



## Analisis Anggaran Penjualan UMKM Sabana *Fried Chicken* Cabang Cikarang

Purwanti<sup>1</sup>, Agung Wicaksono<sup>2</sup>, Muhamad Naufal Rahayu<sup>3</sup>, Tia Oktaviani<sup>4</sup>, Nabila Salma<sup>5</sup>, Muhammad Rivaldo Prawira<sup>6</sup>, Siti Al'fiah Nurbaeti<sup>7</sup>, Adelliya Agil Saputri<sup>8</sup>, Diah Putri Elind Nanda<sup>9</sup>, Oktaviana Deby Manapa<sup>10</sup>, Fendi Angga Saputra<sup>11</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa

---

### Abstract

Received: 05 Oktober 2025  
Revised: 17 Oktober 2025  
Accepted: 28 Oktober 2025

*This study aims to determine the sales forecasting of Sabana Fried Chicken Cikarang Branch. This research uses descriptive qualitative research. The data sources that researchers use are primary data and secondary data. Primary data in the form of interview results with the owner of Sabana Fried Chicken Cikarang Branch. Secondary data in the form of sales data. The data collection techniques that researchers use are documentation, interviews and literature studies. In forecasting sales, researchers use statistical methods of trend analysis, namely using the semi average method, trend moment and least square method.*

**Keywords:** *Sales Budget, Least Squares.*

(\*) Corresponding Author:

**How to Cite:** Purwanti, P., Wicaksono, A., Rahayu, M., Oktaviani, T., Salma, N., Prawira, M., Nurbaeti, S., Saputri, A., Nanda, D., Manapa, O., & Saputra, F. (2025). Analisis Anggaran Penjualan UMKM Sabana Fried Chicken Cabang Cikarang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(11.A), 197-203. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13094>.

---

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat dalam dunia bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan. Industri kuliner sendiri menjadi bagian dari kebutuhan primer masyarakat di berbagai lapisan. Salah satu jenis kuliner yang tengah menjadi tren adalah makanan cepat saji seperti ayam tepung. Menurut Silalahi dalam penelitian Wietama dan Febriansyah (2021), fast food menawarkan kecepatan, kemudahan, serta hasil yang memuaskan bagi konsumen. Seiring dengan masuknya era modern, masyarakat semakin menginginkan segala sesuatu serba praktis, sehingga makanan cepat saji menjadi pilihan yang sangat tepat untuk dinikmati (Husadha et al., 2020).

Sabana Fried Chicken merupakan makanan cepat saji yang telah dikenal luas oleh masyarakat, dengan memperluas usaha ke beberapa wilayah di Indonesia. Harga yang ditawarkan terjangkau, sementara kualitasnya tidak kalah dengan pesaingnya, membuat banyak masyarakat menyukainya (Putriasih, 2023). Kondisi ini mendorong tingkat keputusan pembelian yang tinggi, karena pelanggan merasa harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan makanan cepat saji lainnya, yang akhirnya membuat mereka terus menerus mengonsumsi produk tersebut (Rismawati & Verry Cyasmoro, 2023).

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Sabana Cabang Cikarang, dengan sumber informan pemilik UMKM. Analisis data pada penelitian ini menggunakan

tahapan analisis kuantitatif, dimana pada tahap penyajian ini dilakukan proyeksi laporan keuangan.

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan teoritis dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran yang dilakukan pada budaya anggaran dalam pengelolaan keuangan usaha ini, serta membantu UMKM Sabana *Fried Chicken* di Cabang Cikarang dapat meningkatkan kinerja serta perencanaan keuangan yang tepat bagi pengusaha dan menurunkan daya saing yang lebih efisien (Yudianto, 2023).

## METODE

Metode dalam pelaksanaan penelitian ini dilakukan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dengan melakukan survei, berbicara dengan para pebisnis, mengambil tanggal ke lokasi perusahaan, dan mengatur pelaksanaan acara. Metode ini menggunakan data dari penjualan Bulan Oktober 2024 hingga Maret 2024. Pada penelitian ini penulis membahas dan memaparkan tentang analisis anggaran penjualan Sabana *Fried Chicken* Cabang Cikarang. Dalam hal ini, peneliti berupaya untuk memperoleh informasi secara mendalam dan terperinci mengenai analisis anggaran penjualan Sabana *Fried Chicken* Cabang Cikarang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal yang dilakukan adalah persiapan untuk melakukan survei ke lokasi pelaku usaha. Setelah itu melakukan wawancara dan diskusi terhadap pelaku usaha. Forecasting atau permalan pekerjaan merupakan bagian dari perencanaan, perkiraan dalam suatubisnis atau usaha. Peramalan merupakan rencana dalam menentukan perkiraan kejadian diwaktu yang akan datang (Yantisari, 2020). Anggaran penjualan digunakan sebagai alat perencanaan produksi melalui penggunaan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan, khususnya dalam pengelolaan bisnis. (Yahya et al., 2003). Dalam melakukan wawancara kami mendapatkandata penjualan pada 6 Bulan terakhir yang diperoleh dari pelaku usaha *Fried Chicken* Sabana Cikarang. Dalam berikut data hasil penjualan pada *Fried Chicken* Sabana Cikarang :

