

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan jual beli online menjadi favorit di kalangan masyarakat karena prosesnya yang cepat dan mudah, sehingga menghemat waktu bagi mereka yang sibuk dan tidak punya banyak waktu untuk berbelanja. Selain itu, kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan beragam promo menarik semakin menambah daya tarik transaksi online.

Dalam melakukan jual beli online, masyarakat dapat dengan mudah memilih dan membeli berbagai produk yang tersedia di situs jual beli online. Produk-produk yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari produk kecantikan, aksesoris, kebutuhan rumah tangga, elektronik, otomotif, pakaian, peralatan olahraga, alat pertanian, hingga makanan, minuman, dan perlengkapan bayi, yang dilengkapi dengan deskripsi produk dari penjual (Ambawani & Mukarromah, 2020).

Pemasaran media sosial mencakup semua aktivitas dan strategi yang diterapkan di platform jaringan sosial untuk mendorong pembentukan prospek, memperluas jangkauan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pemasaran melalui media sosial dapat dianggap sebagai cara untuk melayani pelanggan melalui hubungan sosial. Tujuan utama pemasaran ini adalah membangun hubungan dengan pelanggan dan memperluas pasar, diikuti dengan membangun loyalitas jangka panjang dengan mereka (Sriyanto & Fatimah, 2021).

Media sosial berperan dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dengan biaya yang relatif rendah. Membangun citra sebuah merek bukanlah hal yang mudah, memerlukan upaya yang signifikan. Karena media sosial sangat bergantung pada konten, penting untuk menciptakan konten yang menarik dan berkualitas. Sebagai contoh, unggahan foto dan video harus memiliki kualitas yang baik agar dapat menarik perhatian konsumen. Ketika konten yang disajikan menarik perhatian konsumen, kesadaran terhadap merek

akan meningkat secara bertahap. Hal ini memungkinkan penghematan biaya promosi dibandingkan dengan cara tradisional, seperti menyebarkan brosur atau membayar iklan. Meskipun pemasaran modern sudah banyak dilakukan, pelaku bisnis tetap perlu mengintegrasikannya dengan metode tradisional, seperti menggunakan testimoni atau tanggapan pelanggan terhadap merek. Strategi ini juga efektif dalam meyakinkan pelanggan dan memperkuat pemasaran (Sriyanto & Fatimah, 2021).

Anggaran sebagai sebuah sistem tampaknya cukup layak digunakan sebagai alat untuk perencanaan, koordinasi, dan pengendalian seluruh kegiatan organisasi. Keberadaan anggaran memungkinkan organisasi menyusun perencanaan dengan lebih baik, sehingga koordinasi dan pengendalian dapat dilakukan dengan lebih efektif. Dari gambaran ini, terlihat pentingnya perencanaan dan pengawasan yang baik, yang hanya bisa dicapai oleh manajemen dengan mempelajari, menganalisis, dan mempertimbangkan secara seksama berbagai kemungkinan, alternatif, serta konsekuensi yang mungkin terjadi (Hasrina & Marthalia, 2021).

Anggaran penjualan mencantumkan jumlah unit barang atau jasa beserta harga yang diharapkan dapat dijual oleh perusahaan di masa mendatang. Anggaran ini menjadi dasar bagi penyusunan seluruh anggaran lain dalam perusahaan. Mengingat tantangan dalam menghadapi pasar yang kompetitif, anggaran penjualan harus disusun terlebih dahulu sebelum anggaran lainnya. Anggaran penjualan yang dirancang dengan baik diharapkan mampu mencerminkan berbagai tingkat keuntungan yang mungkin dicapai oleh perusahaan.

Penjualan merupakan kegiatan yang sangat berpengaruh bagi perusahaan dagang. Penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberlangsungan anggaran penjualan suatu perusahaan. Saat membuat anggaran, perkiraan penjualan diperlukan sebagai dasar manajemen untuk membuat rencana untuk tahun berikutnya.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, pengelolaan stok yang efektif menjadi salah satu kunci utama dalam menunjang keberhasilan penjualan dan efisiensi

operasional perusahaan. Crocus Official, sebagai salah satu pelaku usaha di industri fashion, dituntut untuk mampu menyeimbangkan antara permintaan pasar dengan ketersediaan produk. Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan adalah ketidaksesuaian antara manajemen stok dan anggaran penjualan yang telah ditetapkan.

