

ANALISIS ANGGARAN PENJUALAN PADA UMKM UD MURNI JAYA BEKASI

Chamim Ihwanudin¹, Faturrahman², Nani Hartati³

^{1&2} Universitas Pelita Bangsa

Lejjozboy@gmail.com¹, faturrahma97@gmail.com², nani.hartati@pelitabangsa.ac.id³

Diterima : 12 Juli 2024

Disetujui : 13 Juli 2024

Dipublikasikan : 16 Juli 2024

Abstrak

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi andalan pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah lesunya perekonomian dunia, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Metode dalam pelaksanaan penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif. dengan melakukan survei, berbicara dengan para pebisnis, mengambil tanggal ke lokasi perusahaan, dan mengatur pelaksanaan acara. Penelitian ini dilakukan karena tidak adanya anggaran dalam pencatatan keuangan UMKM UD Murni Jayagt, terutama anggaran penjualan dimana anggaran penjualan merupakan salah satu aspek fungsi perencanaan yang memainkan peran penting dalam keberlangsungan usaha perusahaan. Anggaran penjualan dapat dijadikan sebagai acuan dalam upaya meningkatkan penjualan selanjutnya. Dalam membuat ramalan penjualan, peneliti membandingkan 3 metode peramalan, yaitu Semi Average, Trend Moment, dan Least Square.

Kata kunci : sektor usaha, koperasi, penjualan

Abstract

The Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) sector is the government's mainstay in increasing economic growth in the midst of the sluggish world economy, the Ministry of Cooperatives and UKM noted that the contribution of UMKM sector increased from 57.84 percent to 60.34 percent. The method in the implementation of this research is carried out using qualitative methods. By conducting surveys, talking to business people, taking dates to company locations, and organizing events. This research was carried out because there was no budget in the financial recording of UD Murni Jayagt UMKM, especially the sales budget where the sales budget is one of the aspects of the planning function that plays an important role in the company's business sustainability. The sales budget can be used as a reference in an effort to increase sales in the future. In making sales forecasts, researchers compared 3 forecasting methods, namely Semi Average, Trend Moment, and Least Square.

Keywords : Business sector, cooperatives, sales

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan singkatan dari usaha-usaha tersebut. UMKM pada hakikatnya diartikan sebagai usaha atau usaha yang dimiliki dan juga dijalankan oleh rumah tangga, badan usaha kecil, kelompok, atau bahkan perseorangan.

Sebagai negara berkembang, Indonesia menempatkan UMKM sebagai pusat perekonomian daerah tujuannya guna mendorong potensi kemandirian untuk tumbuh di masyarakat itu sendiri, khususnya untuk di bidang perekonomian.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi andalan pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah lesunya perekonomian dunia, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Tak hanya itu, sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Serapan tenaga kerja pada sektor UMKM tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir.

Perkembangan sektor UMKM di Indonesia jika dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik tentunya akan memiliki potensi yang besar dan akan dapat mewujudkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tangguh. Peran UMKM yang penting dalam kemajuan perekonomian Indonesia mengharuskan UMKM yang sudah ada untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha adalah dengan dilakukannya pengelolaan fungsi manajemen yang efektif terhadap seluruh aspek kegiatan usaha sehingga didapatkan hasil yang baik dan maksimal sesuai dengan perencanaan usaha. Salah satu fungsi manajemen yang juga memiliki peranan penting dalam proses keberlangsungan usaha adalah fungsi perencanaan. Hal tersebut dikarenakan fungsi perencanaan menyangkut titik awal rencana apa saja yang hendak dilakukan oleh perusahaan.

Faktor utama yang perlu direncanakan adalah penjualan, karena penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Rencana penjualan pun harus dibuat dengan metode peramalan yang tepat agar hasil ramalan tidak meleset.

UMKM UD Murni Jaya merupakan usaha dagang yang bergerak di bidang pertukangan kayu yang memproduksi kusen pintu, jendela dan lain sebagainya yang berlokasi di di Kp. Pelaukan Rt 002 Rw 004 No 95 Desa Sukaraya ,Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. UMKM UD Murni Jaya memproduksi kusen yang penjualannya di wilayah Kabupaten Bekasi dan sekitarnya. Penjualan UD Murni Jaya setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan. Di samping itu, dalam pengadaan bahan baku pun UMKM UD Murni Jaya masih belum menyesuaikan dengan perkiraan penjualan untuk hari berikutnya karena tidak adanya prediksi penjualan atau target penjualan yang dapat dijadikan acuan. Maka perlu adanya perencanaan penjualan yang dibuat dalam suatu anggaran penjualan agar dapat diketahui jumlah kusen yang akan dijual ke setiap pelanggan dan jumlah bahan baku yang dibutuhkan sehingga diharapkan proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien serta dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

