

ANALISIS PENERAPAN *FORECASTING* DALAM PENENTUAN ANGGARAN PENJUALAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PERUSAHAAN

Oleh.
Ade Iik

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
email: adeiiksmith@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada penerapan metode forecasting dalam penentuan anggaran penjualan dan implikasinya terhadap peningkatan penjualan (suatu studi pada PD. Idaman ciamis periode 2012-2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh menggunakan Analisis Trend Moment dan Least Square, Standar Kesalahan Forecasting (SKF), Analisis Varian, Analisis Rasio Efektivitas dan Analisis Rasio Pertumbuhan. Hasil penelitian dan pengolahan data menemukan bahwa 1) PD. Idaman PD. Idaman menerapkan metode peramalan penjualan (forecasting) secara kualitatif, yaitu penentuannya berdasarkan dari pendapat (judgement). Nilai anggaran yang disusun melalui metode kualitatif menghasilkan nilai yang lebih besar daripada nilai anggaran melalui metode kuantitatif (Trend Moment dan Least Square); 2) Anggaran penjualan yang disusun PD. Idaman setiap tahunnya mengalami perubahan, perubahan dari anggaran penjualan produk tersebut menyebabkan besar kecilnya penurunan ataupun peningkatan terhadap hasil penjualan; 3) Anggaran penjualan yang disusun PD. Idaman melalui peramalan penjualan secara kualitatif dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan sudah berjalan cukup baik.

Keywords: *Metode, Peramalan, Anggaran Penjualan, Peningkatan Penjualan.*

I. PENDAHULUAN

Indonesia telah memasuki era perdagangan bebas, sejak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015, persaingan usaha di kawasan Asia Tenggara khususnya Indonesia menjadi semakin ketat. Pemerintah Indonesia terus berupaya memperbaiki tatanan perekonomian negara, salah satunya dengan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi perdagangan bebas.

Persaingan yang timbul akibat perdagangan bebas, telah membuat pelaku usaha untuk lebih peka dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Masalah yang sering dihadapi perusahaan ketika akan menjual produk meliputi, jenis barang,

jumlah produk, biaya penjualan dan penetapan harga jual, sehingga perlu manajemen untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Manajemen dibutuhkan perusahaan untuk mempermudah pelaksanaan kegiatan usahanya, salah satunya di bidang perencanaan dan pengawasan. Kemampuan yang baik dalam perencanaan akan mendasari keberhasilan suatu perusahaan dalam memanfaatkan peluang secara optimal sehingga dapat menghasilkan penjualan dan laba sesuai dengan yang diharapkan.

Mencari keuntungan atau laba merupakan motif utama suatu perusahaan didirikan, baik itu perusahaan jasa, perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur tujuan utamanya adalah mencari keuntungan dari aktivitasnya dalam menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan selalu berupaya mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan

penggunaan biaya yang efektif, tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai apabila setiap biaya yang dikeluarkan perusahaan dikelola dengan benar pada setiap kegiatan dalam perusahaan.

Laba yang diharapkan perusahaan dapat tercapai selain dengan menekan biaya, juga dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan produksi. Perusahaan dapat mencapai laba yang tinggi jika perusahaan bisa memproduksi dan menjual barang secara maksimal. Artinya, keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada keberhasilan bagian pemasaran dalam menyusun rencana penjualan yang efektif serta mampu mencapai target penjualan.

Gunawan dan Marwan (2010:64) mengatakan pentingnya anggaran penjualan dalam mencapai target yang diinginkan, sebagai berikut : Dalam mencapai target yang diinginkan, diperlukan suatu perencanaan, salah satunya dengan menyusun anggaran penjualan. Anggaran penjualan ini akhirnya akan menggambarkan *revenue* yang diterima sebagai akibat dilakukannya penjualan pada periode yang akan datang, meliputi jenis produk yang dijual, volume produk yang akan dijual, harga produk persatuan dan wilayah pemasaran.

Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa anggaran penjualan tidak hanya berisi rincian rencana penjualan, tetapi juga sebagai sumber untuk menggambarkan tingkat keuntungan potensial yang akan didapatkan perusahaan dalam aktivitas pemasarannya.

