



## Peran Perencanaan Dalam Anggaran Penjualan

Ferdy Akbar<sup>1\*</sup>, Nuh Yabest Sinaga<sup>2</sup> Muhammad Rizal<sup>3</sup>

[pringadyakbar@gmail.com](mailto:pringadyakbar@gmail.com)<sup>1</sup>, [nuhyabest@gmail.com](mailto:nuhyabest@gmail.com)<sup>2</sup>, [muhammadrizall@unimed.ac.id](mailto:muhammadrizall@unimed.ac.id)<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Medan

### Article Info

#### Article history:

Received Januari 12<sup>th</sup>, 2024

Revised Januari 20<sup>th</sup>, 2024

Accepted Februari 26<sup>th</sup>, 2024

### Kata Kunci:

Anggaran Penjualan

Forecasting

Varians Penjualan

Efektivitas Anggaran

### ABSTRAK

Perencanaan anggaran penjualan ialah merupakan salah satu aspek terpenting dalam sebuah operasional perusahaan, karena menjadi sebuah dasar bagi pengambilan keputusan strategis yang menentukan arah kebijakan bisnis di masa depan. Anggaran penjualan bukan hanya sekedar estimasi keuangan, tetapi juga sebuah alat pengendalian yang membantu manajemen dalam menyesuaikan strategi pemasaran dengan kondisi pasar yang dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode forecasting dalam penyusunan anggaran penjualan serta mengidentifikasi implikasinya terhadap peningkatan efektivitas perusahaan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji perbedaan antara anggaran dan realisasi penjualan dengan menggunakan teknik analisis varian, analisis rasio efektivitas, dan standar kesalahan peramalan (SKF). Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode peramalan yang lebih akurat, seperti least square dan trend moment, dapat meningkatkan keakuratan sebuah Penganggaran dibandingkan dengan metode berbasis judgement. Implikasi dari penerapan metode yang tepat dalam penyusunan anggaran penjualan dapat meningkatkan efisiensi operasional serta meminimalisir risiko penyimpangan dalam pencapaian target perusahaan yang telah ditentukan.

### ABSTARCT

Sales budget planning is one of the most important aspects in a company's operations, because it is a basis for making strategic decisions that determine the direction of future business policies. The sales budget is not just a financial estimate, but also a control tool that helps management adjust marketing strategies to dynamic market conditions. This study aims to analyze forecasting methods in preparing sales budgets and identify their effectiveness in increasing company effectiveness. Through a qualitative approach, this study analyzes the difference between budget and sales realization using variance analysis techniques, ratio analysis effectiveness, and forecast disclosure standards (SKF). The results of the study indicate that more accurate forecasting methods, such as least squares and trend moments, can improve the accuracy of a Budget compared to judgment-based methods. The implications of implementing the right method in preparing sales budgets can improve operational efficiency and minimize the risk of deviations in achieving predetermined company targets.



© 2024 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

**Corresponding Author:**

---

Ferdy Akbar  
Affiliation Universitas Negeri Medan  
Email: [pringadyakbar@gmail.com](mailto:pringadyakbar@gmail.com)

---

## Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis, perencanaan yang baik merupakan sebuah kunci keberhasilan perusahaan. Aspek penting dari perencanaan adalah penciptaan sebuah anggaran, yang mana berfungsi sebagai pedoman untuk implementasi kegiatan operasional dan strategis. Sebagai anggaran utama untuk perusahaan, anggaran penjualan memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan petunjuk dan strategi bisnis yang akan diimplementasikan.

Anggaran Penjualan ialah perkiraan penjualan perusahaan selama periode waktu tertentu berdasarkan berbagai macam faktor, termasuk tren pasar, situasi ekonomi, persaingan, dan strategi pemasaran. Mempersiapkan anggaran penjualan yang lebih akurat membantu bisnis mencadangkan sumber daya secara optimal, menghindari limbah, dan meningkatkan efisiensi dan profitabilitas. Oleh karena itu, pemahaman secara menyeluruh tentang konsep, metode, dan teknik untuk membuat sebuah anggaran penjualan sangat diperlukan bagi semua perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan yang diharapkan.