Manajemen stok yang tidak selaras dengan anggaran penjualan mengakibatkan berbagai permasalahan yang berdampak langsung pada performa bisnis. Salah satunya adalah terjadinya kekosongan stok (*stock out*) saat permintaan tinggi, sehingga menyebabkan kehilangan potensi penjualan. Sebaliknya, penumpukan stok (*overstock*) pada produk yang kurang diminati menimbulkan beban biaya penyimpanan dan risiko kerugian akibat produk yang tidak terjual. Berdasarkan observasi awal, Crocus Official mengalami beberapa ketidaksesuaian antara jumlah produk yang disiapkan dengan target penjualan yang telah direncanakan. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan dalam proses perencanaan dan pengendalian stok yang tidak didasarkan pada data penjualan historis dan tren pasar yang akurat.

Awal mula di tahun 2015 crocus hanya menjual aksesoris pelindung hp yang di jual melalui media sosial instagram dengan cara pembelian yang masih manual melalui pesan text di line dan WhatsApp. Seiring perkembangan zaman dan maraknya toko online di Indonesia, pada akhir tahun 2015 pemilik membuka toko online shopee. Dikarenakan mudahnya penggunaan toko online shopee dan semakin banyak pembeli di toko online tersebut, kemudian di tahun 2016 mencoba menambah barang jualan yaitu aksesoris lampu hias dan kacamata wanita. Di tahun 2017 sudah memiliki modal yang cukup, owner mencoba mengembangkan usaha toko online crocus dengan menjual produk celana kulot wanita, ternyata mendapat sambutan yang luar biasa dari pembeli. Yang awalnya hanya menjual satu jenis celana, di tahun 2024 ini merk crocus menjual ratusan jenis produk pakaian jadi wanita yang berfokus hanya dijual di toko online shopee.

Sejak tahun 2015, owner bekerja sendiri hingga akhirnya di tahun 2024 ini memiliki beberapa karyawan yang membantu untuk mengirimkan pesanan dan

bagian untuk menjadi host live streaming untuk menjual produk secara live. Tujuan utama crocus adalah bisa membantu banyak orang dengan membuka lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya. Untuk mengelola anggaran penjualan sendiri Crocus Official memiliki karyawan dibidang keuangan.

Crocus Official, sebagai brand fashion lokal yang sedang berkembang, secara aktif mengalokasikan dana untuk berbagai kegiatan promosi, baik secara online maupun offline. Namun, dalam pelaksanaannya, terdapat indikasi bahwa anggaran promosi yang dikeluarkan belum sepenuhnya sejalan dengan potensi atau realisasi *Return on Investment (ROI)* yang diperoleh. Ketidaksesuaian ini ditunjukkan dengan tingginya biaya promosi yang dikeluarkan, namun tidak diiringi dengan peningkatan penjualan atau engagement yang signifikan. Misalnya, dalam beberapa kampanye digital marketing yang dijalankan melalui media sosial atau endorsement, hasil konversi ke penjualan tidak menunjukkan nilai yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini mengindikasikan kurangnya efektivitas perencanaan dan evaluasi dalam penggunaan anggaran promosi.

Masalah ini tidak hanya berdampak pada efisiensi keuangan perusahaan, tetapi juga mencerminkan perlunya peningkatan dalam analisis pasar dan strategi pemasaran. Tanpa adanya evaluasi yang akurat terhadap ROI dari setiap aktivitas promosi, perusahaan berisiko membuang sumber daya pada kanal atau metode promosi yang kurang efektif. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis penyebab ketidaksesuaian antara anggaran promosi dan ROI di Crocus Official.

**Tabel 1.1 Anggaran dan Realisasi Penjualan  
Crocus Official  
Tahun 2022-2025**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Selisih</b>
2022	Rp 10.000.000.000	Rp 10.762.542.621	Rp (762.542.621)
2023	Rp 6.000.000.000	Rp 5.201.013.428	Rp 798.986.572
2024	Rp 7.200.000.000	RP 4.160.952.186	Rp 3.039.047.814

**Sumber: Crocus Official (2024)**

Dalam upaya mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, online shop Crocus Official menyusun anggaran penjualan setiap tahunnya. Namun, dalam pelaksanaannya, realisasi penjualan sering kali tidak sesuai dengan anggaran yang direncanakan. Hal ini terlihat dari data anggaran dan realisasi penjualan selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2022 hingga 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya penurunan efektivitas dalam pencapaian target penjualan yang perlu dianalisis lebih lanjut. Penurunan realisasi terhadap anggaran dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi pasar, strategi pemasaran yang kurang optimal, atau faktor internal lainnya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi penyebab ketidaksesuaian antara anggaran dan realisasi agar dapat dilakukan perbaikan dan penyesuaian strategi di masa mendatang.