Anggaran penjualan dapat berfungsi dengan baik apabila taksiran-taksiran yang dibuat cukup akurat, sehingga penjualan yang dianggarkan tidak jauh berbeda dengan realisasinya nanti. Untuk bisa melakukan penaksiran secara lebih akurat, banyak faktor yang perlu dipertimbangkan misalnya menyusun peramalan (*forecast*). *forecast* penjualan inilah yang merupakan faktor paling berpengaruh dalam menyusun anggaran penjualan, perusahaan perlu meramalkan apa yang terjadi pada masa yang akan datang dan memberikan gambaran tentang kemampuan menjual di waktu mendatang. Ramalan penjualanpun dapat digunakan sebagai dasar perencanaan produksi agar nantinya tidak terjadi kelebihan produksi (*over production*) dan kekurangan produksi (*under production*).

Dalam meramalkan penjualan, *forecast* tidak disusun tanpa perhitungan, ketepatan peramalan penjualan tergantung dari beberapa faktor, salah satunya adalah pemilihan metode *forecasting* yang tepat, maka perlu dipertimbangkan metode yang lebih menguntungkan dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Gunawan dan Marwan (2010 : 65) mengatakan bahwa perlunya peramalan dalam penyusunan

anggaran penjualan sebagai berikut : Kesalahan penyusunan anggaran penjualan akan berakibat anggaran-anggaran lain juga ikut mengalami kesalahan, yang akhirnya merugikan perusahaan, maka penyusunan anggaran penjualan memerlukan teknik *forecasting* (peramalan) yang tepat, yang membuat estimasi kegiatan masa depan, dengan mendasarkan diri pada pengalaman-pengalaman masalah, dan kemungkinan perubahan dimasa yang akan datang.

Penelitian yang relevan dengan permasalahan mengenai penerapan *forecasting* dalam penetapan anggaran penjualan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2009) dengan judul “Penerapan Metode *Forecast* Dalam Menyusun Anggaran Penjualan pada PT. Asuransi Jasindo (Persero) Cabang Solo” . Hasil penelitiannya menemukan bahwa: “Perhitungan dengan metode *forecast* dalam penyusunan anggaran penjualan menghasilkan nilai *trend* yang berbeda, sehingga dapat diketahui kelebihan dan kelemahan dalam penyusunan anggaran penjualan. Besarnya Standar Kesalahan Peramalan atau *Forecasting* (SKP) diantaranya menggunakan metode kuantitatif (*moment* dan *least square*) memiliki hasil yang lebih kecil jika dibandingkan dengan menggunakan metode yang digunakan perusahaan (metode kualitatif), namun diantara metode kuantitatif yaitu *moment* dan *least square* lebih baik menggunakan metode *least square* karena metode *least square* lebih mudah untuk digunakan dalam perhitungan penjualan”.

Penelitian dengan latar belakang yang sama, pernah dilakukan oleh Nurin Eva Yanti (2016) dengan judul “Penerapan Metode *Forecast* Dalam Menentukan Anggaran Penjualan pada PT Kediri Tani Sejahtera” hasil penelitiannya menemukan bahwa : “Dalam penentuan anggaran penjualan, perusahaan tidak menggunakan metode tertentu, perusahaan hanya mengira-ngira berapa besarnya anggaran penjualan untuk tahun berikutnya, sehingga akan berpengaruh pada kesiapan perusahaan dalam memproduksi barang selanjutnya. sebelum menggunakan metode nilai Standart kesalahan *forecast* sebesar 51.509.238,36 namun setelah digunakannya metode *moment* dan *least square*, metode nilai Standart kesalahan *Forecast* lebih rendah yaitu sebesar 49.515.524,32. Dengan menggunakan metode *moment* dan *least square* untuk menentukan anggaran penjualan maka ketepatan dalam menganggarkan penjualan lebih akurat”.

Dari kedua hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perhitungan *forecast* dengan metode kualitatif dan kuantitatif menghasilkan nilai *trend* yang berbeda. Standar kesalahan peramalan menggunakan metode kuantitatif (menggunakan perhitungan matematis) lebih kecil dibandingkan dengan metode kualitatif (pendapat). Penyusunan anggaran tanpa menggunakan metode

atau hanya dengan mengira-ngira akan berpengaruh pada kesiapan perusahaan dalam memproduksi barang selanjutnya.

