

Pendampingan Peramalan Penjualan Produk pada Usaha Mikro Cemilan Cepuluh Kampung Karang Kandal

Sales Forecast Assistance at Cemilan Cepuluh Micro Business in Karang Kandal Village

Rina Nurjanah¹, Meli Andriyani², Pratmi Nurastuti¹, Najmi Tsania el Muiz¹,
Siti Rukoyah¹

¹Universitas Pelita Bangsa

²Universitas IPWIJA

*Email: rinanurjanah@pelitabangsa.ac.id

(Diterima 09-06-2024; Disetujui 27-07-2024)

ABSTRAK

Penjualan merupakan salah satu hal yang penting dalam kegiatan operasional suatu usaha. Perkembangan usaha dapat dilihat dari hasil penjualan yang dilakukan, oleh karenanya penjualan menjadi hal yang dibutuhkan dalam keberlanjutan usaha terutama pada usaha mikro. Agar dapat meningkatkan penjualan, tentunya suatu usaha perlu melakukan perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis meliputi perencanaan keuangan, sumber daya manusia, serta pemasaran. Dalam peningkatan penjualan dibutuhkan perencanaan dengan mengetahui perkiraan penjualan di masa depan. Penyusunan *forecast* penjualan pada mitra diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam berfikir logis dan analitis untuk dapat mempertahankan usahanya. Tujuannya agar *forecast* penjualan yang dibuat dapat membantu mitra dalam mengelola persediaan serta dapat menentukan pemasok dan pembiayaan, yang pada akhirnya mitra dapat mengambil keputusan strategis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pada pemahaman mitra atas perhitungan peramalan penjualan, dibuktikan dengan hasil peramalan penjualan yang disusun oleh mitra secara mandiri. Kegiatan pendampingan diharapkan dapat dilanjutkan pada materi lainnya yang mendorong peningkatan kompetensi mitra.

Kata kunci: Peramalan penjualan, usaha mikro, perencanaan bisnis

ABSTRACT

Sales are one of the most important things in the operational activities of a business. Business development can be seen from the results of sales made; therefore, sales are needed for business sustainability, especially in microbusinesses. To increase sales, of course, a business needs to do business planning. Business planning includes financial planning, human resources, and marketing. Increasing sales requires planning by knowing future sales forecasts. The preparation of sales forecasts for partners is expected to improve partners' ability to think logically and analytically to be able to maintain their business. The goal is that the sales forecasts made can help partners manage inventory and determine suppliers and financing, which in turn can help partners make strategic decisions. The results of the activity showed an increase in partners' understanding of sales forecasting calculations, as evidenced by the results of sales forecasting prepared by partners independently. Mentoring activities are expected to be continued on other materials that encourage increased partner competence.

Keywords: Sales forecasting, microenterprise, business planning

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis secara global mengalami perubahan yang signifikan menuju percepatan teknologi menuntut seorang entrepreneur untuk mencari cara agar tetap relevan dengan gaya hidup dan tuntutan zaman (Nurjanah et al., 2024). Dalam menghadapi perubahan tersebut, strategi yang tepat perlu dipertimbangkan. Salah satunya adalah dengan memiliki beragam jenis usaha sebagai solusi yang adaptif. Usaha kecil-kecilan (mikro) bisa menjadi pilihan yang tepat, karena memberikan fleksibilitas dan dapat dilakukan oleh siapa

saja, seperti pelajar yang ingin tambahan uang saku, ibu rumah tangga yang ingin mendukung ekonomi keluarga, atau sebagai sampingan. Dengan demikian, diversifikasi usaha kecil-kecilan dapat dijalankan oleh berbagai kalangan, termasuk remaja dan ibu rumah tangga (Rahmadi, 2019).

Usaha mikro yang berkembang pesat di berbagai daerah diantaranya usaha di bidang kuliner, perkembangan tersebut dikarenakan kebutuhan modal yang relatif kecil. Namun, karena banyaknya pesaing pada usaha ini, menjadi semakin sulit bagi pemilik usaha kuliner untuk bersaing dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Dampak dari persaingan ini menyebabkan pelaku usaha bersaing untuk mendapatkan lebih banyak pembeli dengan tujuan meningkatkan penjualan (Yahya et al., 2024). Fluktuasi dalam penjualan sering kali terjadi seiring dengan perubahan dalam kondisi lingkungan makro dan mikro. Dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar domestik dan global, pengembangan kewirausahaan di kalangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) diharapkan dapat ditingkatkan melalui peningkatan volume usaha, pertumbuhan ekspor, dan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja di sektor UMKM (Permatasari et al., 2023).