Dalam konteks manajemen keuangan, anggaran penjualan juga merupakan sebuah dasar untuk menciptakan atau membuat anggaran lain, seperti anggaran produksi, anggaran biaya operasional, dan anggaran laba rugi. Kesalahan dalam mempersiapkan anggaran penjualan dapat memiliki dampak komprehensif pada keseluruhan kegiatan sebuah perusahaan, mulai dari ketidakseimbangan dalam produksi dan permintaan hingga kesulitan dalam mengelola arus kas. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat dengan seksama dalam mengatur anggaran penjualan mereka, dengan melihat berbagai variabel internal dan eksternal.

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kejam, penggunaan teknologi dan analisis data menjadi semakin penting ketika menciptakan sebuah anggaran penjualan. Kemajuan di bidang teknologi informasi memungkinkan bisnis untuk menggunakan berbagai alat analitik, seperti data besar dan kecerdasan buatan, untuk memajukan tren penjualan lebih konsisten dan akurat. Ini memungkinkan bisnis untuk dapat menyesuaikan diri lebih mudah untuk perubahan pasar dan merespons dengan cepat terhadap dinamika bisnis yang ada.

Berdasarkan latar belakang ini, jurnal ini memberikan diskusi terperinci tentang konsep dasar anggaran penjualan, manfaat perusahaan, faktor-faktor yang mempengaruhi penciptaan anggaran penjualan, dan bagaimana mempersiapkannya akan efektif. Pemahaman yang komprehensif tentang anggaran penjualan ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami betapa pentingnya merencanakan kesuksesan bisnis sebuah Perusahaan mereka dengan cermat.

## Metode Penelitian

Didalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode konseptual, yang berarti bahwa penelitian ini tidak dilakukan melalui pengumpulan data lapangan, tetapi berdasarkan kajian literatur dan analisis teoretis terhadap konsep-konsep yang telah dikembangkan dalam bidang anggaran penjualan dan forecasting. Pendekatan konseptual memungkinkan penelitian ini untuk mengkaji teori-teori yang relevan dan konsisten secara mendalam dan menyusun Penjabaran Materi yang lebih luas mengenai strategi terbaik dalam penyusunan anggaran penjualan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada berbagai sumber akademik, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian sebelumnya, serta publikasi resmi yang berkaitan dengan anggaran penjualan dan metode forecasting. Dengan metode ini, penelitian mampu mengidentifikasi berbagai perspektif yang telah dikembangkan dalam bidang ini serta memperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana teori dan konsep dalam forecasting dan penyusunan anggaran yang diterapkan dalam praktik sebuah bisnis atau entitas. Kajian literatur yang luas ini memungkinkan penelitian untuk menarik kesimpulan yang lebih menyeluruh atau komprehensif berdasarkan teori-teori yang telah teruji.

Penelitian ini mengkaji berbagai model forecasting yang telah dikembangkan dalam literatur akademik untuk menentukan metode yang paling efisien dan juga efektif dalam penyusunan anggaran penjualan. Analisis ini mencakup perbandingan antara metode kualitatif dan kuantitatif, serta evaluasi kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pendekatan. Misalnya, metode kuantitatif seperti trend analysis, regresi, dan least square memiliki keunggulan dalam memberikan prediksi berbasis data historis yang lebih akurat, sedangkan metode kualitatif seperti judgement forecasting lebih fleksibel dalam menghadapi kondisi pasar yang dinamis namun kurang dapat diukur secara objektif. Dengan analisis ini, penelitian dapat mengusulkan metode forecasting yang paling relevan untuk meningkatkan akurasi dalam penyusunan anggaran penjualan.