Penulis menganggap hasil kedua penelitian tersebut akan membantu penulis dalam melakukan penelitian, hasil tersebut dapat dijadikan sebagai rujukan dalam mengambil kesimpulan dan sebagai perbandingan hasil penelitian. Selain itu, permasalahan yang kompleks sesuai dengan objek yang akan di teliti oleh penulis yaitu pada PD. Idaman.

PD. Idaman yang bertempat di Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengolahan pangan, yaitu berupa industri pengolahan yang memanfaatkan hasil pertanian lokal menjadi berbagai jenis olahan makanan ringan, antara lain makanan ringan yang berbahan baku singkong, talas, pisang dan bahan lainnya.

Permasalahan yang dihadapi PD. Idaman sebagai perusahaan dagang salah satunya dalam menyusun rencana penjualan. Rencana yang telah disusun seharusnya dapat memberikan konsistensi penjualan yang sebenarnya, sehingga keuntungan dan target yang ditentukan bisa dicapai karena segala sesuatunya telah direncanakan. Namun seringkali penjualan yang telah direncanakan jauh berbeda dengan hasil akhir, beberapa kali PD. Idaman menerima permintaan dalam jumlah besar dari konsumen, namun hanya beberapa saja yang dapat terpenuhi, hal ini disebabkan oleh kemampuan produksi PD. Idaman yang terbatas, sehingga menutup peluang perusahaan untuk mencapai laba yang optimal. Terbatasnya kemampuan produksi PD. Idaman dalam memenuhi pesanan telah menyebabkan terjadinya *Back Order*. *Back Order* terjadi akibat perusahaan tidak mampu memenuhi pesanan secara keseluruhan ataupun sebagian, sehingga permasalahan tersebut membuat perusahaan kehilangan potensi keuntungan.

Permasalahan lain yang juga timbul yaitu dalam menentukan jumlah persediaan, persediaan produk sangat penting sebagai antisipasi untuk dapat memenuhi permintaan produk dalam jumlah yang besar dalam keadaan yang tidak pasti (fluktuasi), untuk itu penentuan jumlah persediaan sangat penting untuk dipertimbangkan, sebab jumlah persediaan yang terlalu sedikit tidak akan mampu memenuhi permintaan produk dalam jumlah besar, sebaliknya jika permintaan selalu rendah namun jumlah persediaan terlalu besar akan menyebabkan kerugian, selain itu, persediaan juga berperan penting untuk menghemat biaya produksi. permintaan produk pada PD. Idaman tahun 2016 memiliki permintaan yang berbeda-beda, produk makaroni dan keripik pisang merupakan produk PD. Idaman yang paling banyak terjual, hal ini ditunjukkan dengan permintaan terhadap produk paling besar yaitu

produk makaroni dengan permintaan 3.705 bal selama tahun 2016 dan kemudian keripik pisang dengan permintaan sebesar 2.075 bal. Sedangkan permintaan terhadap produk paling rendah yaitu produk sumpia sebesar 761 bal.

Tingkat produksi PD. Idaman selama tahun 2016 akan mempengaruhi terhadap terpenuhinya seluruh permintaan, pada tahun 2016 jumlah produksi terbanyak yaitu produk makaroni dengan jumlah 3.495 bal, kemudian keripik pisang sebesar 1.958 bal, kemudian keripik singkong dengan jumlah produksi sebanyak 1.446 bal, kemudian produk pangsit sebanyak 1.354 bal dan produksi terendah yaitu produk keripik talas sebanyak 1.068 bal dan sumpia 718 bal.

Tinggi rendahnya jumlah produksi turut mempengaruhi terpenuhinya seluruh permintaan, jumlah produksi yang rendah akan menyebabkan tidak terpenuhinya permintaan, sedangkan terlalu tingginya produksi akan menyebabkan kelebihan produk. Jumlah produk yang tidak terpenuhi paling banyak adalah produk makaroni sebanyak 210 bal, kedua adalah produk keripik pisang sebanyak 117 bal, ketiga adalah produk keripik singkong dengan total tidak terpenuhi sebanyak 87 bal, kemudian keempat adalah produk pangsit dengan total pesanan tidak terpenuhi sebanyak 81 bal, kelima adalah produk keripik talas dengan total pesanan tidak terpenuhi sebanyak 64 bal dan terakhir adalah produk sumpia dengan total pesanan tidak terpenuhi sebanyak 43 bal.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan metode *forecasting* dalam penentuan anggaran penjualan pada PD. Idaman?
2. Bagaimanakah anggaran penjualan yang disusun PD. Idaman pada tahun 2012-2016 dan implikasinya terhadap peningkatan penjualan?
3. Bagaimana analisis penerapan metode *forecasting* dalam penentuan anggaran penjualan dan implikasinya terhadap peningkatan penjualan pada PD. Idaman?