Dengan adanya kondisi penjualan yang berubah sesuai kondisi, akan berdampak pada tingkat keuntungan usaha. Semakin tinggi tingkat penjualan akan dapat meningkatkan keuntungan dengan asumsi biaya yang dikeluarkan konstan (Asiah et al., 2024). Untuk menanggulangi permasalahan tersebut, maka pemilik UMKM perlu menerapkan metode peramalan (*forecasting*) dalam menentukan rencana penjualan (Herlambang & Sugianto, 2021). Untuk dapat membuat *forecast* dibutuhkan keterampilan dan kompetensi dari pelaku usaha, terutama dalam melakukan perencanaan bisnis (Asiah et al., 2024). *Forecasting* digunakan untuk menghasilkan kebijakan penyusunan anggaran dan pengawasan persediaan produk UMKM (Mulyani et al., 2021). Dengan melakukan peramalan penjualan, pelaku usaha dapat melakukan pengelolaan persediaan, dimana persediaan merupakan bagian penting dari aset usaha dalam laporan keuangan (Yahya & Syavaat, 2021).

Menurut Heizer & Render (2015) dalam (Alfarisi, 2017), *forecasting* atau peramalan adalah kombinasi seni dan ilmu yang digunakan untuk memprediksi kejadian di masa depan. Proses peramalan melibatkan analisis data historis, seperti penjualan tahun sebelumnya, yang kemudian diproyeksikan ke periode mendatang menggunakan model matematika. Peramalan penjualan merupakan bagian dari *demand forecast*, yaitu proyeksi atas permintaan produk atau jasa dari suatu usaha. Proses peramalan penjualan ini dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat digunakan untuk peningkatan penjualan (Purnamasari et al., 2024).

Usaha cemilan cepuluh yang dibuat oleh pelaku usaha ibu Riswati mulai berjalan sejak Oktober tahun 2023. Usaha yang dijalankan berawal dari hobi memasak yang dimiliki, pada awalnya produk yang dijual adalah piscok (pisang coklat). Namun seiring banyak permintaan dari konsumen, variasi produk pun bertambah dengan adanya produk risol ayam dan risol mayo. Setelah beberapa bulan berjualan, mulai bertambah pesaing di lingkungan sekitar. Hasil penjualan pada awalnya menurun dan persediaan atas produk cukup banyak yang tidak terpakai. Namun hal tersebut tidak berlangsung lama, dikarenakan beberapa pelanggan kembali lagi membeli produk dari usaha ini.

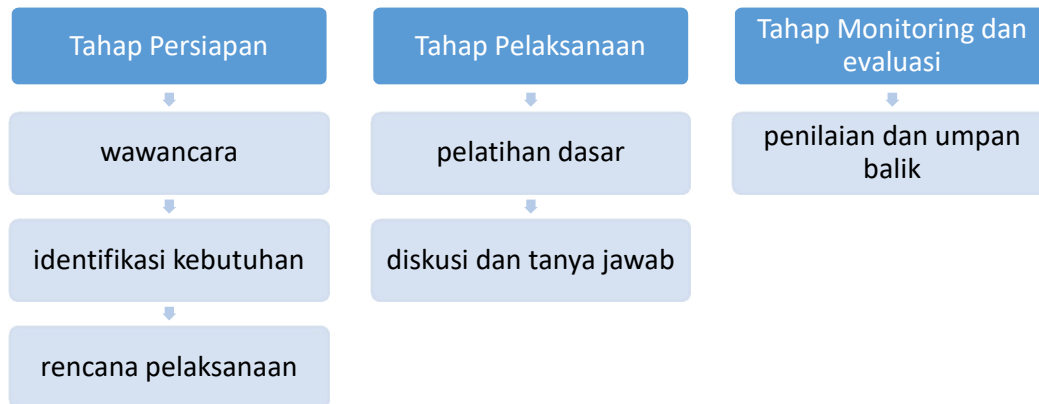
Permintaan akan produk mulai besar pada saat awal bulan Ramadhan, hal tersebut menjadi pembelajaran bagi mitra agar memiliki perhatian lebih ketika musim-musim tertentu. Oleh karenanya, penting bagi mitra untuk membuat peramalan penjualan dalam memprediksi penjualan dan persediaan bahan di masa mendatang. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, beberapa solusi atas permasalahan tersebut, diantaranya: (1) Melakukan pelatihan melalui pemaparan mengenai materi peramalan penjualan, dan (2) Melakukan pendampingan, dalam hal ini pendampingan perhitungan peramalan penjualan dilakukan agar mitra dapat membuat peramalan penjualan dan mengimplementasikannya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi mitra terutama dalam hal pengelolaan keuangan melalui langkah perencanaan bisnis yaitu peramalan penjualan. Setelah mitra memahami mengenai peramalan penjualan, diharapkan mitra dapat membuat perencanaan bisnis secara komprehensif serta strategi penjualan yang akan digunakan yang dapat berdampak pada kinerja keuangan mitra yang lebih baik.

