

Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Terhadap Pendapatan Pada Warkop Madinah Pematangsiantar

Bella Elvrida Pardede¹, Prity Tiara Diza², Gaby Jennyfer Capriati Br Damanik³, Elfina Okto Posmaida Damanik⁴

¹⁻⁴Universitas Simalungun, Indonesia

Alamat: Jl. Sisingamangaraja Barat, Bah Kapul, Kec. Siantar Sitalasari, Kota Pematang

Korespondensi penulis: bellapardede2021@gmail.com

Abstract. This research aims to analyze the sales budget and its effect on income at Warkop Madinah. A sales budget is an important element in business financial planning, serving as a guideline for managing income and expenses. This research uses a quantitative descriptive approach by analyzing sales, budget and income data during a certain period. The research results show that preparing an effective sales budget can increase the accuracy of revenue planning, optimize resource allocation, and support the achievement of revenue targets. However, several obstacles were also found in the budget preparation process, such as fluctuations in raw material prices and changes in customer consumption patterns. Therefore, this research recommends the application of budget methods based on historical data and market analysis to increase the efficiency and effectiveness of financial planning at Warkop Madinah.

Keywords: Sales Budget, Madinah Warkop Income.

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyusunan anggaran penjualan dan pengaruhnya terhadap pendapatan di Warkop Madinah. Anggaran penjualan merupakan elemen penting dalam perencanaan keuangan bisnis, yang berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menganalisis data penjualan, anggaran, dan pendapatan selama periode tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan anggaran penjualan yang efektif dapat meningkatkan akurasi perencanaan pendapatan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, dan mendukung pencapaian target pendapatan. Namun, ditemukan juga beberapa kendala dalam proses penyusunan anggaran, seperti fluktuasi harga bahan baku dan perubahan pola konsumsi pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan penerapan metode anggaran berbasis data historis dan analisis pasar untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perencanaan keuangan di Warkop Madinah.

Keywords: Sales Budget, Madinah Warkop Income, Analisis Penyusunan

1. LATAR BELAKANG

Perencanaan keuangan yang baik menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha, termasuk dalam sektor usaha kecil dan menengah (UKM) seperti warung kopi (warkop). Salah satu aspek penting dalam perencanaan keuangan adalah penyusunan anggaran pendapatan, yang berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efisien. Warkop Madinah, sebagai salah satu pelaku usaha di sektor ini, menghadapi tantangan dalam memastikan stabilitas pendapatan di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen.

Warung kopi (warkop) saat ini menjadi salah satu sektor usaha kecil yang memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian, terutama di tengah meningkatnya tren konsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Warkop Madinah, sebagai salah satu pelaku usaha di sektor ini, menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu upaya penting untuk mengatasi tantangan tersebut adalah melalui penyusunan anggaran pendapatan yang terencana dan terarah.

Penyusunan anggaran pendapatan yang baik tidak hanya membantu mengidentifikasi potensi sumber pendapatan, tetapi juga memungkinkan pengelola usaha untuk memprediksi kebutuhan operasional dan mengambil keputusan strategis. Namun, berdasarkan pengamatan awal, Warkop Madinah belum memiliki sistem penyusunan anggaran yang terstruktur, sehingga berpotensi menghadapi ketidakstabilan pendapatan dan kesulitan dalam mencapai target keuangan.⁸

Anggaran pendapatan berperan sebagai alat perencanaan keuangan yang membantu pelaku usaha dalam memprediksi arus kas masuk, mengelola sumber daya, dan mengambil keputusan strategis. Namun, Warkop Madinah diketahui belum memiliki sistem penyusunan anggaran yang optimal, sehingga rentan terhadap risiko ketidaksesuaian antara target dan realisasi pendapatan. Kondisi ini dapat menghambat pengelolaan usaha yang efektif, terutama dalam menghadapi fluktuasi permintaan konsumen dan biaya operasional yang tidak terduga

Anggaran pendapatan berperan sebagai alat perencanaan keuangan yang membantu pelaku usaha dalam memprediksi arus kas masuk, mengelola sumber daya, dan mengambil keputusan strategis. Namun, Warkop Madinah diketahui belum memiliki sistem penyusunan anggaran yang optimal, sehingga rentan terhadap risiko ketidaksesuaian antara target dan realisasi pendapatan. Kondisi ini dapat menghambat pengelolaan usaha yang efektif, terutama dalam menghadapi fluktuasi permintaan konsumen dan biaya operasional yang tidak terduga

⁸Melalui analisis terhadap penyusunan anggaran pendapatan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dalam perencanaan keuangan yang ada, serta memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan efektivitas anggaran dan mendukung

pertumbuhan usaha. Dengan pengelolaan anggaran yang lebih baik, diharapkan Warkop Madinah dapat lebih kompetitif dan beradaptasi dengan dinamika pasar, sekaligus memaksimalkan potensi pendapatan.