Perubahan kondisi pasar merupakan tantangan dinamis yang harus dihadapi oleh setiap pelaku usaha, termasuk dalam industri fashion yang sangat dipengaruhi oleh tren, musim, dan perilaku konsumen. Crocus Official, sebagai brand fashion lokal yang tengah berkembang, tidak terlepas dari dampak fluktuasi pasar, baik dari sisi permintaan maupun persaingan. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi Crocus Official adalah ketidakstabilan permintaan pasar. Perubahan tren fashion yang cepat, pergeseran preferensi konsumen, hingga pengaruh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan media sosial dapat menyebabkan lonjakan atau penurunan permintaan dalam waktu

singkat. Hal ini berdampak pada kesulitan dalam memprediksi kebutuhan pasar secara akurat, sehingga perencanaan produksi, stok, dan strategi penjualan menjadi tidak optimal. Fenomena ini juga didukung oleh penelitian Yuliani al., (2021) yang menemukan bahwa usaha mikro dan kecil berbasis fashion mengalami kesulitan dalam mengelola perencanaan stok akibat perubahan tren yang cepat, serta oleh studi Moko & Dhara Dyah Wulandari (2022) yang menunjukkan bahwa keberhasilan strategi penjualan sangat dipengaruhi oleh ketepatan waktu peluncuran produk dan kemampuan adaptasi terhadap kondisi pasar.

Hal ini membuat perusahaan kesulitan dalam memprediksi kebutuhan pasar secara akurat, yang pada akhirnya berdampak pada perencanaan produksi, stok, dan strategi penjualan. Ketidakstabilan ini dapat menghambat pencapaian target bisnis, menurunkan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan risiko kerugian operasional. Oleh karena itu, penting bagi Crocus Official untuk memahami dan menganalisis secara mendalam dampak dari perubahan kondisi pasar yang tidak stabil, serta menyusun strategi adaptif yang mampu merespons tantangan tersebut secara efektif

Setelah melakukan wawancara dengan owner Crocus sendiri dimulai sejak tahun 2015 crocus terus bertumbuh dan selalu naik tren penjualannya dari tahun ke tahun. Tetapi di tahun 2022 tren penjualan semakin menurun hingga 2023 menyebabkan terdapat produk yang tidak laku terjual karena sudah tidak laku dipasaran. Kemudian naik kembali di tahun 2024 ini jika dibandingkan dengan tahun 2023 yang lalu. Fenomena ini menunjukkan adanya keterlambatan dalam membaca tren pasar serta perencanaan produk yang kurang tepat. Produk yang awalnya diprediksi akan laku justru tidak diminati, karena tren yang berlaku di pasar telah bergeser. Akibatnya, perusahaan harus menanggung beban dead stock yang tidak hanya mengikat modal tetapi juga memakan biaya penyimpanan dan berisiko menjadi kerugian. Masalah ini mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap strategi riset pasar, waktu peluncuran produk, serta manajemen siklus hidup produk agar lebih responsif terhadap perubahan pasar.

Untuk penjualan di tahun 2024 penjualan mengalami peningkatan tetapi di pertengahan tidak stabil kembali karena terdapat produk yang mengalami keterlambatan pengiriman disebabkan *Purchase Order* (PO) yang memakan waktu lama sehingga beberapa pembeli membatalkan pesanan dan memberikan bintang satu saat paket sudah sampai hal tersebut sangat mempengaruhi algoritma penjualan. Proses pengadaan barang dan distribusi yang efisien sangat penting dalam memastikan kepuasan pelanggan dan menjaga kelancaran operasional perusahaan. Crocus.Official menghadapi permasalahan dalam bentuk keterlambatan pengiriman produk kepada pelanggan, yang disebabkan oleh proses *Purchase Order* (PO) yang memakan waktu terlalu lama.

Keterlambatan ini tidak hanya menurunkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memengaruhi reputasi perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Lambatnya proses PO dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti koordinasi yang kurang efektif dengan pemasok, sistem pemesanan yang belum optimal, atau kurangnya kontrol terhadap timeline produksi. Permasalahan ini mencerminkan pentingnya perbaikan dalam manajemen rantai pasok, terutama pada aspek pengadaan dan produksi.

Crocus berusaha memperbaiki dan mencoba bertahan yaitu tidak melakukan ekspansi bisnis karena banyaknya kompetitor toko online dengan produk sejenis. Sehingga Crocus berkomitmen untuk memperbaiki kualitas produk dengan harga yang masih tetap terjangkau di kalangan wanita agar menjadi pembeda dengan produk kompetitor walaupun menjual dengan harga yang sama. Untuk saat ini masih bertahan melalui pemasaran Live Streaming di salah satu marketplace yaitu shopee dengan lebih konsisten di setiap harinya.