BAHAN DAN METODE

Tahap Persiapan, melakukan koordinasi awal dan survey langsung kepada mitra dan melakukan wawancara awal untuk mengetahui analisis situasi mitra.

1. Tahap Pelaksanaan, pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan, yaitu:
 - a) Pemaparan materi, kegiatan diawali dengan metode ceramah. Materi yang diberikan yaitu mengenai peramalan penjualan.
 - b) Pendampingan, pada tahap ini dilakukan pendampingan terhadap mitra mengenai cara menghitung peramalan penjualan.
2. Tahap Monitoring dan Evaluasi, pada tahap ini tim PkM melakukan analisis atas hasil kegiatan yang telah dilaksanakan untuk kemudian membuat laporan kegiatan PkM.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sasaran kegiatan ini adalah pelaku usaha cemilan cepuluh. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap monitoring dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi survei dan wawancara dan mengidentifikasi kebutuhan pelaku usaha. Kemudian mengoordinasikan pelaksanaan kegiatan. Berikutnya, tahap pelaksanaan diawali dengan memberikan pelatihan dasar mengenai peramalan penjualan. Dalam pendampingan diberikan cara mudah dalam menghitung peramalan penjualan. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan dengan menilai hasil perhitungan peramalan penjualan kemudian memberikan umpan balik berupa masukan agar mitra dapat menyusun peramalan penjualan dengan tepat secara mandiri dan dapat menyusun strategi penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 17 – 18 April 2024, yang bertempat di Kampung Kandang Jakarta Selatan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengetahui kondisi mitra dan solusi atas permasalahan yang dialami mitra. Hasil wawancara menunjukkan kekurangan mitra atas pemahaman mengenai perencanaan bisnis terutama mengenai anggaran penjualan.

Proses pelaksanaan dimulai dengan pemaparan materi mengenai pentingnya melakukan perencanaan bisnis. Salah satu bentuk perencanaan bisnis dalam suatu usaha yaitu adanya anggaran yang dibuat oleh pemilik usaha. Sebelum membuat anggaran, perlu dilakukan peramalan atau *forecast* atas penjualan. Dari data *forecast* akan didapatkan data lanjutan berupa anggaran penjualan.



Gambar 1. Pendampingan peramalan penjualan mitra dan produk mitra

Pada kesempatan ini, tim berfokus pada tahap awal yaitu melakukan peramalan penjualan. Peramalan penjualan memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, termasuk perencanaan produksi yang lebih efisien, pengelolaan persediaan yang tepat, dan perencanaan keuangan yang akurat. Dengan memahami perkiraan penjualan, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran, merencanakan sumber daya secara efektif, dan meningkatkan pelayanan pelanggan. Selain itu, peramalan penjualan membantu dalam analisis risiko, pengambilan keputusan berbasis data, dan evaluasi kinerja, yang semuanya mendukung pertumbuhan bisnis dan daya saing di pasar (Suhardi et al., 2022).