Menurut Didit Herlianto (2015): "Anggaran merupakan rencana dari seluruh kegiatan perusahaan dalam jangka pedek yang dinyatakan dalam unit kuantitatif. Anggaran harus bersifat formal, artinya anggaran disusun secara sengaja dan bersungguh-sungguh dalam bentuk tertulis. Anggaran harus bersifat sistematis, artinya anggaran disusun dengan berurutan berdasarkan logika." Sasongko dan Parulian (2015) mendefinisikan bahwa "Anggaran adalah rencana kegiatan yang akan dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif. Informasi yang dapat diperoleh dari anggaran di antaranya jumlah produk dan harga jualnya untuk tahun depan". Sedangkan Nafarin (2013) berpendapat bahwa "Anggaran (budget) merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan dalam suatu uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa"

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 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.

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.

Menurut Siswanto (2015) ramalan (forecasting) adalah perkiraan kejadian dimasa yang akan datang dengan menggunakan berbagai asumsi baik yang sudah terjadi maupun berbagai kemungkinan yang diharapkan terjadi dimasa yang akan datang. Forecasting merupakan bagian dari proses perencanaan. Prakiraan merupakan suatu usaha yang sistematis untuk meramalkan atau memperkirakan waktu yang akan datang dengan penarikan kesimpulan atas fakta yang telah dikeahui.

Menurut Sugiyono dalam Jurnal Sakdiyah (2013) Peramalan adalah suatu rencana untuk menentukan tingkat penjualan dengan menggunakan data historis atau data penjualan dimasa lalu. Peramalan penting bagi perusahaan maupun home industri untuk menentukan tingkat penjualan perusahaan pada periode yang akan datang.

2. Metode

Metode dalam pelaksanaan penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif. dengan melakukan survei, berbicara dengan para pebisnis, mengambil tanggal ke lokasi perusahaan, dan mengatur pelaksanaan acara. Metode ini menggunakan data dari penjualan Bulan Juli hingga Desember 2023. Materi disampaikan dalam rangka melaksanakan implementasi, lalu melakukan perencanaan anggaran, dan sosialisasi terhadap perencanaan penganggaran. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan datang ke UMKM UD Murni Jaya yang berada di Desa Sukaraya, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. Metodologi menjelaskan teori pendukung, kronologis penelitian, termasuk desain penelitian, prosedur penelitian (dapat dalam bentuk algoritma atau lainnya), cara untuk menguji dan akuisisi data.

3. 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 peramalan pekerjaan merupakan bagian dari perencanaan, perkiraan dalam suatu bisnis 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 mendapatkan data penjualan pada 6 Bulan terakhir yang diperoleh dari pelaku usaha UD Murni Jaya. Dalam berikut data hasil penjualan pada UD Murni Jaya ;

Tabel 1. Data Penjualan Pada Bulan Juli hingga Desember 2023

BULAN	PENJUALAN	HARGA	JUMLAH
JULI	150	Rp. 300.000	Rp. 45.000.000
AGUSTUS	231	Rp. 300.000	Rp. 69.300.000
SEPTEMBER	186	Rp. 300.000	Rp. 55.800.000
OKTOBER	240	Rp. 300.000	Rp. 72.000.000
NOVEMBER	196	Rp. 300.000	Rp. 58.800.000
DESEMBER	194	Rp. 300.000	Rp. 58.200.000
TOTAL	1197		Rp. 359.100.000

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	Penjualan	Total	Rata-Rata	X
JULI	150	567	189	-
AGUSTUS	231			1
SEPTEMBER	186			0
OKTOBER	240	630	210	1
NOVEMBER	196			2
DESEMBER	194			3
TOTAL	1197			4
		1197	399	9

