

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian dan Tujuan Anggaran**

##### **2.1.1 Pengertian Anggaran**

Anggaran adalah sebuah rencana yang disusun sistematis dalam bentuk angka yang meliputi seluruh kegiatan sebuah perusahaan untuk jangka waktu atau periode di masa yang datang. Berikut ini merupakan definisi anggaran menurut para ahli lain:

Menurut Halim dkk (2016:48) menyatakan bahwa pengertian anggaran, yaitu:

Anggaran adalah dokumen yang berisi estimasi kinerja, baik berupa penerimaan dan pengeluaran, yang disajikan dalam ukuran moneter yang akan dicapai pada periode waktu tertentu dan menyertakan data masa lalu sebagai bentuk pengendalian dan penilaian kinerja”.

Menurut Suhardi (2019:3) mengemukakan bahwa:

*Budget* dapat diartikan anggaran, yaitu merupakan suatu rencana disusun oleh perusahaan bisnis/jasa secara sistematis dan terperinci, yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif berupa unit/satuan moneter, atau bisa juga dalam berbentuk satuan barang/jasa yang berlaku pada periode tertentu”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan rencana operasi keuangan suatu organisasi yang diwujudkan dalam bentuk finansial dan disusun secara sistematis untuk periode waktu tertentu yang mencakup estimasi pengeluaran yang diusulkan dan sumber pendapatan yang akan digunakan untuk membiayai pengeluaran tersebut.

##### **2.1.2 Tujuan Anggaran**

Tujuan dari adanya anggaran dalam perusahaan adalah untuk mengestimasi biaya operasi aktivitas perusahaan ke dalam estimasi keuangan pada perusahaan. Tujuan penyusunan anggaran menurut Nafarin (2013:19) antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- b) Mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.

- c) Merasionalikan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
- d) Menyempurnakan rencana yang telah disusun karena dengan anggaran menjadi lebih jelas dan nyata terlihat.

Sedangkan, menurut Sasongko (2019:3) mengemukakan tujuan dibuat anggaran, yaitu:

1. Perencanaan anggaran memberikan arahan bagi penyusunan tujuan dan kebijakan perusahaan.
2. Koordinasi anggaran dapat mempermudah koordinasi antar bagian-bagian di dalam perusahaan.
3. Motivasi anggaran membuat manajemen dapat menetapkan target-target tertentu yang harus dicapai oleh perusahaan.
4. Pengendalian Keberadaan Anggaran di perusahaan memungkinkan manajemen untuk melakukan fungsi pengendalian atas aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan.

Berdasarkan tujuan anggaran yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan anggaran dapat dijadikan sebagai arahan untuk mempermudah kordinasi bagian didalam perusahaan yang disusun secara sistematis agar tujuan anggaran ini dapat menjadi lebih jelas dan terarah

## **2.2 Fungsi dan Manfaat Anggaran**

Peranan anggaran pada suatu perusahaan merupakan alat untuk membantu manajemen dalam melakukan pelaksanaan, fungsi perencanaan, koordinasi, pengawasan, dan juga pedoman kerja dalam menjalankan perusahaan untuk tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Sasongko (2015), kelompok fungsi anggaran yaitu:

1. Perencanaan  
Anggaran memberikan arahan bagi penyusunan tujuan dan kebijakan perusahaan.
2. Koordinasi  
Anggaran dapat mempermudah koordinasi antar bagian-bagian di dalam perusahaan.
3. Motivasi  
Anggaran membuat manajemen dapat menetapkan antara target-target tertentu yang harus dapat dicapai oleh perusahaan.

#### 4. Pengendalian

Keberadaan anggaran di perusahaan memungkinkan manajemen untuk melakukan fungsi pengendalian atas aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan di dalam perusahaan.

Menurut Munandar (2015), anggaran (budget) mempunyai tiga fungsi dan kegunaan pokok, yaitu fungsi:

1. Sebagai pedoman kerja  
Anggaran sebagai pedoman kerja dan memberikan arahan serta sekaligus memberi tugas dan target-target yang harus dicapai oleh karyawan dalam jangka waktu tertentu yang akan datang.
2. Sebagai alat pengkoordinasian kerja  
Anggaran berfungsi sebagai alat manajemen untuk mengkoordinasikan kerja seluruh bagian dalam perusahaan, agar saling menunjang, saling bekerjasama secara sinergis, dalam rangka menuju sasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian kelancaran jalannya perusahaan akan menjadi lebih terjamin.
3. Sebagai alat evaluasi (pengawasan) kerja  
Anggaran berfungsi sebagai tolak ukur, sebagai alat pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan perusahaan nanti. Ini berarti bahwa anggaran berfungsi sebagai alat manajemen untuk menilai kinerja para karyawan dalam menjalankan tugas dan kewajiban yang telah dibebankan kepada mereka.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan fungsi anggaran adalah sebagai alat untuk membantu mempermudah manajemen dalam melakukan pelaksanaan yang terkait dengan fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, dan juga pedoman kerja dalam menjalankan perusahaan untuk tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Nafarin (2017:219) menyatakan bahwa anggaran mempunyai manfaat antara lain:

1. Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama.
2. Dapat dipergunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai.
3. Dapat memotivasi pegawai
4. Menimbulkan rasa tanggung jawab pada pegawai
5. Menghindari pemborosan dan pembayaran yang kurang perlu
6. Sumber daya seperti tenaga kerja, peralatan, dan dana yang dapat dimanfaatkan seefisien mungkin.

Sedangkan, menurut Suhardi (2019:8) menyatakan bahwa Anggaran (*budget*) bermanfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai alat penilai kelebihan/kekurangan karyawan.
2. Dapat menciptakan tanggungjawab tertentu pada diri karyawan dalam bekerja.
3. Dapat menghindari terjadinya pemborosan pada pembayaran yang tidak perlu.
4. Dapat memanfaatkan sumber daya se-efektif dan se-efisien mungkin.
5. Dapat juga dijadikan sebagai sarana untuk memotivasi karyawan.

Berdasarkan manfaat anggaran yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa anggaran dapat menentukan tujuan dan sasaran untuk dapat dijadikan tolak ukur dalam mengevaluasi kinerja selanjutnya, sementara itu anggaran juga memiliki manfaat dan fungsi sebagai alat pengendalian dan perencanaan dalam perusahaan.

### **2.3 Jenis Anggaran**

Anggaran yang harus disusun suatu perusahaan terdiri dari berbagai jenis anggaran. Semua aktivitas yang direncanakan suatu perusahaan di dalam periode mendatang harus disusun di dalam suatu anggaran lengkap. Karena tanpa memiliki anggaran lengkap, maka aktivitas yang akan dilaksanakan tetapi tidak memiliki anggaran tersebut tetap diupayakan untuk dilaksanakan.

Menurut Nafarin (2015:31), anggaran dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut:

1. Segi dasar penyusunan
  - a) Anggaran variabel (*variable budget*) adalah anggaran yang disusun berdasarkan interval (kisaran) kapasitas (aktivitas) tertentu dan pada intinya merupakan suatu seri anggaran yang dapat disesuaikan pada tingkat aktivitas (kegiatan) yang berbeda.
  - b) Anggaran tetap (*fixed budget*) ialah anggaran yang disusun berdasarkan kapasitas tertentu.
2. Segi cara penyusunan
  - a) Anggaran periodik (*periodic budget*) adalah anggaran yang disusun untuk satu periode tertentu. Pada umumnya periodenya satu tahun yang disusun setiap akhir periode anggaran.
  - b) Anggaran kontinu (*continuous budget*) adalah anggaran yang dibuat untuk memperbaiki anggaran yang pernah dibuat.
3. Segi jangka waktu
  - a) Anggaran jangka pendek (*short-range budget*) adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu paling lama sampai satu tahun. Anggaran ini biasanya untuk keperluan modal kerja karena anggaran jangka pendek.