Peramalan penjualan dapat dihitung melalui beberapa metode kuantitatif, diantaranya metode rata-rata bergerak, metode *least square*, metode *trend moment*. Pada saat tim menanyakan metode yang memudahkan mitra dalam memahami yaitu metode *least square*. Tahapan berikutnya, dilakukan pendampingan atas perhitungan peramalan penjualan dengan metode *least square* pada mitra.



Gambar 2. Diskusi dengan mitra

Mitra berdiskusi dengan tim mengenai data unit penjualan produk, dari data tersebut kemudian diolah menggunakan metode peramalan *least square*. Data diambil dari 5 (lima)

bulan terakhir untuk memprediksi penjualan pada tahun berikutnya. Penentuan atas kenaikan pesanan produk berdasarkan pengalaman mitra berada pada bulan Ramadhan. Berikut data penjualan selama 5 (lima) bulan terakhir:

Tabel 1. Perhitungan metode *least square*

Tahun	Bulan	Unit penjualan	X	XY	X ²
2023	Oktober	100	-2	-200	4
	November	100	-1	-100	1
	Desember	150	0	0	0
2024	Januari	250	1	250	1
	Februari	260	2	520	4
Jumlah		860	-	470	10

Sumber: Olahan data mitra, 2024

Dapat dilihat pada tabel 1, pada data terlihat bahwa kenaikan unit penjualan berada pada bulan Januari dan Februari 2024. Hal tersebut dapat menjadi catatan tersendiri bahwa pada bulan-bulan menjelang ramadhan terjadi kenaikan unit penjualan. Selanjutnya, melakukan proses perhitungan peramalan untuk periode mendatang. Berikut perhitungan untuk peramalan penjualan:

a. Membuat persamaan $Y = a + bx$

b. Selanjutnya koefisien a dan b dicari dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad a = 860 : 5 = 172$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \qquad b = 470 : 10 = 47$$

$$Y = 172 + 47x \rightarrow \text{unit untuk bulan maret } Y = 172 + 47 (3)$$

c. Maka *Forecast* penjualan bulan Maret hingga Desember 2024, namun dengan catatan pada periode tertentu dalam hal ini bulan Ramadhan dan bulan Djulhijah atau Idul Adha sering terjadi peningkatan sebanyak 100% atau 2 (dua) kali lipat. Dalam perhitungan diasumsikan kenaikan sebanyak 15%, dikarenakan tren penjualan diprediksi terus meningkat setiap bulannya.

Tabel 2. Hasil peramalan penjualan

Bulan	X	Hasil <i>Forecast</i> unit penjualan	Proyeksi kenaikan unit penjualan	Unit penjualan
Maret	3	313		313
April	4	360		360
Mei	5	407		407
Juni	6	454		454
Juli	7	501	(15%*501=75)	576
Agustus	8	548		548
September	9	595		595
Oktober	10	642		642
November	11	689		689
Desember	12	736	(15%*292=110)	846

Sumber: Olahan data mitra, 2024

- Purnamasari, P., Zuliawati, E., Sellina, S., Maria, F., & Hariroh, R. (2024). Pengembangan Umkm Melalui Sosialisasi Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(1), 42–47.
- Rahmadi, N. (2019). *Usaha Kecil-Kecilan Jangan Diremehkan! Lihat Contoh dan Analisa dari UCEO*. Disdag.Samarindakota.Go.Id. <https://disdag.samarindakota.go.id/berita/artikel/usaha-kecil-kecilan-jangan-diremehkan-lihat-contoh-dan-analisa-dari-uceo>
- Suhardi, Altin, D. D., Rezeki, N. S., Marheni, Yahya, A., Wibowo, E. T., Cakranegara, P. A., Turi, L. O., Nainggolan, C. D., Suprihanto, S., & Hidayat, A. W. (2022). Penganggaran Perusahaan. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1). Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Yahya, A., Hidayat, T., Saputera, D., Muhsoni, R., & Ramdani, C. (2024). Pendampingan Pembuatan Proposal Bisnis “Mak Enjoeh.” *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 6(2), 456–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/j.pdl.v6i2.37934>
- Yahya, A., & Syavaat, M. F. (2021). Pemilihan Metode Akuntansi Penilaian Inventori Dan Variabel Yang Mempengaruhinya. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 13(2), 187–201. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v13i2.2026>