II. METODOLOGI

2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode tersebut didasarkan pada beberapa pendapat para ahli di bidang riset, diantaranya : Menurut Winarno Surakhmad (1990) dalam Beni Ahmad (2008:119) mengatakan bahwa "Penelitian deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang". Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2005:234) mengatakan bahwa "Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji

hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan”.

Desain penelitian yang digunakan merupakan desain studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang mendalam tentang suatu aspek lingkungan sosial termasuk manusia didalamnya, dapat pula memberi gambaran keadaan yang ada.

2.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Menurut Suharsimi Arikunto (2005 : 136) “Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan diperlukan teknik pengumpulan data, pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan berbagai cara dengan tujuan untuk menghasilkan data yang lengkap dan akurat, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain: Observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

2.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis adalah perangkat statistik yang digunakan sebagai alat bantu bagi peneliti untuk mengambil kesimpulan atas sejumlah data penelitian yang telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini seperti menganalisis secara deskriptif mengenai metode *forecasting*, menganalisis secara deskriptif mengenai anggaran penjualan, menganalisis secara deskriptif mengenai penerapan metode *forecasting* dalam penentuan anggaran penjualan dan implikasinya terhadap peningkatan penjualan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Penerapan Metode *Forecasting* Dalam Penentuan Anggaran Penjualan pada PD. Idaman Tahun 2012-2016

Hasil penelitian menemukan bahwa metode peramalan penjualan (*forecasting*) yang diterapkan oleh PD. Idaman dalam menyusun anggaran penjualannya yaitu menggunakan metode kualitatif, penerapan metode tersebut berdasarkan pendapat (*judgement*), diantaranya pendapat dari distributor (mitra penjual) di wilayah pemasaran, permintaan konsumen (survey), pendapat dari bagian pemasaran sebagai kebijakan internal perusahaan PD. Idaman.

Pada dasarnya teknik peramalan penjualan (*forecasting*) dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu kualitatif dan kuantitatif, hal ini sesuai dengan pendapat Gunawan dan Marwan (2010:148) yang mengatakan bahwa “Pengukuran secara kualitatif biasanya menggunakan pendapat (*judgement*) dan

metode kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik”.

Penerapan peramalan penjualan (*forecasting*) secara kualitatif seperti yang diterapkan oleh PD. Idaman dianggap memiliki banyak kelemahan, karena pengambilan keputusan berdasarkan pendapat cenderung bersifat pribadi. Melihat kondisi tersebut, maka dalam pembahasan penulis membuat perbandingan penyusunan anggaran penjualan PD. Idaman tahun 2012-2016 melalui penerapan teknik kuantitatif menggunakan metode *trend moment* dan *least square*. Untuk lebih jelasnya kedua hasil peramalan penjualan (*forecasting*) tersebut disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Perbandingan *Forecast* Penjualan melalui Metode *Kualitatif*, *Moment* dan *Least Square* (dalam unit/bal)

Tahun	Produk Makaroni			Produk Keripik Pisang			Produk Keripik Singkong		
	Kualitatif	Moment	Least Square	Kualitatif	Moment	Leas Square	Kualitatif	Moment	Least Square
2012	3,313	3,017	3,017	1,844	1,772	1,772	1,328	1,267	1,267
2013	3,121	3,085	3,085	1,887	1,805	1,805	1,373	1,296	1,296
2014	3,325	3,153	3,153	1,836	1,838	1,838	1,338	1,326	1,326
2015	3,434	3,221	3,221	1,928	1,872	1,872	1,383	1,356	1,356
2016	3,495	3,289	3,289	1,958	1,905	1,905	1,446	1,385	1,385
Jumlah	16,688	15,765	15,765	9,453	9,192	9,192	6,868	6,630	6,630

Sumber : Data yang diolah, 2017

Nilai *forecast* yang dihasilkan melalui metode kualitatif menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi hal ini diakibatkan oleh penentuan nilai berdasarkan pendapat (*judgement*), berbeda dengan nilai *forecast* melalui metode *moment* dan *least square* yang menunjukkan peningkatan berkesinambungan, hal ini dikarenakan penentuan nilai diolah melalui penghitungan matematis.