- b) Anggaran jangka panjang (*long-range budget*) adalah anggaran yang dibuat dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Anggaran ini biasanya diperlukan untuk investasi barang modal merupakan anggaran jangka panjang yang disebut dengan anggaran modal. Anggaran jangka panjang diperlukan sebagai dasar penyusunan anggaran jangka pendek. Anggaran jangka pendek disebut juga dengan anggaran strategis.
4. Segi bidang
- a) Anggaran operasional (*operational budget*) adalah anggaran untuk menyusun anggaran laba rugi. Anggaran operasional antara lain, yaitu:
    - 1) Anggaran penjualan
    - 2) Anggaran biaya pabrik
    - 3) Anggaran biaya bahan baku
    - 4) Anggaran biaya tenaga kerja langsung
    - 5) Anggaran biaya overhead pabrik
    - 6) Anggaran beban usaha
  - b) Anggaran keuangan (*financial budget*) adalah anggaran untuk menyusun anggaran neraca. Anggaran keuangan antara lain :
    - 1) Anggaran kas
    - 2) Anggaran piutang
    - 3) Anggaran sediaan
    - 4) Anggaran utang
    - 5) Anggaran neraca
5. Segi kemampuan Menyusun
- a) Anggaran komprehensif (*comprehensive budget*) adalah rangkaian dari berbagai jenis anggaran yang disusun secara lengkap. Kombinasi dari anggaran operasional dan anggaran keuangan yang disusun secara lengkap merupakan Anggaran komprehensif.
  - b) Anggaran persial (*partially budget*) adalah anggaran yang disusun secara tidak lengkap dan penyusunan anggaran hanya pada bagian tertentu saja.
6. Segi fungsi
- a) Anggaran tertentu (*appropriation budget*) adalah anggaran yang digunakan untuk tujuan tertentu dan tidak diperbolehkan digunakan untuk manfaat lain.
  - b) Anggaran kinerja (*performance budget*) adalah anggaran yang disusun berdasarkan fungsi kegiatan yang dilakukan dalam organisasi (perusahaan).
7. Segi metode penentu harga pokok produk
- a) Anggaran tradisional (*traditional budget*) atau anggaran konvensional (*conventional budget*) terdiri dari :
  - b) Anggaran fungsional (*functional based budget*) anggaran yang dibuat dengan menggunakan metode pengharga pokokan penuh (full costing) dan berfungsi untuk menyusun anggaran induk atau anggaran tetap

- c) Anggaran berdasar sifat (*characteristic based budget*) adalah anggaran yang dibuat dengan menggunakan metode pengharga pokokan variabel (*variable costing*) dan berfungsi untuk menyusun anggaran variabel.
- d) Anggaran berdasar kegiatan (*activity based budget*) adalah anggaran yang dibuat dengan menggunakan metode pengharga pokokan kegiatan (*activity based budget*) dan berfungsi untuk menyusun anggaran variabel dan anggaran induk.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis membatasi pembahasan dalam penulisan laporan akhir ini dengan ruang lingkup pembahasan agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan, maka untuk penguasaan teori yang akan penulis bahas pada anggaran operasional yaitu anggaran penjualan.

## **2.4 Keunggulan dan Kelemahan Anggaran**

Menurut Suhardi (2019:15) beberapa keuntungan yang dapat diperoleh apa bila perusahaan dapat menyusun anggaran dengan baik adalah sebagai berikut:

1. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka rencana tertentu dapat diproyeksi hasilnya, padahal rencana tersebut belum dijalani.
2. Dengan tersusunnya anggaran perusahaan/organisasi, maka dapat dijadikan pedoman kerja dalam menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
3. Sebagai sarana koordinasi antar seksi, bagian, atau divisi.
4. Sebagai sumber rasa tanggungjawab dan partisipasi aktif seluruh karyawan/antar bagian, serta dapat terciptanya *sense of participation* (perasaan ikut berperan serta).

Menurut Suhardi (2019:15), kelemahannya adalah:

1. Dalam penyusunan anggaran, estimasi yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Adakalanya juga keadaan yang dipakai sebagai dasar penyusunan anggaran itu, tiba-tiba mengalami perubahan yang signifikan. Jika hal itu terjadi maka perlu dilakukan *adjustment* secara kontinu dengan kondisi terkini agar tidak meleset terlalu jauh.
3. Anggaran mengandung unsur *uncertainty* (ketidakpastian), karena anggaran itu disusun berdasarkan asumsi.

## **2.5 Penjualan**

### **2.5.1 Pengertian Penjualan**

Menurut Abdullah (2017:23), pengertian dari penjualan adalah sebagai

berikut:

Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi

Menurut Basu (2019:8), pengertian dari penjualan adalah sebagai berikut :

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, saling mempengaruhi dan mempertimbangkan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan,

### **2.5.2 Jenis Penjualan**

Menurut Pasaribu (2018:31), adapun jenis-jenis dari penjualan, yaitu sebagai berikut:

Secara umum terdapat dua jenis penjualan yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Tetapi sebenarnya penjualan memiliki empat jenis penjualan yaitu penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, dan penjualan konsinyasi. Biasanya masyarakat umum mendefinisikan arti dari penjualan kredit dan penjualan cicilan adalah sama tetapi sebenarnya hal tersebut berbeda. Berikut ini adalah jenis-jenis dari penjualan yaitu:

1. Penjualan Tunai, adalah penjualan barang dengan pembayaran *cash* atau langsung dibayar begitu barang diserahkan.
2. Penjualan Kredit, adalah penjualan barang dengan pembayaran tempo atau menunda pembayaran.
3. Penjualan Cicilan, adalah penjualan barang dagang yang pembayarannya dilakukan secara bertahap dalam jumlah dan waktu yang telah ditentukan. Hal ini berarti bahwa produk diserahkan berdasarkan pembayaran tertangguh (*deferred-payment*) dan pada waktu produk dijual, maka penjual dibayar kembali oleh tertitip (*consignee*).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan penjualan terbagi menjadi penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, dan penjualan konsinyasi.