Setelah mengkaji Beberapa Referensi Atau Literatur dan juga model forecasting, penelitian ini berfokus pada bagaimana konsep-konsep yang telah diidentifikasi dapat direalisasikan dalam proses penyusunan sebuah anggaran penjualan yang lebih efektif. Sintesis konsep dilakukan dengan menghubungkan teori budgeting dengan teknik forecasting yang sesuai, serta mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perilaku konsumen, dan persaingan pasar. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menyusun kerangka kerja yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menetapkan anggaran penjualan yang lebih realistis, Konsisten dan juga akurat.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pendekatan Kualitatif Atau Konseptual yang digunakan Penulis dalam penelitian ini, terdapat lima aspek utama yang menjadi inti dalam pembahasan mengenai anggaran penjualan dan metode forecasting dalam penyusunannya. Berikut adalah pembahasan dari setiap aspek tersebut:

### 1. Pengertian Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan ialah suatu perencanaan keuangan yang bersifat sistematis dan digunakan oleh perusahaan untuk memperkirakan jumlah pendapatan yang akan diperoleh dalam suatu periode tertentu. Anggaran ini mencerminkan strategi perusahaan dalam Memberdayakan dan juga Mengalokasikan sumber daya dan menetapkan target penjualan yang harus dicapai berdasarkan analisis historis dan prediksi pasar yang ada pada kondisi tersebut. Dalam teori manajemen keuangan, anggaran penjualan tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan tetapi juga sebagai alat pengendalian untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan juga keuangan perusahaan dengan anggaran yang tersusun dengan baik, perusahaan dapat mengukur efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran serta mengidentifikasi potensi penyimpangan dalam pencapaian target. Selain itu, anggaran penjualan juga membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual yang lebih kompetitif dan menyesuaikan strategi distribusi produk agar selaras dengan kondisi pasar yang terus berubah. Dalam kondisi pasar yang sangat dinamis, anggaran penjualan yang lebih akurat dapat menjadi alat untuk mengantisipasi tantangan ekonomi dan tren industri yang berkembang. Anggaran yang dibuat secara terperinci juga akan membantu perusahaan dalam melakukan minimalisir risiko terhadap ketidakpastian pasar, serta memastikan keberlanjutan operasional dalam jangka panjang. Perusahaan dapat menggunakan anggaran ini untuk menentukan strategi yang lebih mudah dalam menghadapi perubahan permintaan, harga bahan baku, dan kebijakan persaingan di sektor industri tertentu. Dengan demikian, anggaran penjualan tidak hanya menjadi alat prediksi, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, penyusunan anggaran penjualan yang efektif dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata pemangku kepentingan, seperti investor, kreditor, dan mitra bisnis. Ketika perusahaan memiliki anggaran yang realistis dan berbasis data, maka kepercayaan terhadap keputusan keuangan perusahaan akan meningkat. Hal ini juga dapat memperkuat daya saing perusahaan dengan memungkinkan perencanaan ekspansi yang lebih terukur dan terkendali. Oleh karena itu, anggaran penjualan bukan hanya sekadar dokumen keuangan, tetapi juga pilar utama dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Setiap perubahan dalam anggaran harus didukung oleh analisis yang mendalam dan mempertimbangkan berbagai faktor eksternal serta internal yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan pendekatan yang terstruktur dan sistematis,

---

perusahaan dapat menggunakan anggaran penjualan untuk merancang strategi pertumbuhan yang lebih berkelanjutan dan efisien dalam jangka panjang.

