

ANALISIS PENYUSUNAN ANGGARAN PENJUALAN SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PENJUALAN PADA UMKM SEKIAN KOPI GARUT

Siti Navisah, Nelasari, Liza Aprilia

ABSTRACT

This study aims to analyze the preparation of a sales budget at Sekian Kopi Garut MSME as a basis for sales planning. The research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, documentation, and literature review of the business profile, sales data, and documents related to sales budget preparation. Data analysis was conducted by describing the sales budget preparation process and the application of the Time Series Moment method to forecast sales for the subsequent period. The results indicate that sales budget preparation plays an important role in determining sales targets, supporting the development of marketing strategies, and serving as a basis for business decision-making. In addition, the sales forecasting results can be used as a reference in preparing the sales budget, enabling sales planning to be carried out in a more directed and effective manner.

Keywords: *Sales Budget, MSMEs, Sekian Kopi, Time Series Moment, Sales Planning.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyusunan anggaran penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut sebagai dasar perencanaan penjualan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka terhadap profil usaha, data penjualan, serta dokumen yang berkaitan dengan penyusunan anggaran penjualan. Analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan proses penyusunan anggaran penjualan serta penerapan metode Time Series Moment dalam memperkirakan penjualan pada periode berikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyusunan anggaran penjualan berperan penting dalam menentukan target penjualan, mendukung penyusunan strategi pemasaran, dan menjadi dasar pengambilan keputusan usaha. Selain itu, hasil peramalan penjualan dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun anggaran penjualan sehingga perencanaan penjualan dapat dilakukan secara lebih terarah dan efektif.

Kata Kunci: *Anggaran Penjualan, UMKM, Sekian Kopi, Time Series Moment, Perencanaan Penjualan.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran strategis dalam perekonomian karena mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan menjadi salah satu penggerak ekonomi daerah. Namun,

dalam perkembangannya UMKM masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah keterbatasan dalam pengelolaan manajemen usaha dan perencanaan kegiatan operasional. Salah satu jenis UMKM yang berkembang cukup pesat adalah usaha di bidang makanan dan minuman, khususnya kedai kopi. Meningkatnya minat masyarakat terhadap budaya minum kopi serta berkembangnya gaya hidup modern menyebabkan persaingan antar pelaku usaha kopi semakin tinggi. Kondisi tersebut mendorong setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pengelolaan usaha yang baik agar mampu bertahan dan berkembang.

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan usaha adalah perencanaan penjualan. Perencanaan penjualan dapat dilakukan melalui penyusunan anggaran penjualan yang disusun berdasarkan estimasi permintaan pasar, kemampuan usaha, serta kondisi lingkungan bisnis. Anggaran penjualan berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan target penjualan, memperkirakan pendapatan, serta menjadi dasar penyusunan anggaran lainnya, seperti anggaran produksi dan anggaran biaya operasional.

UMKM Sekian Kopi merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang *Food and Beverage* dengan konsep penjualan kopi keliling menggunakan sepeda listrik. Usaha ini menawarkan produk kopi dengan harga yang terjangkau serta menyediakan berbagai pilihan menu sesuai kebutuhan konsumen. Selain berfokus pada penjualan produk, Sekian Kopi juga mengembangkan usahanya melalui program kemitraan sehingga memiliki potensi untuk terus berkembang di tengah persaingan industri minuman.

Dalam menyusun anggaran penjualan diperlukan suatu metode yang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi penjualan pada periode yang akan datang. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Time Series Moment*. Menurut Nafarin (2017), *Time Series Moment* merupakan proses memperkirakan jumlah penjualan yang akan terjadi pada periode mendatang dengan menggunakan data masa lalu sebagai dasar penyusunan anggaran penjualan. Hasil peramalan tersebut dapat membantu perusahaan menentukan target penjualan dan menyusun rencana kegiatan operasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyusunan anggaran penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut sebagai dasar perencanaan penjualan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya penyusunan anggaran penjualan dalam mendukung proses perencanaan usaha serta menjadi masukan bagi UMKM dalam menyusun strategi penjualan yang lebih efektif. .