2. KAJIAN TEORITIS

ANGGARAN

Anggaran merupakan alat akuntansi yang dapat membantu pimpinan perusahaan dalam merencanakan dan mengendalikan operasi perusahaan. Anggaran memperlihatkan bagaimana sumber daya yang diharapkan akan diperoleh dan dipakai selama periode waktu tertentu. Anggaran juga digunakan untuk mengarahkan suatu kegiatan dan juga sebagai alat perbandingan dalam mengukur hasil pelaksanaan kegiatan, sehingga proses pelaksanaan terkendali.

M. Nafarin (2007:11) menyatakan, “Anggaran adalah rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang.” Menurut Garrison, Norren and Brewer (2007:4), “Anggaran adalah rencana terperinci tentang perolehan dan penggunaan sumber daya keuangan dan sumber daya lainnya selama suatu periode waktu tertentu.”

Dari beberapa definisi yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa Anggaran merupakan rencana yang dilaksanakan oleh suatu organisasi untuk masa yang akan datang dalam jangka waktu tertentu dan dinyatakan dalam satuan uang.

JENIS-JENIS ANGGARAN

Menurut Rudianto (2009:7) dalam bukunya yang berjudul Penganggaran, anggaran perusahaan terdiri dari berbagai jenis anggaran sebagai berikut:

1. Anggaran Operasional

Anggaran operasional adalah rencana kerja perusahaan yang mencakup semua kegiatan utama perusahaan dalam memperoleh pendapatan di dalam suatu periode tertentu. Karena itu, anggaran operasional mencakup:

a. Anggaran Pendapatan

Anggaran pendapatan merupakan rencana yang dibuat perusahaan untuk memperoleh

pendapatan pada kurun waktu tertentu.

b. Anggaran Biaya

Anggaran biaya merupakan rencana biaya yang akan dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan yang direncanakan. Anggaran biaya dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Anggaran biaya tenaga kerja langsung adalah rencana besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar biaya tenaga kerja yang terlibat secara langsung di dalam proses produksi dalam suatu periode tertentu di masa mendatang.
- 2) Anggaran biaya overhead adalah rencana besarnya biaya produksi di luar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 3) Anggaran biaya pemasaran adalah rencana tentang besarnya biaya distribusi yang akan dikeluarkan perusahaan untuk mendistribusikan produknya.
- 4) Anggaran biaya administrasi dan umum adalah biaya yang direncanakan untuk operasi kantor administratif di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang.

c. Anggaran Laba

Anggaran laba adalah besarnya laba yang ingin diperoleh perusahaan di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang. Anggaran laba sebenarnya merupakan gabungan dari anggaran pendapatan dan anggaran biaya

1. Anggaran Keuangan

Anggaran keuangan adalah anggaran yang berkaitan dengan rencana pendukung aktivitas operasi perusahaan. Anggaran ini tidak berkaitan langsung dengan aktivitas perusahaan untuk menghasilkan dan menjual produk perusahaan. Anggaran ini merupakan pendukung upaya perusahaan untuk menghasilkan dan menjual produk perusahaan. Anggaran keuangan mencakup beberapa jenis anggaran, yaitu:

- a. Anggaran Investasi adalah rencana perusahaan untuk membeli barang-barang modal atau barang-barang yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk perusahaan di masa mendatang dalam jangka panjang, seperti pembelian dan pembangunan gedung kantor,

bangunan pabrik, pembelian mesin, pembelian tanah, dan sebagainya.

b. Anggaran Kas adalah rencana aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan di dalam suatu periode tertentu, beserta penjelasan tentang sumber-sumber penerimaan dan pengeluaran kas tersebut.

c. Proyeksi Neraca adalah kondisi keuangan yang diinginkan perusahaan di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang. Berarti, dalam proyeksi neraca tersebut mencakup jumlah harta ingin dimiliki perusahaan beserta kewajiban-kewajiban yang harus diselesaikan perusahaan di masa mendatang

FUNGSI ANGGARAN

Menurut Mardiasmo (2009:71) dalam bukunya Akuntansi Sektor Publik anggaran sektor publik memiliki beberapa fungsi utama, yaitu:

1. Anggaran sebagai alat perencanaan (Planning Tool)

Anggaran sektor publik dibuat untuk merencanakan tindakan apa yang akan dilakukan oleh sektor publik dari belanja perusahaan tersebut.