## **2. Metode Penyusunan Anggaran Penjualan**

Penyusunan sebuah anggaran penjualan dapat dilakukan dengan berbagai metode, tergantung pada karakteristik perusahaan dan kompleksitas pasar yang dihadapi. Secara umum, terdapat dua pendekatan utama dalam penyusunan anggaran penjualan, yaitu pendekatan top-down dan bottom-up. Pendekatan top-down dilakukan dengan menentukan target penjualan secara keseluruhan dari manajemen puncak, kemudian diteruskan ke tingkat operasional untuk pelaksanaan. Sebaliknya, pendekatan bottom-up dimulai dari unit-unit yang lebih kecil di dalam organisasi yang menyusun estimasi berdasarkan kondisi pasar yang mereka hadapi, kemudian diintegrasikan menjadi anggaran perusahaan secara keseluruhan. Selain pendekatan top-down dan bottom-up, beberapa perusahaan menerapkan pendekatan hybrid yang menggabungkan elemen dari kedua metode tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara kontrol manajerial yang kuat dari manajemen puncak dan fleksibilitas dalam pengambilan sebuah keputusan di tingkat operasional. Pendekatan hybrid memungkinkan perusahaan untuk menetapkan target penjualan yang lebih realistis dengan mempertimbangkan input dari berbagai level organisasi, sehingga meningkatkan ketepatan dalam perencanaan keuangan. Dalam proses penyusunan anggaran, perusahaan juga harus mempertimbangkan berbagai faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, tren pasar, perubahan regulasi, dan tingkat persaingan sangat mempengaruhi proyeksi penjualan. Sementara itu, faktor internal seperti kapasitas produksi, efisiensi distribusi, serta efektivitas strategi pemasaran juga harus diperhitungkan agar anggaran yang disusun benar-benar mencerminkan potensi penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan. Selain itu, teknologi juga berperan penting dalam penyusunan anggaran penjualan. Dengan adanya perangkat lunak analisis keuangan dan sistem enterprise resource planning (ERP), perusahaan dapat mengintegrasikan data historis, tren pasar, serta perkiraan permintaan dalam satu sistem yang memungkinkan pembuatan sebuah anggaran Penjualan yang lebih akurat, Konsisten dan berbasis data. Teknologi juga memungkinkan pemantauan dan penyesuaian anggaran secara real-time, sehingga perusahaan dapat lebih responsif terhadap perubahan pasar yang tidak terduga. Perusahaan yang menerapkan pendekatan penyusunan anggaran dengan analisis pasar yang mendalam cenderung memiliki anggaran yang lebih realistis dan dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis secara lebih efektif. Dengan perencanaan yang matang dan strategi yang lebih mudah, perusahaan dapat meminimalkan risiko ketidaktepatan dalam perencanaan anggaran, menghindari pemborosan sumber daya, dan meningkatkan efektivitas pencapaian target penjualan. Oleh karena itu, metode penyusunan anggaran yang sistematis dan berbasis data sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

## **3. Metode Forecasting dalam Anggaran Penjualan**

Dalam menyusun sebuah anggaran penjualan, perusahaan perlu menerapkan metode peramalan yang sesuai agar prediksi yang dihasilkan memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Metode peramalan ( Forecasting ) terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif sering kali digunakan dalam kondisi di mana data historis tidak tersedia atau kurang relevan, seperti ketika perusahaan meluncurkan produk baru. Metode ini mengandalkan intuisi, pengalaman manajerial, dan analisis pasar. Metode ini juga sering digunakan dalam industri yang menghadapi perubahan tren secara cepat, seperti industri mode atau teknologi, di mana preferensi konsumen dapat berubah dalam waktu singkat. Sebaliknya, metode kuantitatif menggunakan teknik statistik seperti analisis tren, regresi linear, dan metode least square untuk mengidentifikasi pola historis dan memproyeksikan hasil di masa mendatang. Teknik ini memanfaatkan data historis sebagai dasar untuk membuat peramalan yang lebih akurat. Perusahaan yang memiliki data penjualan yang cukup dari tahun-tahun sebelumnya dapat menggunakan metode ini untuk membuat prediksi berbasis angka yang lebih objektif. Dengan pendekatan berbasis data, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada pemikiran semata dan menghasilkan prediksi yang lebih dapat diandalkan. Kombinasi antara kedua metode ini sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan ketepatan peramalan anggaran penjualan.

Perusahaan dapat menggunakan metode kualitatif untuk menangkap tren pasar yang tidak dapat diukur dengan angka, sementara metode kuantitatif digunakan untuk memperkuat prediksi dengan data empiris. Dengan pendekatan gabungan ini, perusahaan dapat membuat perencanaan yang lebih fleksibel, menyesuaikan strategi dengan perubahan pasar, serta memastikan bahwa keputusan bisnis tetap berdasarkan informasi yang valid dan analisis yang mendalam. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan teknologi dan kecerdasan buatan dalam memperkuat model forecasting mereka. Dengan adanya perkembangan dalam analitik data dan machine learning, perusahaan dapat mengolah data dalam jumlah besar dan mengidentifikasi pola yang mungkin terlewatkan oleh metode tradisional. Teknologi ini memungkinkan pengolahan data yang lebih kompleks dan prediksi yang lebih akurat, sehingga membantu perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan produksi mereka. Dengan pemanfaatan teknologi canggih, perusahaan dapat mengantisipasi perubahan pasar dengan lebih baik dan merancang strategi penjualan yang lebih adaptif serta berbasis data.

