.000$$

$$Y_{\text{Desember}} = 42.540 + 2.910 (7) = 62.910$$

Tabel IV.5

Perhitungan Ramalan Penjualan Roti Keju dengan Menggunakan Metode *Least Square*

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	x^2	XY
Maret	31.000	-2	4	-62.000
April	30.000	-1	1	-30.000
Mei	46.500	0	0	0
Juni	46.500	1	1	46.500
Juli	46.500	2	4	93.000
$\sum n = 5$	200.500	0	10	47.500

Sumber: data yang diolah

Metode ini menggunakan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

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

sehingga :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{200.500}{5} = 40.100 \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{47.500}{10} = 4.750$$

sehingga :

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = a + bX$$

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = 40.100 + 4.750 X$$

maka hasil peramalan penjualan Roti Keju dengan menggunakan metode *Tren Least Square* adalah:

$$Y_{\text{Agustus}} = 40.100 + 4.750 (3) = 54.350$$

$$Y_{\text{September}} = 40.100 + 4.750 (4) = 59.100$$

$$Y_{\text{Oktober}} = 40.100 + 4.750 (5) = 63.850$$

$$Y_{\text{November}} = 40.100 + 4.750 (6) = 68.600$$

$$Y_{\text{Desember}} = 40.100 + 4.750 (7) = 73.350$$

Tabel IV.6

Perhitungan Ramalan Penjualan Roti Abon dengan Menggunakan Metode

Least Square

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	x^2	XY
2013	29.450	-2	4	-58.900
2014	28.500	-1	1	-28.500
2015	46.500	0	0	0
2016	46.500	1	1	46.500
2017	46.500	2	4	93.000
$\sum n = 5$	197.450	0	10	52.100

Sumber: data yang diolah

Metode ini menggunakan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

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

sehingga :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{197.450}{5} = 39.490$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{52.100}{10} = 5.210$$

sehingga :

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = a + bX$$

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = 39.490 + 5.210 X$$

maka hasil peramalan penjualan Roti abon untuk tahun 2018-2020 dengan menggunakan metode *Tren Least Square* adalah:

$$Y_{\text{Agustus}} = 39.490 + 5.210 (3) = 55.120$$

$$Y_{\text{September}} = 39.490 + 5.210 (4) = 60.330$$

$$Y_{\text{Oktober}} = 39.490 + 5.210 (5) = 65.540$$

$$Y_{\text{November}} = 39.490 + 5.210 (6) = 70.750$$

$$Y_{\text{Desember}} = 39.490 + 5.210 (7) = 75.960$$

Tabel IV.7

Perhitungan Ramalan Penjualan Roti Strawberry dengan Menggunakan Metode
Least Square

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	x^2	XY
Maret	28.675	-2	4	-57.350
April	27.750	-1	1	-27.750
Mei	23.250	0	0	0
Juni	30.100	1	1	30.100
Juli	35.400	2	4	70.800
$\sum n = 5$	145.175	0	10	15.800

Sumber: data yang diolah

Metode ini menggunakan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

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

sehingga :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{145.175}{5} = 29.035$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{15.800}{10} = 1.580$$

sehingga :

$$\text{persamaan } \text{Tren} Y = a + bX$$

$$\text{persamaan } \text{Tren } Y = 29.035 + 1.580 X$$

maka hasil peramalan penjualan Roti Strawberry dengan menggunakan metode
Tren Least Square adalah:

$$Y_{\text{Agustus}} = 29.035 + 1.580 (3) = 33.775$$

$$Y_{\text{September}} = 29.035 + 1.580 (4) = 35.355$$

$$Y_{\text{Oktober}} = 29.035 + 1.580 (5) = 36.935$$

$$Y_{\text{November}} = 29.035 + 1.580 (6) = 38.515$$

$$Y_{\text{Desember}} = 29.035 + 1.580 (7) = 40.095$$

Tabel IV.8
Perhitungan Ramalan Penjualan Roti Nanas dengan Menggunakan Metode
Least Square

Tahun (n)	Penjualan (Y)	X	x^2	XY
Maret	28.675	-2	4	-57.350
April	27.750	-1	1	-27.750
Mei	23.250	0	0	0
Juni	23.250	1	1	23.250
Juli	23.250	2	4	46.500
$\Sigma n = 5$	126.175	0	10	15.350

Sumber: data yang diolah

Metode ini menggunakan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

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

sehingga :

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{126.175}{5} = 25.235$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{15.350}{10} = 1.535$$

sehingga :

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = a + bX$$

$$\text{persamaan } \textit{Tren} Y = 25.235 + 1.535 X$$

maka hasil peramalan penjualan Roti Nanas dengan menggunakan metode *Tren Least Square* adalah:

$$Y_{\text{Agustus}} = 25.235 + 1.535 (3) = 29.840$$

$$Y_{\text{September}} = 25.235 + 1.535 (4) = 31.375$$

$$Y_{\text{Oktober}} = 25.235 + 1.535 (5) = 32.910$$

$$Y_{\text{November}} = 25.235 + 1.535 (6) = 34.445$$

$$Y_{\text{Desember}} = 25.235 + 1.535 (7) = 35.980$$

\

Tabel IV.9

Harga Penjualan Roti Coklat, Keju Dan Abon, Nanas dan Strawberry

Tahun	Harga (Rp)
Maret	2.000
April	2.000
Mei	2.000
Juni	2.000
Juli	2.000

Sumber: data yang diolah

*Harga roti di UKM Sabrina tidak mengalami kenaikan pada setiap bulanya, karena faktor harga bahan baku yang tidak melambung tinggi.