Menurut Purba 2021, banyak usaha mengalami kegagalan bisnis karena minimnya praktik pengelolaan keuangan. Dalam penelitian (Shaferi & Handayani, 2014) pengelolaan keuangan digunakan untuk mengidentifikasi peluang usaha online memberikan hasil yang positif. Pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh bisnis online tersebut dapat menggambarkan potensi usaha dimasa yang akan datang. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti tertarik

untuk membahas “Analisis Strategi Penerapan Penyusunan Anggaran Penjualan Untuk Keberlangsungan Usaha Online Shop Crocus Official”

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Manajemen stok yang tidak selaras dengan anggaran penjualan pada Crocus Official, seperti stok dalam jumlah besar tanpa mempertimbangkan data tren penjualan.
2. Ketidakesesuaian anataran anggaran promosi dan potensi ROI, data dokumentasi keuangan tahun 2023 menunjukkan bahwa meskipun biaya promosi meningkat hampir 30%.
3. Perubahan kondisi pasar yang tidak stabil seperti permintaan atau persaingan yang dialami Crocus.Official.
4. Produk yang tidak terjual karena sudah tidak laku dipasaran yang dialami Crocus.Official.
5. Keterlambatan pengiriman karena PO yang terlalu lama pada Crocus Official, seperti pesanan pelanggan tertunda karena proses *Purchase Order* (PO) dari supplier membutuhkan waktu lebih dari satu minggu.

### **2. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, terdapat beberapa batasan masalah agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan yang ingin disajikan adapun peneliti ini yaitu membahas strategi penerapan penyusunan anggaran penjualan untuk keberlangsungan usaha Crocus Official.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana penyusunan anggaran penjualan dalam upaya meningkatkan pendapatan penjualan pada online shop Crocus Official?
2. Bagaimana metode penganggaran yang paling tepat untuk online shop Crocus Official?
3. Bagaimana peran penyusunan anggaran penjualan untuk keberlangsungan usaha online shop Crocus Official?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penyusunan anggaran penjualan pada online shop Crocus Official.
2. Untuk menganalisis metode penyusunan anggaran penjualan pada online shop Crocus Official.
3. Untuk menganalisis peran penyusunan anggaran penjualan keberlangsungan usaha online shop Crocus Official.

#### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan acuan bagi peneliti yang ingin meneliti masalah yang sama di waktu yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadikan pembelajaran yang berharga sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisis Analisis Strategi Penerapan Penyusunan Anggaran Penjualan Untuk Keberlangsungan Usaha Online Shop Crocus Official.

### b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi yang baik dalam proses pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan anggaran penjualan online shop.

### c. Bagi Crocus Official Shop

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi Crocus Official Shop terkait strategi penerapan anggaran penjualan untuk keberlangsungan usaha.

## 3. Kajian Literatur

Penulis berusaha mengumpulkan, membaca, dan mempelajari berbagai penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti, agar dapat dijadikan acuan, bahan perbandingan, maupun penyempurnaan dari penelitian terdahulu. Beberapa studi terkait dengan tema anggaran penjualan yang telah ditemukan penulis akan disajikan sebagai bahan perbandingan yang relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu**

No	PENELITI JUDUL	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<b>(Faizin &amp; Fahrhani, 2023)</b> Penyusunan Anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder yang diperoleh	Menyusun anggaran penjualan dan anggaran produksi dapat membantu biaya rencana bisnis menjadi seefisien mungkin sehingga keuntungan yang diperoleh bisnis sesuai dengan apa yang	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai anggaran penjualan.	Jika penelitian terdahulu terdapat pembahasan mengenai anggaran produksi, sedangkan dalam penelitian