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai penyusunan anggaran penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses

penyusunan anggaran penjualan dengan memanfaatkan metode Time Series Moment sebagai dasar dalam perencanaan penjualan.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah UMKM Sekian Kopi Garut yang bergerak di bidang *Food and Beverage*. Fokus penelitian meliputi proses penyusunan anggaran penjualan berdasarkan data penjualan yang dimiliki UMKM serta penerapan metode *Time Series Moment* dalam memperkirakan penjualan pada periode berikutnya.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara yang dilakukan pada UMKM Sekian Kopi Garut. Data yang dikumpulkan meliputi informasi mengenai proses penyusunan anggaran penjualan, data penjualan, serta perencanaan penjualan yang diterapkan oleh UMKM.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung, seperti profil UMKM, catatan atau laporan penjualan, serta berbagai referensi berupa buku, jurnal ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan anggaran penjualan, perencanaan penjualan, dan metode Time Series Moment.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung untuk memperoleh informasi mengenai data penjualan, proses penyusunan anggaran penjualan, dan perencanaan penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti data penjualan, profil usaha, serta dokumen lain yang mendukung proses analisis.
3. Studi pustaka, yaitu mengkaji berbagai buku, jurnal ilmiah, dan referensi lain yang relevan sebagai landasan teori mengenai anggaran penjualan, perencanaan penjualan, dan metode Time Series Moment.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka dianalisis untuk menggambarkan proses penyusunan anggaran penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut. Untuk mendukung analisis, data penjualan yang diperoleh diolah menggunakan metode *Time Series Moment* sebagai teknik peramalan guna memberikan gambaran estimasi penjualan pada periode berikutnya. Berikut Persamannya:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = hasil peramalan penjualan.

a = konstanta. b = koefisien arah

(tren).

X = periode waktu.

Nilai a dan b dihitung menggunakan persamaan:

$$\begin{aligned}\sum Y &= n \cdot a + b \sum X \\ \sum XY &= a \sum X + b \sum X^2\end{aligned}$$

Keterangan:

Y = nilai hasil peramalan penjualan.

a = konstanta (intersep), yaitu nilai dasar atau rata-rata penjualan ketika X = 0.

b = koefisien tren, yaitu besarnya perubahan atau kecenderungan naik maupun turunnya penjualan pada setiap periode.

X = periode waktu.

n = jumlah periode pengamatan.

$\sum Y$ = jumlah seluruh data penjualan.

$\sum X$ = jumlah seluruh periode waktu.

ΣXY = jumlah hasil perkalian antara periode waktu (X) dan data penjualan (Y).

ΣX^2 = jumlah kuadrat dari periode waktu (X).

HASIL PENELITIAN

Data yang digunakan merupakan data penjualan UMKM Sekian Kopi Garut selama periode Januari sampai Juni yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan metode Time Series Moment untuk memperoleh estimasi penjualan sebagai dasar dalam penyusunan anggaran penjualan.

Tabel 1
Perhitungan Metode Time Series Moment Anggaran Penjualan Sekian Kopi

Bulan	Penjualan(Y)	X	XY	X ²
Januari	2800	0	0	0
Februari	3000	1	3000	1
Maret (Ramadhan)	1200	2	2400	4
April	2600	3	7800	9
Mei	3400	4	13600	16
Juni	3600	5	18000	25
Jumlah (Σ)	16600	15	44800	55

Sumber : Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, total penjualan selama enam bulan adalah 16.600 cup dengan jumlah nilai X sebesar 15, nilai XY sebesar 44.800, dan nilai X² sebesar 55. Data tersebut menunjukkan bahwa penjualan UMKM Sekian Kopi Garut mengalami fluktuasi selama periode penelitian. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni, yaitu sebanyak 3.600 cup, sedangkan penjualan terendah terjadi pada bulan Maret (Ramadhan), yaitu sebanyak 1.200 cup. Penurunan penjualan pada bulan Maret diduga dipengaruhi oleh perubahan pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan, sedangkan peningkatan penjualan pada bulan Mei dan Juni menunjukkan adanya perbaikan permintaan setelah periode tersebut.

Selanjutnya, data pada Tabel 1 dianalisis menggunakan metode Time Series Moment untuk menentukan nilai konstanta (a) dan koefisien tren (b). Hasil perhitungan tersebut digunakan untuk membentuk persamaan tren sebagai dasar dalam memperkirakan penjualan pada periode berikutnya dan mendukung penyusunan anggaran penjualan.

Perhitungan Metode Time Series Moment

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1, diperoleh nilai $\Sigma Y = 16.600$, $\Sigma X = 15$, $\Sigma XY = 44.800$, $\Sigma X^2 = 55$, dan jumlah periode pengamatan (n) = 6. Nilai tersebut kemudian disubstitusikan ke dalam persamaan Time Series Moment sebagai berikut.