Selain itu, nilai anggaran penjualan produk makaroni, keripik pisang dan keripik singkong yang dihasilkan melalui *forecast* menggunakan metode kualitatif menghasilkan nilai yang lebih besar dibandingkan nilai *forecast* menggunakan metode *moment* dan *least-square*. sedangkan *forecast* menggunakan metode *moment* dan *least square* menghasilkan nilai yang sama setiap tahunnya.

Metode yang paling tepat tidak dapat ditentukan oleh besar kecilnya nilai yang dihasilkan melalui ketiga metode *forecast* tersebut, ketepatan dari *forecast* akan ditentukan melalui perhitungan kesalahan peramalan menggunakan analisis Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF), nilai yang dihasilkan oleh analisis tersebut akan menentukan metode mana yang paling kecil kesalahannya, sehingga nilai kesalahan yang paling kecil merupakan metode yang tepat untuk digunakan.

Hasil analisis kesalahan peramalan penjualan terhadap metode kuantitatif, *moment* dan *least square* menggunakan SKF disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2. Standar Kesalahan Forecasting Metode Kualitatif dan Kuantitatif

No	Nama Produk	Nilai Kesalahan Forecasting (SKF)		
		Kualitatif	Moment	Least Square
1	Makaroni	188	97	97
2	Keripik Pisang	53	27	27
3	Keripik Singkong	48	23	23

Sumber : Data yang diolah, 2017

Hasil analisis standar kesalahan *forecasting* (SKF) diatas, dapat diketahui adanya perbedaan nilai diantara metode-metode peramalan yang digunakan. nilai kesalahan metode kualitatif menunjukkan nilai yang lebih besar daripada nilai kesalahan menggunakan metode *moment* dan *least square*. sehingga metode peramalan penjualan (*forecast*) yang paling sesuai diterapkan oleh PD. Idaman yaitu metode *moment* dan *least square*, karena dianggap lebih menguntungkan dengan nilai SKF yang lebih kecil.

2. 2 Implikasi Anggaran Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan PD. Idaman Tahun 2012-2016

Hasil penelitian mengenai implikasi anggaran penjualan terhadap hasil penjualan produk PD. Idaman tahun 2012-2016 menemukan bahwa, anggaran penjualan produk makaroni, keripik pisang dan keripik singkong yang disusun PD. Idaman setiap tahunnya mengalami perubahan, perubahan dari anggaran penjualan produk tersebut menyebabkan besar kecilnya penurunan ataupun peningkatan hasil penjualan.

Perbandingan terhadap perubahan anggaran dan hasil penjualan produk PD. Idaman tahun 2012-2016 pada tabel berikut :

Tabel 3. Perubahan Anggaran dan Realisasi Penjualan Pada PD. Idaman Tahun 2012-2016 (dalam unit/bal)

Tahun	Makaroni		Keripik Pisang		Keripik Singkong	
	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi
2012	-	-	-	-	-	-
2013	-6.15	-6.9	2.28	2.09	3.28	3.19
2014	6.14	4.26	-2.78	-2.02	-2.62	-2.33
2015	3.17	6.22	4.77	5.41	3.25	4.53
2016	1.75	1.23	1.53	1.51	4.36	4.26

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa setiap perubahan anggaran penjualan diikuti oleh perubahan realisasi penjualan. penurunan anggaran produk makaroni pada tahun 2013 sebesar 6,15% diikuti oleh penurunan realisasi

penjualan sebesar 6,9%, dan peningkatan anggaran pada tahun berikutnya diikuti oleh peningkatan realisasi penjualan. penurunan anggaran penjualan produk keripik pisang pada tahun 2014 sebesar 2,78% diikuti penurunan realisasi penjualan pada tahun yang sama sebesar 2,02%, sedangkan peningkatan anggaran penjualan pada tahun-tahun lainnya diikuti oleh peningkatan realisasi penjualan. sedangkan penurunan anggaran penjualan produk keripik singkong terjadi pada tahun 2014 sebesar 2,62% diikuti penurunan pada tahun yang sama sebesar 2,33%, sedangkan peningkatan anggaran di tahun-tahun lainnya juga diikuti oleh peningkatan realisasi penjualan pada tahun yang sama.