	Untuk Maksimalisasi Laba Pada UMKM Rukun di Blitar	melalui wawancara dan observasi Peneliti mendeskripsikan keadaan perusahaan berdasarkan informasi yang diperoleh. Peneliti memperoleh data melalui wawancara dengan pemilik perusahaan dan dengan mengamati aktivitas perusahaan.	direncanakan. Rekomendasi dari penelitian ini untuk bisnis, Rukun UMKM harus melaksanakan persiapan penjualan dan produksi sehingga profitabilitas gambaran manajerial keuangan perusahaan dapat tercermin dalam satu periode anggaran.		yang akan dilakukan peneliti hanya berfokus pada anggaran penjualan saja dan terdapat perbedaan tempat penelitian.
2	(Mulyani et al., 2021) Analisi Metode Peramalan ( <i>Forecasting</i> ) Penjualan Sepeda Motor Honda Dalam Menyusun Anggaran Penjualan pada PT Trio Motor Martadinata Banjarmasin	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang didapatkan secara tidak langsung melalui media perantara, yaitu berupa dokumentasi seperti data laporan penjualan lima tahun terakhir dan data persediaan sepeda motor.	Penjualan mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Sehingga persediaan stok sepeda motor dapat sesuai dengan perkiraan penjualan dalam rangka untuk memenuhi permintaan konsumen. Anggaran penjualan ini dapat digunakan sebagai pedoman perencanaan bisnis dan pengendalian, serta pedoman dalam pengambilan keputusan.	Penelitian ini yaitu sama-sama menyusun anggaran penjualan.	Pada penelitian terdahulu terdapat metode peramalan ( <i>forecasting</i> ), sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti hanya berfokus pada anggaran penjualan saja dan terdapat perbedaan tempat penelitian.
3	(Tarigan & Nurhayati, 2022) Penerapan Anggaran Penjualan dalam Memperkirakan Penjualan	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode metode trend moment	Hasil peramalan penjualan Panglong Tarclo Jaya menggunakan dua yaitu metode <i>trend moment</i> dan metode <i>last square</i> pada bulan Juli 2022 sampai dengan bulan September di mata data perbandingan diambil dari data perusahaan	Penelitian ini sama-sama membahas penerapan anggaran penjualan.	Terletak pada tempat, penelitian terdahulu meneliti Panglo Tarclo Jaya namun pada penelitian yang akan penulis teliti berfokus pada salah satu online shop

		dan metode <i>least square</i> .	bulan Juli. 2021 hingga Juni 2022. Untuk hasil dari perbandingan kedua metode antara <i>trend moment</i> dan <i>least square</i> menggunakan Standar Kesalahan <i>Forecasting</i> , SKF digunakan untuk menentukan kesesuaian antara <i>forecasting</i> yang disusun dengan realisasi penjualannya.		yaitu Crocus Official Shop.
4.	<b>(Asiah et al., 2024)</b> Peningkatan Kompetensi UMKM dalam Penyusunan Anggaran Penjualan di Cikarang Pusat	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui Metode pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan tahapan yaitu tahap awal dengan melakukan survei, cek lokasi, wawancara kepada pelaku UMKM, merencanakan pelaksanaan kegiatan.	Penganggaran yang tepat dan terstruktur memiliki manfaat yang besar dalam mendukung peningkatan kapasitas para pelaku UMKM. Dengan memiliki penganggaran yang baik, pelaku usaha dapat memahami anggaran penjualan dan barang-barang terkait, serta berbagai biaya yang dikeluarkan dan laba bersih selama bulan tersebut. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian memberikan masukan kepada pelaku usaha UMKM dalam membuat anggaran penjualan. Tujuannya untuk membantu pelaku usaha dalam memahami lebih dalam keadaan bisnis sebenarnya.	Penelitian ini sama-sama membahas penyusunan anggaran penjualan.	Terletak pada tempat penelitian terdahulu meneliti pada seluruh UMKM yang berada di Cikarang Pusat, namun pada penelitian yang akan penulis teliti berfokus pada salah satu online shop yaitu Crocus Official Shop.
5.	<b>(Septianti &amp; Dahtiah, 2021)</b> Penerapan Metode Peramalan dalam Menyusun anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Metode Peramalan dalam Menyusun anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Sebagai Dasar	Anggaran penjualan dan anggaran produksi yang telah disusun dijadikan dasar dalam menyusun anggaran biaya produksi yang terdiri dari anggaran biaya bahan baku, anggaran tenaga kerja langsung dan anggaran biaya <i>overhead</i> pabrik. Sehingga anggaran biaya produksi	Penelitian ini yaitu sama-sama membahas menyusun anggaran penjualan.	Terletak pada penelitian terdahulu menggunakan metode peramalan sedangkan, penelitian yang akan diteliti berfokus pada keberlangsungan usaha.

	Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi pada LAF Project	Penyusunan Anggaran Biaya Produksi pada LAF Project.	diperoleh dengan menjumlahkan anggaran biaya bahan baku, anggaran tenaga kerja langsung, dan anggaran biaya overhead pabrik dengan jumlah sebesar Rp. 1.014.602.825.		
6.	( <b>Andriyani et al., 2024</b> ) Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada PT Indofood TBK	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer berupa laporan keuangan dan data sekunder berupa data penjualan makanan olahan per tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi.	Berdasarkan data yang penulis miliki, PT. Indofood Tbk. selalu memperhitungkan penjualan tahun sebelumnya pada saat anggaran ditetapkan dan menghitungnya dengan menggunakan metode estimasi anggaran penjualan yang terjadi pada PT Indofood Tbk. mempunyai selisih yang cukup tinggi dari tahun ke tahun, dan realisasi yang terjadi pada PT. indofood Tbk. juga sama dengan , mengingat proporsinya adalah , maka cukup tinggi.	Penelitian ini yaitu sama-sama membahas analisis penyusunan anggaran penjualan.	Penelitian terdahulu meneliti PT Indofood TBK sedangkan penelitian yang akan ditulis peneliti yaitu Online Shop Crocus Official Shop.
7.	( <b>Rukmana &amp; Burhany, 2021</b> ) Perhitungan Peramalan Penjualan dalam Penyusunan Anggaran Penjualan Pada PT Industri Susu Alam Murni (ISAM)	Data yang digunakan pada penelitian ini berjenis kuantitatif. Data kuantitatif pada penelitian ini yaitu data-data terkait penelitian, meliputi data rencana penjualan dan penjualan aktual pada bulan Juli 2020 sampai dengan bulan Juni 2021 serta harga jual produk. Sumber data yaitu data	Berdasarkan perhitungan standar kesalahan peramalan, metode kuadratik ( <i>parabolic method</i> ) terbukti sebagai metode paling tepat untuk digunakan oleh PT Industri Susu Alam Murni (ISAM). Hal ini disebabkan karena metode ini menghasilkan nilai standar kesalahan peramalan (SKP) yang paling kecil dibandingkan dengan metode yang selama ini digunakan oleh perusahaan maupun metode kuadrat terkecil ( <i>least square method</i> ).	Penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai analisis penyusunan anggaran penjualan.	Penelitian terdahulu terdapat memaparkan mengenai peramalan penjualan sedangkan penelitian yang akan diteliti penulis lebih berfokus pada penerapan anggaran penjualan.

		primer dan data sekunder.			
8.	<b>(Hasrina &amp; Marthalia, 2021)</b> Penerapan Metode <i>Forecast</i> dalam Menyusun Anggaran Penjualan pada PD. Cakrawala Palembang	. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode <i>ex post facto</i> . Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Untuk menentukan anggaran penjualan, digunakan metode moment dan metode <i>least square</i> .	PD. Cakrawala Palembang dalam menyusun anggaran penjualan menggunakan penjualan tahun lalu sebagai acuan dalam penyusunan anggaran untuk tahun berikutnya, dalam menentukan anggaran penjualan, PD. Cakrawala Palembang tidak fokus pada satu faktor yang berhubungan dengan penetapan target penjualan, PD. Cakrawala Palembang menggunakan metode peningkatan penjualan secara berkala pada tahun lalu bersamaan.	Penelitian ini yaitu sama-sama Menyusun anggaran penjualan.	Penelitian terdahulu terdapat penerapan metode <i>forecast</i> sedangkan penelitian yang akan diteliti penulis lebih berfokus pada penerapan anggaran penjualan..
9.	<b>(Umkm et al., n.d.)</b> Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan dan Jangka Panjang Pada UMKM Teh She'O Di Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi	Metode dalam pelaksanaan penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif. dengan melakukan survei, dengan berbicara dengan para pemilik usaha dengan mengatur pertemuan di lokasi perusahaan dengan mengatur acara. Metode ini menggunakan data penjualan bulan Juli Desember 2023.	Berdasarkan hasil perhitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) dari data penjualan yang dianalisis menggunakan pendekatan Semi <i>Average, Trend Moment</i> , dan <i>Least Square</i> , ditemukan bahwa metode <i>Trend Moment</i> cukup sesuai untuk digunakan dalam peramalan. Namun, pendekatan <i>Least Square</i> dinilai memberikan hasil yang lebih akurat. Oleh karena itu, untuk mendukung peningkatan penjualan di UMKM Teh She'O, metode <i>Trend Moment</i> dan <i>Least Square</i> merupakan pilihan yang paling tepat untuk digunakan.	Penelitian ini yaitu sama-sama Menyusun anggaran penjualan.	Terletak pada tempat penelitian terdahulu meneliti pada UMKM Teh She'O Di Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, namun pada penelitian yang akan penulis teliti berfokus pada salah satu online shop yaitu Crocus Official Shop.
10.	<b>(Aini et al., 2023)</b>	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian	Peramalan penjualan senapan angin di CV Senapan123.com	Penelitian ini yaitu sama-sama membahas	Penelitian terdahulu meneliti CV

	Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada CV Senapan123.com di Kabupaten Kediri	deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan penulis adalah data sekunder dan data primer. Data primer yang diperoleh peneliti berupa wawancara. Data sekunder yang diperoleh penulis adalah laporan penjualan CV Senapan123.com dari bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Desember 2022.	setelah dilakukan peramalan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil dan <i>trend moment</i> . Anggaran penjualan ini dapat digunakan sebagai pedoman perencanaan penjualan dan sebagai alat untuk meningkatkan penjualan serta memandu pengambilan keputusan.	mengenai penyusunan anggaran penjualan.	Senapan123.com di Kabupaten Kediri sedangkan penelitian yang akan ditulis peneliti yaitu Online Shop Crocus Official Shop.
--	---	--	--	---	--

#### 4. Kerangka Berfikir

Penelitian ini berfokus pada strategi penerapan penyusunan anggaran penjualan untuk keberlangsungan usaha *Market Place Crocus.Official*, yang mana Anggaran penjualan sangat penting untuk keberlangsungan usaha karena memiliki perhitungan yang lebih terperinci.