**Tabel 1 Data Penjualan Pada Bulan Oktober 2024 sampai Maret 2025**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Jumlah</b>
Oktober	2024	225	18.450.000
November	2024	220	18.040.000
Desember	2024	268	21.976.000
Januari	2025	250	20.500.000
Februari	2025	276	22.632.000
Maret	2025	380	31.160.000
<b>Total</b>		<b>1619</b>	<b>132.758.000</b>

Dari data diatas akan dilakukan berupa peramalan penjualan melalui beberapa metode, diantaranya metode semi *average*, metode *time series moment*, dan metode *least square*.

### Ramalan Penjualan Dengan Metode *Semi Average*

Untuk Rumus berikut dapat digunakan untuk membuat perkiraan penjualan yang menunjukkan berapa banyak penjualan yang dapat terjadi pada bulan atau tahun mendatang:

$$Y = a + b.X$$

Di mana:

Y = Nilai prediksi variabel atau tren

a = Rata-rata untuk Grup 1

b = Pembagian bilangan dalam satu kelompok dengan selisih rata-rata kelompok 2 dan 1. X adalah indeks waktu: -1 hingga 1, 2, 3, 4, dan seterusnya adalah nilai yang memungkinkan.

**Tabel 2 Perhitungan Perkiraan Penjualan dengan Metode Analisis Semi Average**

Bulan	Tahun	Penjualan	Total	Rata-rata	X
Oktober	2024	225	713	237,6	-1
November	2024	220			0
Desember	2024	268			1
Januari	2025	250	906	302	2
Februari	2025	276			3
Maret	2025	380			4
<b>Total</b>		<b>1619</b>	<b>1619</b>	<b>540</b>	<b>9</b>

Rumus analisis Semi Rata-Rata sebagai berikut dapat digunakan untuk menentukan nilai a dan b berdasarkan informasi yang tersedia saat ini :

$$a = 238$$

$$b = 302 - 237,6 = 64: 8 = 8$$

Dengan mensubsitusi nilai a dan b dalam persamaan trend penjualan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y'_{\text{April}} = 238 + 8 (5)$$

$$Y'_{\text{April}} = 238 + 40$$

$$Y'_{\text{April}} = 278$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 238 + 8 (6)$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 238 + 48$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 286$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 238 + 8 (7)$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 238 + 56$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 294$$

### Ramalan Penjualan Dengan Metode *Time Series Moment*

Berikut persamaan metode *Trend Moment* :

$$Y = a + b.X$$

Rumus berikut dapat digunakan untuk mendapatkan koefisien a dan b:

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

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

Diketahui :

Y = total pendapatan

X = priode waktu

a = Nilai Y pendapatan saat harga tetap

b = Tingkat perubahan

n = Jumlah observasi Untuk data genap maupun ganjil, tahun dasar diawali dengan 0,1,2,3,4, dan seterusnya.

**Tabel 3. Perkiraan Perhitungan Penjualan dengan Metode *Time Series Moment***

Bulan	Tahun	Penjualan	X	xy	X <sup>2</sup>
Oktober	2024	225	0	-	-
November	2024	220	1	220	1
Desember	2024	268	2	236	4
Januari	2025	250	3	750	9
Februari	2025	276	4	1104	16
Maret	2025	380	5	1900	25
<b>Total</b>		<b>1619</b>	<b>15</b>	<b>4.210</b>	<b>55</b>

Dari tabel data diatas maka dapat dihitung peramalan penjualan dengan metode moment trend sebagai berikut :

$$(i) \sum Y = n.a + b.\sum X$$

$$(ii) \sum XY = a.\sum X + b.\sum X^2 \quad (i)$$

Berikut cara menghilangkan persamaan (i) dan (ii):

$$1619 = 6a + 15b \quad (x 2,5)$$

$$4.210 = 15a + 55b \quad (x 1)$$

$$4.047,5 = 15a + 37,5b$$

$$4.210 = 15a + 55b$$

$$-162,5 = -17,5b$$

$$b = 9$$

Nilai a dapat dihitung dengan memasukkan nilai b ke dalam angka angka pada persamaan (i) atau (ii) setelah diketahui nilai b, yaitu sebagai berikut :

$$1619 = 6a + 15b$$

$$1619 = 6a + 15(9)$$

$$1619 = 6a + 135$$

$$-6a = 135 - 1619$$

$$-6a = -1.484$$

$$a = 247$$

Hasil berikut akan bisa dicapai dengan mengubah nilai a dan b pada persamaan trend penjualan :

$$Y'_{\text{April}} = 247 + 9 \text{ (6)}$$

$$Y'_{\text{April}} = 247 + 54$$

$$Y'_{\text{April}} = 301$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 247 + 9 \text{ (7)}$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 247 + 63$$

$$Y'_{\text{Mei}} = 310$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 247 + 9 \text{ (8)}$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 247 + 72$$

$$Y'_{\text{Juni}} = 319$$

#### **Ramalan Penjualan Dengan Metode *Least Square***

Pendekatan Kuadrat Terkecil atau *Least Square* dapat dibandingkan dengan pendekatan berikut :

$$Y = a + b.X$$

Dengan menggunakan Persamaan, kita dapat memperoleh koefisien a dan b :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Diketahui :