Besarnya penjualan tidak terlepas dari peran wilayah pemasaran yang berkontribusi dalam penjualan produk, wilayah pemasaran yang berkontribusi dalam penjualan produk PD. Idaman tahun 2012-2016 sebagai berikut :

Tabel 4. Tingkat Penjualan Produk Per Wilayah Pada PD. Idaman Tahun 2012-2016 (dalam unit/bal)

Wilayah Pemasaran	Realisasi Penjualan Produk Tahun 2012-2016					
	Makaroni	%	K. Pisang	%	K. Singkong	%
Bandung	2,565	16.3	1,516	16.5	1,116	16.8
Purwakarta	2,466	15.6	1,455	15.8	1,062	16.0
Cikampek	2,533	16.1	1,444	15.7	1,064	16.0
Bekasi	2,698	17.1	1,553	16.9	1,123	16.9
Bogor	2,744	17.4	1,601	17.4	1,109	16.7
Jakarta	2,759	17.5	1,623	17.7	1,156	17.4
Jumlah	15,765	100	9,192	100	6,630	100

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan data pada tabel 4.52 total penjualan produk PD. Idaman tahun 2012-2016 untuk produk makaroni sebanyak 15.765 bal, wilayah yang berkontribusi paling besar terhadap penjualan produk makaroni adalah wilayah Jakarta sebesar 17,5% dari total penjualan. total penjualan produk keripik pisang tahun 2012 hingga 2016 sebanyak 9.192 bal, wilayah yang berkontribusi paling besar terhadap penjualan produk keripik pisang adalah wilayah Jakarta sebesar 17,7%. sedangkan total penjualan produk keripik pisang adalah 6.630 bal dengan kontribusi terbesar adalah wilayah Jakarta sebesar 17,4%.

2. 3 Penerapan Metode Forecasting Dalam Penentuan Anggaran Penjualan dan Implikasinya Terhadap Peningkatan Penjualan PD. Idaman Tahun 2012-2016

Hasil analisis penerapan metode *forecasting* dalam penentuan anggaran penjualan dan implikasinya terhadap peningkatan penjualan dilakukan melalui pengukuran terhadap pencapaian laba, pengukuran

terhadap pencapaian target penjualan dan pengukuran terhadap hasil penjualan. Hasil pengukuran tersebut menemukan bahwa :

1) *Analisis Pencapaian Laba PD. Idaman Tahun 2012-2016*

Berdasarkan analisis varian, anggaran penjualan produk yang disusun PD. Idaman tahun 2012-2016 seluruhnya menghasilkan laba karena selisih (varian) antara anggaran penjualan dan hasil penjualan tidak terlalu besar. Berikut hasil analisis varian :

Tabel 5. Hasil Analisis Varian PD. Idaman Tahun 2012-2016

Tahun	Makaroni		Keripik Pisang		Keripik Singkong	
	Varian	%	Varian	%	Varian	%
2012	166	5	61	3.3	54	4.1
2013	177	5.7	66	3.5	57	4.2
2014	250	7.5	51	2.8	52	3.9
2015	155	4.5	41	2.1	36	2.6
2016	175	5	42	2.1	39	2.7

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis varian diatas, menunjukkan bahwa anggaran penjualan setiap produk PD. Idaman mencapai laba namun masing-masing memiliki selisih atau varian, selisih tersebut menunjukkan besaran potensi laba yang tidak dicapai sehingga pencapaian laba tidak mencapai 100%.

Nilai varian paling besar untuk produk makaroni yaitu pada tahun 2014 sebanyak 250 bal atau 7,5% dari total anggaran, nilai varian paling besar untuk produk keripik pisang yaitu pada tahun 2013 sebanyak 66 bal atau 3,5% dari total anggaran, sedangkan untuk produk keripik singkong nilai varian terbesar yaitu pada tahun 2013 sebanyak 57 bal atau 4,2% dari total anggaran. Tahun-tahun tersebut menunjukkan pencapaian laba paling rendah yang dicapai PD. Idaman pada tahun 2012-2016.