Kerangka Pemikiran pada penelitian ini berawal dari hasil pengamatan penulis mengenai online shop yang mana sedang marak dikalangan masyarakat Indonesia, sehingga dalam opsionalnya dibutuhkan anggaran penjualan dalam proses pencatatan transaksinya dan diolah menggunakan metode *forecast*. Kemudian melakukan analisis langsung ke salah satu online shop yang berada di Cirebon Jawa Barat yang nantinya akan diteliti terkait dengan penerapan penyusunan anggaran penjualan dan keberlangsungan usaha Crocus Official Shop. Kemudian dari analisis tersebut ditarik kesimpulan dan saran. Untuk mempermudah pembaca, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

## D. Metodologi Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2022) metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Pendekatan dalam penelitian ini diambil karena peneliti ingin mendeskripsikan dan mendapatkan gambaran terkait online shop yang sedang diteliti dengan mewawancarai langsung pemilik online shop tentang pencatatan transaksi keuangan dan juga mengumpulkan data-data serta informasi yang di perlukan sebagai dasar penyusunan penggunaan anggaran penjualan pada laporan keuangan Crocus Official.

### 2. Jenis dan Sumber data

Sumber data penelitian menurut SUJAWERNI (2023) merupakan subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sebagai berikut:

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, salah satu jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama, tanpa melalui perantara, dan diperoleh langsung dari lokasi atau objek yang menjadi fokus penelitian (Sugiyono, 2022). Peneliti melakukan wawancara langsung terhadap informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data yang ada Crocus.Official dan juga observasi langsung untuk melakukan pencatatan secara langsung dari kondisi objek penelitian tersebut.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022) data sekunder adalah jenis data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumber utama, melainkan melalui perantara seperti individu lain atau dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, seperti arsip, catatan, jurnal, artikel, serta pembukuan laporan keuangan milik Crocus Official.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara mengumpulkan data informasi yang relevan dan diperlukan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2022). Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2022) dapat dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Dalam penelitian ini, teknik atau metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi menjadi tujuan utama dalam semua bidang ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bisa melakukan penelitian berdasarkan data, yakni fakta-fakta tentang realitas yang dikumpulkan melalui proses pengamatan (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, teknik observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat fenomena yang diteliti secara langsung di lapangan secara sistematis. Artinya, peneliti terjun langsung ke lokasi

objek penelitian untuk memahami aktivitas transaksi pada usaha online shop Crocus Official serta melihat bagaimana tim keuangan menyusun laporan keuangan yang dijalankan.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2022), Wawancara adalah suatu proses komunikasi antara dua pihak yang saling bertukar informasi dan gagasan melalui sesi tanya jawab, yang bertujuan untuk membangun pemahaman terhadap suatu topik tertentu. Wawancara dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung dan tatap muka dengan informan, yaitu pemilik usaha. Sebelum proses wawancara berlangsung, peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara ini dilakukan guna memperoleh data tambahan secara langsung dari narasumber, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas terkait topik yang diteliti, yaitu mengenai pelaksanaan anggaran penjualan.

c. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2017) Dokumentasi merupakan proses mencari data berupa menulis catatan hasil penelitian, transkrip, dengan buku, dari surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam hal ini yang dimaksud dokumentasi adalah data berupa foto atau gambar yang diperoleh dari proses observasi, wawancara dan dokumen-dokumen yang mendukung penelitian. Suatu hasil penelitian akan dapat lebih dipercaya jika didukung dengan adanya suatu dokumentasi.

