

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKAN**

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

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

Anggaran (budgeting) sebagai alat perencanaan, alat pengendalian, dan alat pengawasan dibidang keuangan yang digunakan oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang. Bagi suatu perusahaan, perusahaan, penyusunan anggaran dapat diapaki untuk mebanu aktivitas kegiatannya agar lebih terarah dan dapat menjadi referensi bagi manajemen dalam mengambil suatu keputusan.

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 menyetarkan 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 bentuk satuan barang.jasa yang berlaku pada periode tertentu”.

Menurut Sasongko (2015:71)

Anggaran merupakan rencana kegiatan yang dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif. Informasi yang dapat diperoleh dari anggran diantaranya jumlah produk dan harga jualnya untuk tahun depan”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa anggaran merupakan rencana operasi keuangan suatu organisasi yang diwujudkan dalam bentuk financial dan disusun secara sistematis untuk periode waktu ytertentu 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 menyetimakan biaya operasi aktivitas perusahaan ke dalam estimasi keuangan pada perusahaan. Tujuan penyusunan anggaran menurut Nafarin (2017:19) antara lain sebagai berikut:

- a) Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- b) Mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.
- c) Merasionalkan 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 dibuar anggaran,yaitu:

1. Perencanaan anggaran memberikan arahan bagi oenyusunan 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 diajdikan sebagai arahan untuk mempermudah koordinasi 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 Suhardi (2019:9), adapun fungsi anggaran ini yaitu:

1. Pedoman kerja perusahaan.
2. Dapat juga sebagai perencanaan terpadu.
3. Dapat dijadikan pengkoordinasian kerja (*coordinating*).

4. Sebagai alat pengawasan kerja (*controlling*).
5. Dapat dijadikan sebagai alat evaluasi

Menurut Chorry,dkk (2020:4), anggaran memiliki banyak fungsi dalam suatu perusahaan. Adapun fungsi anggaran adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat perencanaan.

Anggaran merupakan alat perencanaan yang memberikan ilustrasi mengenai beberapa alternatif ( dinyatakan secara kuantitatif) untuk dilaksanakan di masa depan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, sumber daya yang dimiliki, dan kendala-kendala yang akan dihadapi di masa depan.

2. Sebagai alat koordinasi.

Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara selaras dalam mencapai tujuan. Anggaran sangat penting untuk mengkoordinasikan rencana dari berbagai tingkatan manajemen dan departemen yang ada dalam perusahaan agar dapat berrsinergi dengan baik.

3. Sebagai alat pengendalian.

Anggaran merupakan salah satu alat untuk melakukan pengendalian dalam perusahaan. Pengendalian merupakan upaya yang ditempuh agar apa yang direncanakan dapat tercapai. Fungsi pengendalian ini dilakukan dengan membandingkan dan mengevaluasi apa yang telah dianggarkan dengan realisasinya. Selanjutnya, manajemen dapat melakukan evaluasi apakah perusahaan perlu memperbaiki perencanaan atau menyusun kembali perencanaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan fungsi anggaran adalah sebagai alat untuk membantu mempermudah manajemen dalam melakukan pelaksanaan yang terkait dengan fungsi perencanaan, fungsi pengoorganisasian, 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

Sedangkan, menurut Suhardi (2019:8), menyatakan bahwa anggaran (budget)

bermanfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai alat penilai kelebihan/kekurangan karyawan.
2. Dapat menciptakan tanggung jawab tertentu pada diri karyawan dalam bekerja.
3. Dapat menghindari terjadinya pemborosan pada pembayaran yang tidak perlu.
4. Dapat memanfaatkan sumber daya yang 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 selanjtnya, sementara itu anggaran juga memiliki manfaat dan fungsi sebagai alat penegndalian 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).

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 penggunaanteori 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 (2017:31) 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 :

1. 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 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 di atas, 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 19 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:

- a. *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.
- b. *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

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 :

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

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

b. Metode *Time Least Square*

Metode *Least Square* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

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

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

b) Metode Kuadrat

$$Y = a + bX + c(X)^2$$

Dimana:

$$\sum Y = n a + c \sum X^2$$

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

$$\sum XY = a \sum X^2 + c \sum X^4$$

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

### 2.6.5 Analisis varians

Analisis varians adalah suatu kegiatan untuk membandingkan antara kinerja standar (ramalan) dengan kinerja actual (realisasi) untuk menentukan apakah terjadi penyimpangan yang signifikan atau tidak. Varians yang signifikan tidak perlu ditindak lanjuti kecuali jika terjadi berulang-ulang atau mencerminkan

adanya potensi kesulitan. Seringkali penyebab varians adalah standar kesalahan yang sudah asing atau proses penganggaran yang kurang baik bukan berdasarkan kinerja actual.

Ada banyak cara untuk mempelajari atau menyelidiki penyimpangan agar dapat diketahui penyebabnya. Menurut Welszh, dkk (2017:31), beberapa pendekatan utama yang dapat dilakukan adanya sebagai berikut:

- 1 Mengadakan pembicaraan dengan manajemer atau supervisor pusat pertanggung jawaban yang bersangkutan.
- 2 Analisis situasi pekerjaan termasuk arus pekerjaan, koordinasi kegiatan, efektivitas pengawasan, dan hal yang mungkin terjadi.
- 3 Pengawasan langsung
- 4 Penelitian ditempat manajer
- 5 Penelitian dikelompokkan staff (dengan teliti harus ditentukan tanggung jawab)
- 6 Audit intern
- 7 Pengkajian khusus

Analisis varians mencakup analisis matematis oleh dua perangkat data untuk mendapatkan pendalaman penyebab terjadinya penyimpangan atau varians, analisis ini dilakukan dengan cara membandingkan antara anggaran dan realisasi, perbedaan antara anggaran dan realisasi ini disebut penyimpangan atau varians. Ada beberapa langkah untuk menganalisis varians yang sering diaplikasikan dalam situasi sebagai berikut:

- 1 Penyelidikan varians antara hasil actual dari periode yang berlaku dan hasil actual dari periode berikutnya, periode sebelumnya dianggap dasar.
- 2 Penyelidikan varians antara hasil actual dan biaya standar. Biaya standar dianggap dasar.
- 3 Penyelidikan varians antara hasil dan sasaran yang direncanakan atau yang dianggarkan. Sasaran yang direncanakan atau dianggarkan digunakan sebagai dasar.

Analisis varians penjualan, pentingnya keterbatasan hasil dari analisis varians dapat dimengerti dengan baik bila perhitungan diketahui. Bila perbedaannya dasar, manajemen perlu mempelajari dengan teliti untuk menentukan sebab yang mendasarinya. Setiap penyimpangan, positif atau negative harus ditelaah secara hati-hati dan alasan timbulnya penyimpangan ini harus dipahami.

Berikut ini rumus yang dapat digunakan dalam perhitungan varians menurut Haruman dan Rahayu (2017:70), yaitu:

Varians = total varians – total

Presntase Varians =  $\frac{\text{varians}}{\text{anggaran}}$  x 100%