#### **4. Evaluasi Kinerja Anggaran Penjualan**

Setelah anggaran penjualan disusun dan dilaksanakan, perusahaan harus melakukan evaluasi untuk menilai apakah anggaran yang telah ditetapkan dapat direalisasikan secara efektif dan efisien. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa target yang telah ditentukan dapat dicapai dan untuk mengidentifikasi kendala yang mungkin terjadi selama pelaksanaannya. Jika terdapat penyimpangan antara anggaran dan realisasi, maka perusahaan harus segera melakukan analisis untuk memahami penyebabnya serta mengambil langkah-langkah korektif yang diperlukan agar tujuan keuangan dan operasional tetap dapat tercapai. Salah satu teknik evaluasi yang umum digunakan adalah analisis varians, yang membandingkan anggaran dengan realisasi penjualan. Jika terdapat penyimpangan yang signifikan, perusahaan harus mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan tersebut dan merancang strategi perbaikan. Misalnya, jika realisasi penjualan lebih rendah dari yang dianggarkan, perusahaan dapat meninjau ulang strategi pemasaran, memperbaiki efektivitas tim penjualan, atau menyesuaikan harga produk agar lebih kompetitif di pasar. Sebaliknya, jika realisasi penjualan jauh melebihi anggaran, perusahaan perlu memastikan kapasitas produksi dan rantai pasokan dapat memenuhi permintaan yang meningkat. Selain analisis varians, perusahaan juga dapat melakukan evaluasi kinerja berbasis indikator keuangan dan non-keuangan. Indikator keuangan mencakup rasio efektivitas anggaran, tingkat pertumbuhan penjualan, dan margin keuntungan yang diperoleh. Sementara itu, indikator non-keuangan mencakup tingkat kepuasan pelanggan, efektivitas distribusi produk, dan kualitas layanan pasca-penjualan. Dengan menggabungkan kedua jenis indikator ini, perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberhasilan strategi penjualan yang diterapkan. Evaluasi kinerja anggaran penjualan juga harus dilakukan secara periodik, misalnya setiap kuartal atau semester, agar perusahaan dapat mengidentifikasi tren perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Dengan pemantauan yang berkala, perusahaan dapat lebih cepat merespons perubahan permintaan pasar dan mengantisipasi tantangan yang mungkin muncul. Selain itu, evaluasi yang berkelanjutan juga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan target penjualan dan anggaran dengan lebih fleksibel sesuai dengan kondisi ekonomi dan persaingan industri. Dengan melakukan evaluasi kinerja anggaran penjualan secara menyeluruh, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas perencanaan keuangan mereka serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki. Proses evaluasi ini juga memberikan wawasan berharga bagi manajemen dalam merancang strategi yang lebih baik untuk periode selanjutnya, sehingga memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan daya saing yang lebih kuat di pasar.

#### **5. Contoh Kasus Didalam Penyusunan Anggaran Penjualan**

##### **Contoh Kasus 1 : Perusahaan Elektronik**

Sebuah perusahaan elektronik ingin Menyusun Sebuah anggaran penjualannya untuk tahun depan berdasarkan data historis penjualan tiga tahun terakhir.

Adapun Data penjualan perusahaan selama tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut:

- a. Tahun 2021: 50.000 unit

- b. Tahun 2022: 55.000 unit
- c. Tahun 2023: 60.000 unit

Perusahaan ingin memprediksi jumlah unit yang harus dianggarkan untuk tahun 2024 dengan metode trend least square.