2) *Analisis Pencapaian Target Penjualan Produk PD. Idaman Tahun 2012-2016*

Hasil analisis efektivitas menemukan bahwa target penjualan yang disusun dalam anggaran penjualan PD. Idaman selama tahun 2012-2016 cukup efektif karena selisih antara target dan hasil penjualan sudah berada di atas 90%. Hasil penghitungan efektivitas tersebut sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Efektivitas PD. Idaman Tahun 2012-2016

Tahun	Efektivitas Anggaran Penjualan Produk		
	Makaroni	Keripik Pisang	Keripik Singkong
2012	95.0	96.7	95.9
2013	94.3	96.5	95.8
2014	92.5	97.2	96.1
2015	95.5	97.9	97.4
2016	95.0	97.9	97.3

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan data pada tabel 4.54 diatas, target penjualan yang dicapai PD. Idaman tahun 2012-2016 sudah cukup efektif, karena target yang dicapai diatas 90% setiap tahunnya. Pencapaian target penjualan tertinggi untuk produk makaroni pada tahun 2015 sebesar 95,5% dan pencapaian target paling rendah pada tahun 2014 sebesar 92,5%. Pencapaian target penjualan tertinggi untuk produk keripik pisang yaitu pada tahun 2015 dan 2016 sebesar 97,9% dan pencapaian target penjualan paling rendah yaitu pada tahun 2013 sebesar 96,5%. Pencapaian target penjualan tertinggi untuk produk keripik singkong yaitu pada tahun 2015 sebesar 97,4% dan pencapaian target terendah yaitu pada tahun 2013 sebesar 95,8%.

3) *Analisis Pertumbuhan Penjualan Produk PD. Idaman Tahun 2012-2016*

Berdasarkan hasil analisis pertumbuhan menemukan bahwa penjualan produk PD. Idaman selama tahun 2012-2016 mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi). Hasil penghitungan lebih jelasnya sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Analisis Pertumbuhan PD. Idaman Tahun 2012-2016

Tahun	Pertumbuhan Penjualan Produk		
	Makaroni	Keripik Pisang	Keripik Singkong
2012	0	0	0
2013	-6.5	2.1	3.3
2014	4.4	-2.0	-2.3
2015	6.6	5.7	4.7
2016	1.3	1.5	4.5

Sumber : Data yang diolah, 2017

Produk makaroni mengalami pertumbuhan penjualan tertinggi pada tahun 2015 sebesar 6,6% dari tahun sebelumnya, dan mengalami penurunan pada tahun 2013 sebesar 6,5%. penjualan produk keripik pisang mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2015 sebesar 5,7% dari tahun sebelumnya, dan mengalami penurunan pada tahun 2014 sebesar 2%. sedangkan penjualan produk keripik singkong mengalami pertumbuhan terbesar pada tahun 2015 sebesar 4,7% dari tahun

sebelumnya, dan mengalami penurunan pada tahun 2014 sebesar 2,3%.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dalam penentuan anggaran penjualan, PD. Idaman menerapkan metode peramalan penjualan (*forecasting*) secara kualitatif, yaitu penentuannya berdasarkan dari pendapat (*judgement*). Nilai anggaran yang disusun melalui metode kualitatif menghasilkan nilai yang lebih besar daripada nilai anggaran melalui metode kuantitatif (*trend Moment dan least square*) yang diterapkan oleh penulis. Perubahan anggaran penjualan melalui metode kualitatif cenderung tidak beraturan berbeda dengan perubahan anggaran penjualan melalui metode kuantitatif yang menunjukkan peningkatan setiap tahunnya.

Hasil analisis kesalahan peramalan melalui menggunakan Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF), nilai kesalahan peramalan menggunakan metode kualitatif menghasilkan nilai kesalahan yang lebih besar dari pada metode *trend moment* dan *least square*, sehingga metode peramalan penjualan (*forecast*) yang paling sesuai diterapkan oleh PD. Idaman yaitu metode *moment* dan *least square*, karena dianggap lebih menguntungkan dengan nilai SKF yang lebih kecil.