Perhitungan :

$$\begin{aligned}\Sigma Y &= na + b\Sigma X & 16.600 &= 6a + 15b & I \times 5 I & 83.000 = 30a + 75b \\ \Sigma XY &= a\Sigma X + b\Sigma X^2 & 44.800 &= 15a + 55b & I \times 2 I & \frac{89.600 = 30a + 110b}{6.600 = 35b} \\ & & & & B & = 188,57\end{aligned}$$

Substitusi ke persamaan pertama:

$$16.600 = 6a + 15 (188,57)$$

$$16.600 = 6a + 2.828,55$$

$$6a = 13.771,45 \quad a =$$

$$2.295,24$$

Dengan demikian diperoleh persamaan tren;

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.295,24 + 188,57X$$

Untuk memperkirakan penjualan bulan Juli, Nilai ($X = 6$), Sehingga;

$$Y = 2.295,24 + (188,57 \times 6)$$

$$Y = 2.295,24 + 1.131,42$$

$$Y = 3.426,66 \approx 3.427 \text{ cup}$$

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis menggunakan metode *Time Series Moment*, diperoleh persamaan tren $Y = 2.295,24 + 188,57X$ dengan estimasi penjualan bulan Juli sebesar 3.427 cup. Hasil tersebut menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan penjualan meskipun terjadi perubahan jumlah penjualan selama periode Januari hingga Juni. Penurunan pada bulan Maret yang bertepatan

dengan bulan Ramadhan kembali mengalami peningkatan pada bulan April hingga Juni sehingga membentuk tren penjualan yang positif.

Metode *Time Series Moment* membantu UMKM Sekian Kopi Garut dalam memperkirakan penjualan berdasarkan data historis sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan anggaran penjualan. Hasil peramalan tersebut dapat digunakan untuk menentukan target penjualan, memperkirakan kebutuhan bahan baku, mengelola persediaan, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan data penjualan sebagai dasar perencanaan memberikan hasil yang lebih objektif dibandingkan hanya menggunakan perkiraan. Hal ini sesuai dengan konsep anggaran penjualan sebagai pedoman dalam memperkirakan penjualan periode mendatang dan mendukung pengambilan keputusan operasional UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penyusunan anggaran penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut dengan metode *Time Series Moment* mampu memberikan gambaran mengenai perkembangan penjualan pada periode mendatang. Metode ini dapat membantu usaha dalam melakukan perencanaan penjualan berdasarkan data historis sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih terarah.

Penerapan anggaran penjualan berbasis peramalan dapat mendukung UMKM dalam mengelola kegiatan operasional, seperti perencanaan produksi, persediaan, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, penggunaan metode *Time Series Moment* dapat menjadi alternatif dalam meningkatkan efektivitas perencanaan dan pengendalian penjualan pada UMKM Sekian Kopi Garut.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, UMKM Sekian Kopi Garut disarankan untuk mulai menerapkan penyusunan anggaran penjualan secara berkala dengan memanfaatkan data penjualan sebelumnya sebagai dasar perencanaan. Penggunaan metode peramalan seperti *Time Series Moment* dapat dikembangkan sebagai alat bantu dalam memperkirakan permintaan dan menentukan strategi usaha. Selain itu, UMKM Sekian Kopi Garut perlu melakukan pencatatan penjualan secara lebih teratur agar tersedia data yang akurat untuk perencanaan pada periode berikutnya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode peramalan lain atau menambahkan variabel yang dapat memengaruhi penjualan sehingga hasil analisis menjadi lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Munandar, M. (2012). *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Nafarin, M. (2017). *Penganggaran Perusahaan Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

B. Artikel/Jurnal

- Al Aziz, A., Nasution, O. R. K., & Purba, P. M. (2024). Sistem Informasi Stok dan Penjualan Kopi Gayo pada Toko Success Coffee Gayo Menggunakan Metode Forecasting. *Journal of Computers and Digital Business*, 3(2), 59–68. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v3i2.397>
- Muhammad, R., Hermana, D., & Kurnaeli. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Lokal pada Warunk Garoet. *Journal of Knowledge Management*, 14(1). <https://doi.org/10.52434/jkm.v14i1.1643>
- Mulyana, A. A. P., Wagiono, & Fikri, M. R. A. (2024). Strategi Pemasaran Kopi (Coffea sp.) pada Mahkota Java Coffee di Kecamatan Bayongbong Kabupaten Garut. *Jurnal AGROHITA: Jurnal Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan*, 9(1).
- Zacky, R. N., Wahyudin, & Dhuha, S. (2023). Teknik Proyeksi Bisnis Forecasting Penjualan Menggunakan Metode Rata-Rata Trend di Storing Coffee Karawang. *Jurnal Serambi Engineering*, 8(2), 5896–5902. <https://doi.org/10.32672/jse.v8i2.5968>

Alamat Redaksi

Jalan Oto Iskandardinata No. 278 A Tarogong Garut
Jawa Barat Tlp. 0262-233549. Fak. 0262-233549 e-
mail : lp2mstieya@gmail.com web :
<http://www.lp2m.stieyasaanggana.ac.id>