Penyelesaian :

Rumus metode trend least square :

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y = jumlah unit yang diprediksi

a = nilai tengah dari data historis

b = rata-rata kenaikan tiap tahun

X = tahun yang diprediksi (dalam skala)

Langkah-langkah Perhitungan

:

1. Hitung kenaikan rata-rata per tahun :

$$b = \frac{(60.000 - 50.000)}{(2023 - 2021)} = 5.000$$

2. Tentukan nilai a :

$$a = 50.000 + (5.000 \times 1) = 55.000$$

3. Prediksi jumlah unit tahun 2024 :

$$Y = 55.000 + (5.000 \times 2) = 65.000$$

Jadi, perusahaan perlu menganggarkan 65.000 unit untuk tahun 2024.

### Contoh Kasus 2 : Perusahaan Makanan dan Minuman

Sebuah perusahaan makanan dan minuman ingin mengevaluasi efektivitas anggaran penjualan dengan membandingkan anggaran dengan realisasi penjualan.

Berikut data anggaran dan realisasi :

- a. Anggaran penjualan : Rp 1.200.000.000
- b. Realisasi penjualan : Rp 1.100.000.000

Hitung persentase varians untuk mengevaluasi efektivitas anggaran.

Jawaban:

Rumus persentase varians :

$$\text{Varians} = \frac{\text{Realisasi} - \text{Anggaran}}{\text{Anggaran}} \times 100\%$$

Substitusi angka :

$$\text{Varians} = \frac{1.100.000.000 - 1.200.000.000}{1.200.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Varians} = \frac{-100.000.000}{1.200.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Varians} = -8.33\%$$

Karena hasil varians negatif, berarti realisasi penjualan lebih kecil dari anggaran sebesar 8.33%, yang menunjukkan bahwa target penjualan tidak tercapai. Perusahaan perlu

---

mengevaluasi strategi pemasaran, promosi, dan distribusi agar lebih optimal di periode mendatang.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Penyusunan anggaran yang akurat dan berbasis data yang valid dapat meningkatkan efektivitas, dan efisien perencanaan keuangan serta membantu perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran yang lebih optimal. Metode Peramalan yang digunakan dalam penyusunan anggaran penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketepatan estimasi yang dilakukan oleh perusahaan. Penggunaan metode kuantitatif seperti analisis tren, regresi, dan metode least square terbukti lebih akurat dibandingkan dengan metode kualitatif berbasis intuisi dan judgement. Dengan demikian, perusahaan yang mengandalkan pendekatan berbasis data memiliki kemungkinan lebih besar untuk mencapai target yang telah ditetapkan serta meminimalisir risiko varians penjualan yang besar. Selain itu, evaluasi anggaran penjualan menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan dan efektivitas anggaran yang telah disusun. Teknik analisis varians memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi penyimpangan antara anggaran dan realisasi penjualan sehingga strategi penyesuaian dapat diterapkan secara tepat waktu. Evaluasi ini juga memberikan wawasan bagi manajemen dalam menyusun strategi bisnis yang lebih baik untuk periode berikutnya. Secara keseluruhan, penyusunan anggaran penjualan yang berbasis metode Peramalan yang lebih akurat, disertai dengan evaluasi yang sistematis, dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan di pasar. Dengan adanya perencanaan yang matang dan pengelolaan anggaran yang cermat, perusahaan dapat menghadapi ketidakpastian pasar dengan lebih siap serta mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan dalam jangka panjang.

## Saran

Saran nya ialah Agar anggaran penjualan dapat berfungsi secara optimal, perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal penting. Pertama, perusahaan harus melakukan analisis data yang lebih mendalam sebelum menyusun anggaran, dengan mempertimbangkan tren historis dan kondisi pasar terkini. Dengan menggunakan teknologi informasi dan sistem keuangan yang terintegrasi, perusahaan dapat meningkatkan akurasi dalam penyusunan anggaran.