2. Anggaran sebagai alat pengendalian (Control Tool)

Anggaran sebagai instrumen pengendalian digunakan untuk menghindari adanya pengeluaran yang terlalu besar atau adanya penggunaan dana yang tidak semestinya dalam pengalokasian anggaran pada bidang lain yang bukan merupakan prioritas.

3. Anggaran sebagai alat kebijakan fiskal (Fiscal Tool)

Anggaran sebagai alat kebijakan fiskal pemerintah digunakan untuk menstabilkan ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Melalui anggaran publik tersebut dapat diketahui arah kebijakan fiskal pemerintah, sehingga dapat dilakukan prediksi-prediksi dan estimasi ekonomi.

4. Anggaran sebagai alat koordinasi dan komunikasi (Coordination and Communication Tool)

Anggaran publik merupakan alat koordinasi antar bagian dalam pemerintah. Anggaran publik yang disusun dengan baik akan mampu mendeteksi terjadinya inkonsistensi suatu

unit kerja dalam pencapaian tujuan organisasi. Anggaran harus dikomunikasikan ke seluruh bagian organisasi untuk dilaksanakan.

5. Anggaran sebagai alat penilaian kinerja (Performance Measurement Tool)

Anggaran merupakan wujud komitmen dari budget holder (eksekutif) kepada pemberi wewenang (legislatif), kinerja eksekutif akan dinilai berdasarkan pencapaian target anggaran dan efisiensi pelaksanaan anggaran. Kinerja manajer publik dinilai berdasarkan berapa yang berhasil dicapai dikaitkan dengan anggaran yang telah ditetapkan. Anggaran merupakan alat yang efektif untuk pengendalian dan penilaian kinerja.

6. Anggaran sebagai alat motivasi (Motivation Tool)

Anggaran dapat digunakan sebagai alat untuk memotivasi manajer dan stafnya secara ekonomis, efektif, dan efisien dalam mencapai target dan tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

DEFENISI EFEKTIVITAS

Menurut Mahmudi (Apriliyana, 2017:3), efektivitas merupakan perbandingan antara hasil yang diharapkan (*target*) dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Hasil atau *target* yang diharapkan merupakan *outcome* sedangkan hasil yang dicapai merupakan *output*. Efektivitas membandingkan antara *outcome* dan *output* yang berfokus pada *outcome* (hasil). Suatu organisasi, program, atau kegiatan dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan bisa memenuhi tujuan yang diharapkan, atau dengan kata lain anggaran digunakan secara tepat (*spending wisely*)

Adapun kriteria tingkat efektivitas penerimaan pendapatan menurut Mahmudi (Apriliyana, 2017), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Efektivitas

| Persentase Efektivitas | Kriteria Efektivitas |
|------------------------|----------------------|
| >100% | Sangat Efektif |
| 90% - 99% | Efektif |
| 75% - 89% | Cukup Efektif |

| | |
|------------|---------------|
| $2 < 75\%$ | Tidak Efektif |
|------------|---------------|

Sumber: Warkop Madinah Pematangsiantar (2024).

DEFENISI EFISIENSI

Menurut Mahmudi (Apriliyana, 2017:4), efisiensi merupakan hubungan antara *output* berupa barang atau jasa yang dihasilkan dengan sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan *output* tersebut. Merupakan perbandingan antara *output* dengan input. Suatu organisasi dikatakan efisien apabila mampu menghasilkan *output* tertentu dengan input serendah rendahnya, atau dengan *input* tertentu mampu menghasilkan *output* sebesar-besarnya. Efisien berarti pembelanjaan anggaran secara cermat (*spending well*).

Tabel 2. Kriteria Efisiensi

| Persentase Efisiensi | Kriteria Efisiensi |
|-----------------------------|---------------------------|
| <60% | Sangat Efisien |
| 60% - 80% | Efisien |
| 80% - 90% | Cukup Efisien |
| 90% - 100% | Kurang Efisien |
| >100% | Tidak Efisien |

Sumber:

Madinah Pematangsiantar (2024).

Warkop

PENJUALAN

Menurut Mulyadi (2010) penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai. Moekijat (2010) berpendapat bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dari beberapa pengertian mengenai penjualan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan terus berkembang.