Y = Jumlah Total Penjualan

X = Panjang Setiap Interval

a = Nilai Y jika harganya tetapp

b = Nilai bertambah atau berkurang

n = mengenai jumlah data

**Tabel 4. Perkiraan Perhitungan Penjualan dengan Metode *Least Square***

Bulan	Tahun	Penjualan	x	xy	X <sup>2</sup>
Oktober	2024	225	-5	-1.125	25
November	2024	220	-3	- 660	9
Desember	2024	268	-1	- 268	1
Januari	2025	250	1	250	1
Februari	2025	276	3	828	9
Maret	2025	380	5	1900	25
<b>Total</b>		<b>1619</b>		<b>925</b>	<b>70</b>

Dengan menggunakan metode atau rumus analisis kuadrat terkecil, kita dapat menentukan nilai a dan b berdasarkan data yang diperoleh sebagai berikut.:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = 1619:6 = 270$$
$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 925:70 = 13,2$$

Hasil berikut dicapai dengan mengubah nilai a dan b persamana tren penjualan

$$Y' \text{ April} = 270 + 13,2 (7)$$
$$Y' \text{ April} = 2.620 + 92,4$$
$$Y' \text{ April} = 362$$

$$Y' \text{ Mei} = 270 + 13,2 (9)$$
$$Y' \text{ Mei} = 270 + 118,8$$
$$Y' \text{ Mei} = 389$$

$$Y' \text{ Juni} = 270 + 13,2 (11)$$
$$Y' \text{ Juni} = 270 + 145,2$$
$$Y' \text{ Juni} = 415$$

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang penulis lakukan pada UMKM Sabana *Fried Chicken* Cabang Cikarang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu bahwa hasil perhitungan ramalan penjualan UMKM Sabana *Fried Chicken* Cabang Cikarang bulan April sampai dengan bulan Juni 2025 didapatkan hasil dari metode *Semi Average* untuk bulan April sebesar 278, bulan Mei sebesar 286, dan bulan Juni sebesar 294. Perhitungan metode *Trend Moment* menghasilkan nilai peramalan yang sama yaitu bulan April sebesar 301, bulan Mei sebesar 310, dan bulan Juni sebesar 319. Dan untuk perhitungan Metode *Least Square* menghasilkan nilai peramalan yang sama yaitu bulan April sebesar 362, bulan Mei sebesar 389, dan bulan Juni sebesar 415.

## REFERENSI

- Aks, S. M. Y. (2025). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian 'Fried Chicken Merk Sabana sabana Fried Chicken atau SFC'. Dimana bisnis ini telah dirilis sejak tahun 2006 oleh seorang bentuk kemitraan . Sesuai namanya , sabana fried chicken bisnis makanan seperti makanan pemotongan ayam dan kualitas ayam yang dikonsumsi masyarakat . Keprihatinan tersebut.* 2(3).
- Asiah, N., Yahya, A., Asti, E. G., Permana, I., Hidayat, N. P., & Muarif, D. S. (2024). Peningkatan Kompetensi UMKM dalam Penyusunan Anggaran Penjualan di Cikarang Pusat. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 165–171. <https://doi.org/10.31334/jks.v6i2.3506>
- Elisa Nabila Putri, & Hadita Hadita. (2023). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken Di

- Bekasi. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 61–73. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1285>
- Farida, F., Wulandari, E., & Kartika, D. G. (2024). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dalam Menentukan Harga Jual Usaha Fried Chicken. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 4(2), 45–55. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v4i1.1447>
- Hadyan, T., Nurleli, & Anandya, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(2), 1168–1174. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i2.4588>
- Ilmiah, J., Anggaran, P., Pada, O., Waru, A. T., Ramadhani, D. A., Julmina, A., Aras, A., & Haris, M. R. (2024). *UMKM KOPI LIA*. 3(2), 20–26.
- Pratama, G. H., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 160–170.
- Primastiwi, A., Endahjati, S., Studi, P., Fakultas, A., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM*.
- Putriasih, P. (2023). *Laporan Proyek Bisnis “a&P Chicken.”* <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/45568%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/45568/19312495.pdf?sequence=1>
- Rismawati, R., & Verry Cyasmoro. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Canada Fried Chicken Pasar Minggu. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.1832>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Umarella, B. (2019). Analisis Anggaran Sebagai Upaya dalam Perencanaan dan Pengendalian Biaya Proyek pada PT X di Kota Ambon. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(2), 70–75.
- Wietama, W., & Febriansyah. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 77–86.
- Yudianto, A. (2023). Analisis Perencanaan Keuangan Pada Kelompok Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.1.99>