Tabel IV.10 Anggaran Penjualan Roti Coklat

Bulan	Unit (pcs)	Harga (Rp)	Total
Agustus	51.270	2.000	102.540.000
September	54.180	2.000	108.360.000
Oktober	57.090	2.000	114.180.000
November	60.000	2.000	120.000.000
Desember	62.910	2.000	125.820.000

Tabel IV.11 Anggaran Penjualan Roti Keju

Bulan	Unit (pcs)	Harga (Rp)	Total
Agustus	54.350	2.000	108.700.000
September	59.100	2.000	118.200.000
Oktober	63.850	2.000	127.700.000
November	68.600	2.000	137.200.000
Desember	73.350	2.000	146.700.000

Tabel IV.12 Anggaran Penjualan Roti Abon

Bulan	Unit (pcs)	Harga (Rp)	Total
Agustus	55.120	2.000	110.240.000
September	60.330	2.000	120.660.000
Oktober	65.540	2.000	131.080.000
November	70.750	2.000	141.500.000
Desember	75.960	2.000	151.920.000

Tabel IV.13 Anggaran Penjualan Roti Strawberry

Bulan	Unit (pcs)	Harga (Rp)	Total
Agustus	33.775	2.000	67.550.000
September	35.355	2.000	70.710.000
Oktober	36.935	2.000	73.870.000
November	38.515	2.000	77.030.000
Desember	40.095	2.000	80.190.000

Tabel IV.14 Anggaran Penjualan Roti Nanas

Bulan	Unit (pcs)	Harga (Rp)	Total
Agustus	29.840	2.000	59.680.000
September	31.375	2.000	62.750.000
Oktober	32.910	2.000	65. 820.000
November	34.445	2.000	68.890.000
Desember	35.980	2.000	71.960.000

Kesimpulan

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan pada UKM Sabrina untuk produk Roti coklat, Roti Keju, dan Roti Abon mengalami kenaikan pada setiap tahunnya dengan menggunakan cara perhitungan *least square*. Adapun nilai yang diperoleh yaitu sebagai berikut, pada roti roti coklat untuk tahun 2018

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, adapun saran-saran penulis sebagai berikut:

- a. Karena UKM Sabrina menggunakan perhitungan perkiraan atau peramalan maka lebih baik dibuat anggaran penjualan dengan perhitungan akuntansi agar lebih jelas dan mudah diidentifikasi keuanganya.
- b. Perhitungan Ramalan Penjualan bisa menentukan harga dan unit yang dapat diidentifikasi secara signifikan untuk masa yang akan datang.
- c. Dengan menerapkan metode yang sesuai dengan situasi perusahaan, pemimpin perusahaan dapat mengetahui dan menentukan laba yang diinginkan, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. 2008. *AkaddanProduk Bank Syariah*. PT GrafindoPersada. Jakarta.
- Arif, N.R.M. Al. 2012. *LembagaKeuanganSyariah: SuatuKajianTeoritisPraktis*. CV PustakaSetia. Bandung.
- Fatwa DSN No. 09/DSN-MUI/IV/2000. 2001. *PembiayaanIjarah: Himpunan Fatwa DSN untukLembagaKeuanganSyariah*. EdisiPertama. BI. Jakarta.
- Ghazaly, Abdul R. 2010. *FiqhMuamalah*. CetakanPertama. KencanaPramediaGrup. Jakarta.
- Huda, Qomarul. 2011. *FiqhMuamalah*. TERAS.Yogyakarta.
- Karim, Adiwarman A. 2004. *AnalisisFiqihdanKeuangan*.EdisiKelima. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Kementrian Negara Koperasidan Usaha Kecil danMenengahRepublik Indonesia.2007.
*StandarOperasionalProsedurKoperasiJasaKeuanganSyariah/Unit
 JasaKeuanganSyariah*.DeputiMenteri Negara Koperasidan UKM
 BidangPembiayaan. Jakarta.
- Muhammad. 2008. *ManajemenPembiayaan Bank Syariah*. UUP AMP YKPN.Yogyakarta.
- Nurhayati, S danWasilah. 2014. *AkuntansiSyariah Di Indonesia*. EdisiEmpat. SalembaEmpat. Jakarta.
- PeraturanMenteriKoperasidan Usaha Kecil danMenengahRepublik Indonesia Nomor 16 tahun 2015.*PelaksanaanKegiatan Usaha SimpanPinjamdanPembiayaanSyariaholehKoperasi*.23 September 2015. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1495. Jakarta.
- PernyataanStandarAkuntansiKeuangan NO.107 (2009)
AkuntansiIjarah.DewanStandarAluntansiKeuangan – IkatanAkuntansi
 Indonesia. Jakarta.
- PernyataanStandarAkuntansiKeuangan No. 16 (Revisi 2011)
AsetTetap.DewanStandarAkuntansiKeuangan – IkatanAkuntansi Indonesia.
 Jakarta.

Rifqi, Muhammad. 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah: Konsep Implementasi PSAK Syariah*. P3EI. Yogyakarta.

Soemitra, Andi. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana. Jakarta.

Sudarsono, H. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Edisi kedua. EKONISIA. Yogyakarta.

Syafe'I, R. 2001. *Fiqh Muamalah*. CV Pustaka Setia. Bandung.

Wangsawidjaja, Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Warsono. 2011. *Ikatan Akuntansi Indonesia*. Jakarta.

Wiroso. 2011. *IAI: Akuntansi Transaksi Syariah*