ANGGARAN PENJUALAN

Menurut Tendi Haruman dan Sri Rahayu (2007) anggaran penjualan ialah budget yang direncanakan secara lebih terperinci penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan serta tempat atau daerah penjualannya. Menurut Darsono dan Ari Purwanti (2010), anggaran penjualan adalah rencana pendapatan (revenue) perusahaan dalam kurun waktu satu tahun atau lebih. Sedangkan 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

Dari beberapa pengertian mengenai penjualan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan terus berkembang. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan merupakan anggaran dasar yang disusun terlebih dahulu sebelum anggaran lain yang memuat rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah (kuantitas), harga barang, waktu penjualan, tempat penjualan, serta pendapatan (revenue) perusahaan dalam kurun waktu tertentu

3. METODE PENELITIAN

Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah semua data yang langsung memberikan data langsung kepada pengumpulan data. Di ambil oleh peneliti di lapangan dengan menggunakan berbagai teknik seperti wawancara dan pengamatan langsung. (Sugiyono, 2008).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini data sekunder adalah informasi tentang biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya

dengan menggunakan data berupa angka. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan, meneliti, dan mendeskripsikan sesuatu yang dipelajari, serta menarik kesimpulan dari fenomena yang diamati.

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Instrumen Analisis Data

a. Analisis Efektivitas Pendapatan

Menghitung tingkat efektivitas pendapatan menggunakan rasio pendapatan dengan rumus berikut :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pendapatan}}{\text{Target Penerimaan Pendapatan}} \times 100\%$$

b. Analisis Efisiensi Belanja

Menghitung efisiensi belanja menggunakan rasio efisiensi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Belanja}}{\text{Anggaran Belanja}} \times 100\%$$

Hasil Analisis Anggaran dan Realisasi Kas Tahun 2023

| No | Uraian | Anggaran | Realisasi | (%) | Keterangan |
|-----|-----------------------------|-----------------|----------------|------|----------------|
| | I.Penerimaan kas | | | | |
| 1. | Pendapatan Usaha | Rp. 200.000.000 | Rp.195.000.000 | 98% | Cukup Efektif |
| | Total penerimaan kas | Rp. 200.000.000 | Rp.195.000.000 | 98% | Cukup Efektif |
| | II.Pengeluaran kas | | | | |
| 1. | Biaya bahan baku | Rp. 35.000.000 | Rp. 30.000.000 | 85 % | Cukup Efisien |
| 2. | Sewa tempat | Rp. 6.500.000 | Rp. 6.000.000 | 93 % | Kurang Efisien |
| 3. | Biaya tenaga kerja | Rp. 37.000.000 | Rp. 36.000.000 | 98 % | Kurang Efisien |
| 24. | Biaya listrik2 | Rp. 4.000.000 | Rp. 3.600.000 | 90 % | Kurang Efisien |
| 5. | Biaya Wifi | Rp. 4.500.000 | Rp. 4.200.000 | 93 % | Kurang Efisien |
| 6. | Biaya air | Rp. 3.000.000 | Rp. 2.400.000 | 80 % | Efisien |
| 7. | Biaya perlengkapan | 2Rp. 6.500.000 | Rp. 4.000.000 | 60 % | Efisien |
| | Total pengeluaran | Rp. 96.500.000 | Rp. 85.000.000 | 88% | Cukup Efisien |

Sumber: Warkop Madinah Pematangsiantar (2024).

KESIMPULAN

Dari hasil analisis anggaran penjualan terhadap pendapatan Warkop Madinah, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang erat antara perencanaan anggaran yang tepat dengan pencapaian pendapatan yang optimal. Perencanaan anggaran penjualan yang baik dapat menjadi acuan untuk menilai seberapa efektif usaha dalam mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan. Dalam analisis ini, ditemukan bahwa anggaran penjualan yang disusun belum sepenuhnya mencerminkan kondisi riil dan perubahan pasar yang terjadi. Dalam analisis ini, terlihat bahwa adanya ketidaksesuaian antara anggaran penjualan dan pendapatan aktual dapat disebabkan oleh beberapa faktor eksternal maupun internal, seperti perubahan preferensi konsumen, persaingan yang meningkat, dan pengelolaan sumber daya yang kurang optimal. Oleh karena itu, penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi secara berkala dan melakukan penyesuaian terhadap strategi penjualan guna mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan. Ketidaksesuaian antara anggaran dan pendapatan aktual menunjukkan bahwa perlu adanya perbaikan dalam proses perencanaan dan pengawasan anggaran, seperti penyesuaian terhadap fluktuasi permintaan konsumen atau promosi yang lebih intensif. Secara keseluruhan, kesuksesan dalam mencapai target pendapatan Warkop Madinah sangat bergantung pada kemampuan untuk merancang anggaran penjualan yang lebih realistis dan responsif terhadap perubahan pasar. Dengan perbaikan dalam pengelolaan anggaran dan evaluasi rutin, Warkop Madinah berpotensi untuk meningkatkan kinerja pendapatan dan memperkuat posisinya di pasar. Selain itu, penggunaan data historis dan tren pasar juga perlu dimanfaatkan untuk meningkatkan akurasi anggaran penjualan di masa depan. Secara keseluruhan, dengan perencanaan yang lebih matang dan implementasi yang lebih efisien, Warkop Madinah dapat meningkatkan pendapatannya secara berkelanjutan dan mencapai kestabilan finansial yang lebih baik.