#### 4. Teknik Analisis

Analisis data merupakan proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan bahan-bahan lain yang relevan sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat

diinformasikan kepada khalayak umum (Sugiyono, 2022). Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

a. Triangulasi Data

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara pemilik usaha dengan dokumentasi anggaran dan laporan penjualan. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menguji konsistensi informasi. Tujuan dari triangulasi ini adalah untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan, sehingga hasil analisis dapat lebih meyakinkan dan objektif.

b. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan ke hal yang penting. Reduksi data bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2022). Pada tahap reduksi data, hasil wawancara diseleksi dengan cara mengidentifikasi jawaban mana yang berkaitan dengan pertanyaan tertentu. Proses ini dilakukan untuk menyusun informasi yang relevan dan terstruktur, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam analisis dan penarikan kesimpulan. Data yang didapat adalah data-data anggaran penjualan yang ada pada tempat penelitian, kemudian disederhanakan dengan data lainnya yang relevan, sehingga dapat menjawab dan memberi solusi pada permasalahan penelitian.

c. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menurut Sugiyono (2022), Dalam penelitian kualitatif,

data dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, alur kerja (flowchart), dan sejenisnya. Pada bagian penyajian data ini, peneliti akan memaparkan informasi terkait penyusunan laporan keuangan Crocus.Official. Selanjutnya, peneliti akan menjelaskan penerapan anggaran penjualan secara naratif, serta menguraikan apakah proses penyusunan laporan keuangan oleh subjek penelitian telah dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau belum. Penelitian ini menyajikan data anggaran penjualan yang sudah di kelola.

d. Penarikan Kesimpulan

Peneliti kemudian melakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian ini diambil setelah dilakukannya penelitian pada online shop Crocus Official yang merupakan jawaban dari apa yang menjadi permasalahan pada penelitian ini yang berhubungan dengan penerapan anggaran penjualan dan kesesuaian penyusunan laporan keuangan Crocus.Official dengan standar yang ada.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menerapkan uji keabsahan data melalui metode triangulasi data. Menurut Sugiyono (2022) Keabsahan data merujuk pada tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian yang diperoleh, serta sejauh mana kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Moleong (2017) Triangulasi merupakan metode untuk memastikan keabsahan data dengan menggunakan sumber atau elemen lain di luar data utama sebagai alat bantu untuk memverifikasi atau membandingkan informasi yang diperoleh. Dengan kata lain, peneliti dapat memeriksa kembali temuannya dengan membandingkan berbagai sumber. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, peneliti kemudian memilih, mengelompokkan, dan mengaitkan informasi dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta studi pustaka yang relevan dengan rumusan masalah.

Menurut Sugiyono (2022) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut Helaluddin & Hengki Wjaya (2018) triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan memverifikasi data yang diperoleh melalui berbagai sumber, seperti hasil wawancara, arsip, dan dokumen lainnya.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan memverifikasi data yang diperoleh dari sumber yang sama melalui berbagai metode. Contohnya, data yang dikumpulkan melalui observasi dapat divalidasi dengan menggunakan wawancara.

3. Triangulasi Waktu

Waktu memiliki peran penting dalam menentukan kredibilitas data. Wawancara yang dilakukan di pagi hari, saat narasumber masih dalam kondisi segar dan fokus, cenderung menghasilkan informasi yang lebih akurat dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, untuk memastikan kredibilitas data, perlu dilakukan pengecekan ulang melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dalam berbagai waktu dan situasi hingga diperoleh data yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan

## E. Sistematika Penulisan

Agar penulisan penelitian ini tersusun secara sistematis dan terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memuat uraian dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

penelitian terdahulu, kerangka berfikir, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan landasan teori. Adapun landasan teorinya yaitu berkaitan dengan penerapan penyusunan anggaran penjualan yang didalamnya membahas mengenai pengertian anggaran penjualan dan penyusunan anggaran penjualan yang sesuai dengan penerapan akuntansi.

## **BAB III : KONDISI OBJEKTIF**

Bab ini memuat uraian mengenai objek dari penelitian meliputi, sejarah berdiri, visi dan misi, struktur organisasi, profil lembaga dan produk-produk pada Crocus Official Shop

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan pemaparan hasil penelitian terkait, Analisis strategi penerapan penyusunan anggaran penjualan untuk keberlangsungan usaha Online Shop Crocus.Official yang kemudian dianalisis sesuai perhitungan akuntansi mengenai anggaran penjualan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi uraian kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis penerapan anggaran penjualan. Penulis juga mencantumkan keterbatasan penelitian dan saran yang dapat diberikan peneliti selanjutnya.

### **F. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Jl. Siliwangi Gang Alewa No.8, Kesenden, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon (CROCUS WAREHOUSE).

## 2. Jadwal Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian selama 10 bulan terhitung dari bulan September 2024 sampai dengan bulan Juni 2025. Adapun jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.3 Waktu Penelitian**

NO	KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN									
		2024-2025									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Penerapan wilayah kajian dan judul	■									
2.	Penyusunan Proposal	■	■								
3.	Seminar Proposal			■							
4.	Revisi Proposal				■						
5.	Tahap Pelaksanaan										
	a. Pengumpulan data					■	■				
	b. Analisis data						■	■	■		
6.	Tahap Penyusunan laporan akhir							■	■	■	
7.	Sidang Akhir										■