### 2.5.3 Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut.

Tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan menurut Basu Swastha (2010) yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapat laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengemukakan tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan adalah untuk mencapai volume penjualan, mendapatkan laba yang maksimal dengan modal sekecil-kecilnya dan menunjang pertumbuhan suatu perusahaan.

### 2.5.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penjualan

Penjualan dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Maka dari itu manajemen harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2010) adalah sebagai berikut :

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual Kondisi dan Kemampuan Penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah :
  1. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
  2. Harga barang atau jasa
  3. Syarat penjalan, seperti pembayaran dan pengiriman
- b. Kondisi pasar Pasar sebagai kelompok pembelian atau pihak yang menjadi sasaran dalam menjual dan dapat pula mempengaruhi penjualannya.
- c. Modal Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan atau membesarkan usahanya
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dalam bidangnya.

- e. Faktor-faktor lain Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan, karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan membeli barang yang sama.

## **2.6 Anggaran Penjualan**

### **2.6.1 Pengertian Anggaran Penjualan**

Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Berhasil tidaknya perusahaan tergantung pada keberhasilan meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh bagian penjualan.

Menurut Nafarin (2013), “Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya dan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Oleh karena itu, anggaran penjualan sering disebut anggaran kunci”.

Sedangkan Menurut Hery (2015:627), “Anggaran penjualan merupakan proyeksi yang disetujui oleh komite anggaran, yang menjelaskan mengenai besarnya tingkat penjualan yang diharapkan, baik dalam jumlah unit (kuantitas) maupun jumlah moneter (rupiah)”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa anggaran penjualan merupakan penyusunan rencana kerja tentang penjualan produk perusahaan pada periode waktu tertentu dimasa yang akan datang

### **2.6.2 Manfaat Anggaran Penjualan**

Menurut Nafarin (2015:19), anggaran penjualan memiliki beberapa manfaat antara lain :

1. Anggaran penjualan umumnya disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya, sehingga anggaran penjualan dijadikan sebagai dasar penyusunan anggaran lainnya. Apabila terjadi kesalahan dalam penyusunan anggaran penjualan, maka akan mengakibatkan kesalahan pada anggaran lainnya.
2. Perusahaan dikatakan berhasil jika bagian penjualan dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba secara maksimal. Agar perusahaan memperoleh laba yang maksimal, maka pendapatan penjualan diusahakan setinggi-tingginya dan beban ditekan serendah-rendahnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa manfaat anggaran, yaitu sebagai dasar menyusun anggaran lainnya dan sebagai pedoman kinerja perusahaan untuk mencapai tingkat penjualan maksimal perusahaan.

### **2.6.3 Faktor Yang Mempengaruhi Anggaran Penjualan**

Anggaran penjualan merupakan dasar penyusunan anggaran lainnya, dan pada umumnya anggaran penjualan disusun terlebih dahulu sebelum menyusun anggaran lainnya. Suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik apabila taksirantaksirannya cukup akurat, sehingga tidak akan jauh berbeda dengan realisasi data, informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun suatu anggaran. Dalam menyusun sebuah anggaran penjualan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan. Setiap faktor memiliki pengaruh pada anggaran penjualan.

Menurut Suhardi (2019:25), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Anggaran penjualan, antara lain:

1. Faktor Pemasaran  
Yang perlu dipertimbangkan seperti: Kondisi pasar yang mencakup cukup luasnya pangsa pasar perusahaan itu, melihat kondisi persaingan, apakah sudah *perfect competition, oligopoly, monopolistic, atau monopoly*, melihat keadaan konsumen, serta melihat kondisi promosi dan distribusi, bagaimana kemampuan perusahaan dalam menginformasikan produknya kepada konsumen, dan bagaimana pendistribusiannya agar produk tersebut dapat sampai kepada konsumen.
2. Faktor Keuangan (modal kerja)  
Sejauh mana kemampuan modal kerja perusahaan dalam hal mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan itu, untuk pembelian bahan baku, upaya tenaga kerja, biaya overhead, promosi/pemasaran dan lainnya.
3. Faktor ekonomis  
Yang perlu diperhatikan seperti dalam kaitannya dengan meningkatkan laba atau tidak.
4. Faktor Teknis  
Yang perlu mendapat perhatian antara lain: Kapasitas terpasang, seperti apakah mesin-mesin dan alat-alat yang dimiliki perusahaan sudah mampu memenuhi target penjualan yang dianggarkan serta bahan baku dan tenaga kerja, apakah perusahaan mendapatnya dengan mudah dan murah bahan baku, dan tenaga

kerja yang dimiliki memiliki kemampuan tinggi dalam memproduksi/memasarkan produk.

5. Faktor Kebijakan Perusahaan

Yang perlu mendapat perhatian misalnya dalam kebijakan, perusahaan berkeinginan membuat suatu produk dengan kualitas terbaik (original).

6. Faktor Perkembangan Penduduk

Misalnya peningkatan kelahiran dapat meningkatkan konsumsi susu, pakaian, mainan, dan lain-lainnya dari produk yang dijual.

7. Faktor kondisi Negara

Faktor kondisi politik, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan juga dapat mempengaruhi target penjualan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi anggaran penjualan, yaitu faktor pemasaran, faktor keuangan (modal kerja), faktor ekonomis, faktor teknis, faktor kebijakan perusahaan, dan faktor kondisi negara.

#### 2.6.4 Metode Peramalan Penjualan

Untuk menyusun peramalan penjualan, manajer penjualan dapat menggunakan beberapa metode. Menurut Suhardi (2019:47), metode yang dapat digunakan untuk menyusun ramalan penjualan, yaitu:

1. *Judgemental Methods*, merupakan suatu metode peramalan yang didasari dari pendapat seseorang, seperti pendapat para ahli/pakar, pendapat sales manager, pendapat salesman, survei konsumen, dan pendapat-pendapat lainnya. Perusahaan yang menggunakan metode ini. karena bersifat subjektif, yang selalu dipengaruhi oleh pribadi per pribadi, bisa mendapatkan pribadi yang optimis, dan mungkin juga cenderung berpendapat pesimis. Karena adanya kelemahan itu, perusahaan dapat menggunakan metode lain.
2. *Statistic Methods*, Suatu metode peramalan yang didasari dari perhitungan statistik atau matematika, seperti:
  - a. Analisis tren, dimana keadaan data yang dimiliki oleh perusahaan mengalami kenaikan (bisa juga terjadi penurunan), atau berfluktuatif (tidak beraturan) dari waktu ke waktu. Jika perusahaan memiliki data jenis ini, maka perusahaan dapat menggunakan peramalan dengan cara:
    - 1) Garis tren bebas, metode ini jenis ini dapat dikatakan sangat praktis pengerjaannya, dan sangat sederhana sekali, karena si pembuat ramalan hanya tinggal memberi garis secara bebas pada gambar grafik data, asal garis yang diberikan itu tidak berada jauh dari titik-titik data yang ada pada grafik data dimiliki.

- 2) Garis tren matematika: metode time series moment, time least square
  - 3) Garis trend semi average, yaitu metode setengah rata-rata.
- b. Analisis korelasi dan regresi
3. *Specific Purpose Methods* adalah Metode dengan tujuan khusus, seperti Analisis industri, Analisis *product line*, Analisis penggunaan akhir.

Menurut Suhardi (2020:31), analisis tren terdiri dari beberapa metode/perhitungan, diantaranya yaitu :

#### 1. Metode Garis Tren Matematika

##### a. Metode *Time Series Moment*

Metode *Time Series Moment* dapat dihitung dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

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

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

##### b. Metode *Time Least Square*

Metode *Least Square* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$b = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

##### c. Metode *Semi Average*

Metode ini membagi data menjadi dua kelompok untuk dimasukan kedalam kolom X. Menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$$b = \frac{(Rata-rata\ kelompok\ II) - (Rata-rata\ kelompok\ I)}{n}$$

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ramalan atau taksiran penjualan merupakan perkiraan penjualan pada waktu yang akan datang dan dalam waktu keadaan tertentu. Dengan kata lain peramalan bertujuan mendapatkan perkiraan yang dapat meminumkan kesalahan meramal. peramalan penjualan dapat mempengaruhi manajer dalam membuat perencanaan penjualan.