SARAN

1. Meningkatkan Kualitas Perencanaan Anggaran:

Warkop Madinah perlu menyusun anggaran penjualan secara lebih terstruktur dengan mempertimbangkan data historis penjualan, analisis pasar, dan proyeksi pendapatan.

2. Pelatihan Manajemen Keuangan:

Pemilik atau pengelola warkop sebaiknya mengikuti pelatihan dasar manajemen keuangan, khususnya terkait penyusunan anggaran dan strategi pemasaran.

3. Monitoring dan Evaluasi:

Anggaran yang telah disusun harus dievaluasi secara berkala untuk memastikan kesesuaian dengan realisasi penjualan. Dengan begitu, Warkop Madinah dapat mengetahui kelemahan yang perlu diperbaiki.

4. Inovasi Produk dan Promosi:

Selain fokus pada anggaran, warkop juga perlu berinovasi dalam pengembangan produk dan strategi promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan, sehingga pendapatan dapat meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad tomu, and Felisia angreyani. "Analisis Anggaran Kas Sebagai Alat Perencanaan Dan Pengendalian Pada Toko Phaleng Collection & Custom." *Jurnal ULET* 5, no. 1 (2021): 39–57.
- Aini, Nurul, Trisnia Widuri, and Kukuh Harianto. "Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan CV Senapan123.Com Di Kabupaten Kediri." *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)* Vol.1, No., no. 4 (2023): 238–48. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.378>.
- Andriyani, Siti, Siti Nur Aisyah, Bella Sumberliana, and Rachmat Agus Susanto. "Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada Pt. Indofood Tbk." *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (2024): 139–48. <https://doi.org/10.34005/akrual.v5i2.3630>.
- Arwin, Wiliam Lius, Siska Mediyanti, Rina Friska B Siahaan, and Tasik Utama. "Analisis Penyusunan Anggaran Pada CV. Buana Raya Medan." *Jurnal Ilmiah Simantek* 3, no. 1 (2019): 1–12.
- Faizin, Erik Kustianto, and Firda Zulfa Fahriani. "Penyusunan Anggaran Penjualan Dan Anggaran Produksi Untuk Maksimalisasi Laba Pada Umkm Rukun Di Blitar." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8, no. 2 (2023): 518–28. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2544>.
- Iik, Ade. "Analisis Penerapan Forecasting Dalam Penentuan Anggaran Penjualan Dan Implikasinya Terhadap Peningkatan Penjualan Perusahaan." *Jurnal Ekonologi* 4, no. 1 (2017): 195–202.
- Kurniawati, Dessi, Jamiyla Jamiyla, and Trie Sartika Pratiwi. "Analisis Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pt Wahana Persada Karton Palembang." *Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini 8, no. 1 (2018): 61–66.
<https://doi.org/10.36982/jiegmk.v8i1.301>.

Mulyani, Sri, Diana Hayati, and Ayu Novita Sari. “Analisis Metode Peramalan (Forecasting) Penjualan Sepeda Motor Honda Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Pada PT Trio Motor Martadinata Banjarmasin.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 14, no. 1 (2021): 178–89.

Noor, Aris Setia. *Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan Dan Pengendalian Laba Desain Sampul Dan Tata Letak*, 2019.

Septianti, Raisya Putri, and Neneng Dahtiah. “Penerapan Metode Peramalan Dalam Menyusun Anggaran Penjualan Dan Anggaran Produksi Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi Pada LAF Project.” *Indonesian Accounting Literacy Journal* 1, no. 3 (2021): 490–503. <https://doi.org/10.35313/ialj.v1i3.3166>.