Kedua, perusahaan sebaiknya menerapkan pendekatan yang lebih mudah dalam penyusunan anggaran penjualan. Hal ini penting untuk menghadapi perubahan pasar yang dinamis dan berbagai faktor eksternal yang tidak dapat diprediksi. Dengan demikian, perusahaan perlu menyusun beberapa rencana anggaran agar dapat beradaptasi dengan cepat terhadap berbagai kondisi yang mungkin terjadi.

Ketiga, koordinasi yang baik antar departemen sangat diperlukan agar anggaran penjualan dapat diimplementasikan secara efektif. Departemen pemasaran, keuangan, dan operasional harus bekerja sama untuk memastikan bahwa anggaran yang disusun sesuai dengan kapasitas produksi dan strategi pemasaran yang diterapkan.

Terakhir, evaluasi dan monitoring anggaran penjualan harus dilakukan secara berkala. Perusahaan harus melihat dan memperhatikan kelemahan dalam penerapan anggaran dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Dengan melakukan evaluasi secara rutin, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan strategi penjualan dan mencapai target yang telah ditetapkan. Dengan menerapkan strategi yang tepat dalam penyusunan dan pelaksanaan anggaran penjualan, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Adnyana, I. M. (2020). *Penganggaran Perusahaan*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Anisah. (2019). Analisis Anggaran Penjualan Produk Susu PT. Sari. Universitas Negeri Medan.
- Anggaran Penjualan Dan Pengendalian Tingkat Produksi : Simulasi Teoritik. (2013, Januari). *Jurnal Liquidity*, 2, 1 - 9.

- 
- Ari Fianta. 2016. Analisis Anggaran sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Biaya Produksi pada CV.Konveksi Intim di BaganBatu.Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru
- Arthaswadaya Agum., (2015), Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Budgetary Slack Dengan Self Esteem Sebagai Pemoderasi (Studi Eksperimen dalam Konteks Penganggaran Partisipatif), Jurnal Akuntansi Universitas Yogyakarta.
- Darsono dan Ari Purwanti. (2010). Penganggaran Perusahaan (cet-2). Mitra Wacana Media.
- Fuad, M., Sukarno, E., Sugiarto, Cristina, M. E., & Fatima. (2020). Anggaran Perusahaan Konsep dan Aplikasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nita Purwitasari. 2017. Analisis Anggaran Penjualan atas realisasi penjualan tiga jenis pupuk pada PT. Pertani (PERSERO) wilayah Sumatera bagian Selatan.Jurnal.
- Nurhadi Ahmad, Effendy Aidil Amin (2020), Penganggaran Perusahaan, Banten : Unpam Press
- Nafarin, M. (2015). Penganggaran Perusahaan. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Lusiana, S. Y. S., Zefriyenni, & Silvia Sari. (2022). *Anggaran Perusahaan: Buku Ajar*. Selfietera Indonesia.
- Putri, Ni Putu Mia dan I Nyoman Wijana Asmara Putra. (2020). Pengaruh Partisipasi Penganggaran pada Kinerja Manajerial. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol 12 No 2.
- Sasongko, C. (2019). *Anggaran*. Salemba Empat.
- Tendi Haruman dan Sri Rahayu. 2007. Penyusunan Anggaran Perusahaan.Yogyakarta: Graha Ilmu. (Anggaran Penjualan Dan Pengendalian Tingkat Produksi : Simulasi Teoritik, 2013)
- Temalagi, S., Nugroho, A., Choiriah, S., Anasta, L., & Doktoralina, C. M. (2024). *Penganggaran Perusahaan: Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Usman, A. (2021). Metode Penyusunan Anggaran Perusahaan. Universitas Negeri Medan.
- Utari Dewi, Ari Purwanti dan Darson. (2016). Akuntansi Manajemen Edisi IV. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Welsch, Glenn A. Hilton, Ronald W. Gorgon, Paul N. 2000. Budgeting (Penyusunan Anggaran Perusahaan) : Perencanaan dan Pengendalian Laba. Jakarta:Bumi Aksara.
- Zahro, Hanifatuz dan Indira Januarti. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran terhadap Kinerja Manajerial dengan Persepsi Keadilan Anggaran sebagai Variabel Intervening. Jurnal Akuntansi & Auditing, Vol 12 No 2.