2. Anggaran penjualan yang disusun PD. Idaman setiap tahunnya mengalami perubahan, perubahan dari anggaran penjualan produk tersebut menyebabkan besar kecilnya penurunan ataupun peningkatan terhadap hasil penjualan. Hasil penelitian mengenai implikasi anggaran penjualan terhadap hasil penjualan produk PD. Idaman tahun 2012-2016 menemukan bahwa, anggaran penjualan produk makaroni, keripik pisang dan keripik singkong yang disusun PD. Idaman setiap tahunnya mengalami perubahan, perubahan dari anggaran penjualan produk tersebut menyebabkan besar kecilnya penurunan ataupun peningkatan hasil penjualan. Besarnya penjualan tidak terlepas dari peran wilayah pemasaran yang berkontribusi dalam penjualan produk, wilayah pemasaran yang berkontribusi paling besar dalam penjualan produk makaroni adalah wilayah Jakarta, kedua adalah wilayah Bogor. Wilayah pemasaran yang berkontribusi paling besar dalam penjualan produk keripik pisang yaitu wilayah Jakarta dan wilayah Bogor. Sedangkan wilayah yang berkontribusi paling besar dalam penjualan produk keripik singkong adalah kota Jakarta. Dari hasil analisis wilayah tersebut, perusahaan dapat meningkatkan atau menambah kembali

anggaran penjualan produk terhadap wilayah yang memiliki kontribusi besar dalam penjualan produk khususnya untuk wilayah Jakarta dan Bogor.

3. Anggaran penjualan yang disusun PD. Idaman melalui peramalan penjualan secara kualitatif dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan sudah berjalan cukup baik. Hasil analisis varian menemukan bahwa anggaran penjualan setiap produk PD. Idaman mencapai laba namun masing-masing memiliki selisih atau varian, selisih tersebut menunjukkan besaran potensi laba yang tidak dicapai sehingga pencapaian laba tidak optimal.

Hasil analisis efektivitas menemukan bahwa target penjualan yang disusun dalam anggaran penjualan PD. Idaman selama tahun 2012-2016 cukup efektif karena selisih antara target dan hasil penjualan sudah cukup optimal.

Hasil analisis pertumbuhan menemukan bahwa penjualan produk PD. Idaman selama tahun 2012-2016 mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi).

V. DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti. 2011. *Model Time Series untuk Peramalan Tingkat Penjualan Jenis Bahan Bakar Minyak Stasiun Pengisian Bahan Bakar untuk Umum*. Skripsi pada FST UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Tidak diterbitkan
- Ahmad Saebani, Beni. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Armin, Kusminaini. 2015. *Analisis Anggaran Penjualan terhadap Realisasi Penjualan pada PT. Anugerah Pharmindo Lestari Cabang Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Amkop (STIM Amkop) Palembang : Diterbitkan
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas*. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Gunawan dan Marwan, A. 2010. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE
- Hasibuan, Malayu SP. 2007. *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasional Buku 1 Edisi 9*. Jakarta : Salemba 4.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kurniawati. 2009. *Penerapan Metode Forecast Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PT. Asuransi Jasindo (Persero) Cabang Solo*. Skripsi pada D3 Akuntansi FE UNS Surakarta : Tidak diterbitkan.
- Febrina. Mira, et. al.2013. *Peramalan Jumlah Permintaan Produksi Menggunakan Metode Jaringan Syaraf Tiruan (JST)*.Skripsi pada Fakultas Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: Tidak diterbitkan.
- Mulyadi. 2001. *Budgeting : Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Munandar, M.2007.*Budgeting : Perencanaan Kerja, Pengorganisasian Kerja dan Pengawasan Kerja*. Yogyakarta : BPFE.
- Naftali. Ester, et. al. 2011.*Analisis Anggaran Penjualan Obat Sebagai AlatUkur Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Sinar Prima Lestari*.JurnalpadaJurusan Akuntansi Politeknik PalComTech Palembang: Tidak diterbitkan.
- Paramita, Citra. 2011. *Analisis Perbandingan Metode Peramalan Penjualan Bahan Bakar Minyak Dengan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) pada PT Pertamina(Persero) Region Iv Jateng dan DIY*. Skripsi pada FE UNDIP Semarang : Tidak diterbitkan.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communiccation*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukirno, Sadono.2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*.Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Surakhmad, Winarno. 1990. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung : Tarsito
- Yanti, Nurin Eva. 2016. *Penerapan Metode Forecast Dalam Menentukan Anggaran Penjualan Pada PT. Kediri Tani Sejahtera*. Skripsi pada Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas nusantara PGRI Kediri : Tidak diterbitkan.