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

$$a = 189$$

$$b = 209 - 189 = 21 : 3 = 7$$

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

$$Y' \text{ Januari} = 189 + 7 (5)$$

$$Y' \text{ Januari} = 189 + 35$$

$$Y' \text{ Januari} = 224$$

$$Y' \text{ Februari} = 189 + 7(6)$$

$$Y' \text{ Februari} = 189 + 42$$

$$Y' \text{ Februari} = 231$$

$$Y' \text{ Maret} = 189 + 7(7)$$

$$Y' \text{ Maret} = 189 + 49$$

$$Y' \text{ Maret} = 238$$

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	Penjualan (y)	x	xy	X ²
JULI	150	0	-	-
AGUSTUS	231	1	231	1
SEPTEMBER	186	2	372	2
OKTOBER	240	3	720	9
NOVEMBER	196	4	784	16
DESEMBER	194	5	970	25
TOTAL	1197	15	3077	55

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

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

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

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

$$1197 = 6a + 15b (x 2,5)$$

$$3077 = 15a + 55b (x 1)$$

$$85 = 17,5b$$

$$b = 4,8$$

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

$$1197 = 6a + 15b$$

$$1197 = 6a + 15 (4,8)$$

$$1197 = 6a + 72$$

$$6a = 72 - 1197$$

$$6a = 1125$$

$$a = 187$$

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

$$Y \text{ Jan} = 187 + 4,8(6)$$

$$Y \text{ Jan} = 187 + 28,8$$

$$Y \text{ Jan} = 216$$

$$Y \text{ Feb} = 187 + 4,8 (7)$$

$$Y \text{ Feb} = 187 + 33,6$$

$$Y \text{ Feb} = 221$$

$$Y \text{ Mar} = 187 + 4,8(8)$$

$$Y \text{ Mar} = 187 + 38,4$$

$$Y \text{ Mar} = 225$$

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	Penjualan	x	xy	x
JULI	150	-5	-750	2,5
AGUSTUS	231	-3	-693	9
SEPTEMBER	186	-1	-186	1
OKTOBER	240	1	240	1
NOVEMBER	196	3	588	9
DESEMBER	194	5	970	25
TOTAL	1197		169	70

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

$$a = \frac{\sum Y}{n} = 1197:6 = 199,5$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 169:70 = 2,4$$

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

$$Y \text{ Jan} = 199,5 + 2,4 (7)$$

$$Y \text{ Jan} = 199,5 + 16,8$$

$$Y \text{ Jan} = 216$$

$$Y \text{ Feb} = 199,5 + 2,4(9)$$

$$Y \text{ Feb} = 199,5 + 21,6$$

$$Y \text{ Feb} = 221$$

$$Y. \text{ Mar} = 199,5 + 2,4 (11)$$

$$Y \text{ Mar} = 199,5 + 26,4$$

$$Y \text{ Mar} = 225$$

4. Penutup

Berikut adalah kesimpulan yang dapat penulis ambil berdasarkan investigasi serta analisis yang penulis lakukan di UMKM UD Murni Jaya :

1. Teknik Semi Average memberikan hasil sebagai berikut untuk bulan Januari, Februari, dan Maret 2024: 224, 231, dan 238, berdasarkan perhitungan peramalan penjualan untuk UMKM UD Murni Jaya dari bulan Januari hingga Maret 2024. Secara bersamaan, perhitungan untuk Time Series Moment serta Least squares menghasilkan nilai peramalan yang persis sama untuk bulan Januari 216, Februari 221, dan Maret 225.
2. Berdasarkan hasil hitungan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) dari data peramalan penjualan yang menggunakan pendekatan Semi Average, Trend Moment, dan Least Square, diketahui bahwa metode trend moment lebih baik digunakan dalam peramalan, sedangkan pendekatan Least Square lebih baik digunakan dalam peramalan.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan di UMKM Teh She'0, lebih tepat menggunakan metode trend moment dan metode kuadrat terkecil.

5. Daftar Pustaka

Endah Dwi Kusumastuti, Feby Lestari, A. A. P. (2021). Data Persediaan Adorable Projects Data Penjualan Adorable Projects. *Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 107–117.

Lim, S. A., & Indrawati, L. (2017). Implementasi Anggaran Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Surabaya. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 9(2), 78–102. <https://doi.org/10.37477/bip.v9i2.43>

Yantisari, D. (2020). Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan Pada Umkm Pelangi Food Tangerang. Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA, 21(1), 1–9.

Yahya, A. (2023). Kewirausahaan dalam Perspektif Manajemen. Yayasan Pendidikan CendekiaMuslim. <https://store.cendekiamuslim.or.id/detail/kewirausahaan-dalamperspektif-manajemen.html>

M, M. (2015). Budgeting – Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja. BPFYogyakarta

Yunika Murdayanti. (2017). Anggaran Perusahaan. Bogor: Penerbit IN MEDIA.