

ANALISIS ANGGARAN PRODUKSI DAN ANGGARAN PENJUALAN TERHADAP RENCANA PENJUALAN UMKM PISANG GORENG TANDUK CRISPY DAN MENDOAN BUDHE DI SUKATANI

Ruth Megawati¹, Bernadus Andra Nugrayanto², Resyanova Salva Syabani³, Nani Hartati⁴

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: ruthmegawati10@gmail.com¹, bernadusandra@gmail.com²,
resyanovasalvaa@gmail.com³, nani.hartati@pelitabangsa.ac.id⁴

Abstrak – UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu kegiatan yang dapat menggerakkan perekonomian bagi negara. Dalam menjalankan usaha, UMKM memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan sebesar – besarnya. UMKM yang akan diteliti adalah UMKM PISANG GORENG TANDUK CRISPY DAN MENDOAN BUDHE. Pada umumnya UMKM yang masih sederhana, tidak memiliki pencatatan mengenai anggaran produksi dan anggaran penjualan yang baik. UMKM sederhana nya hanya memanfaatkan ingatan dan hanya menggunakan catatan sederhana mengenai perbelanjaan untuk menjalankan bisnisnya. Hal ini menyebabkan perputaran modal yang tidak terdokumentasi dengan baik. Kegiatan ini menggunakan metode interview dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan rincian anggaran produksi. Hal selanjutnya adalah anggaran penjualan pada UMKM sederhana pun tidak terdokumentasi dengan baik. Anggaran penjualan sangat penting dilakukan untuk mengurangi ketidakpastian tentang pendapatan dimasa mendatang. Jika tidak memiliki anggaran penjualan, maka UMKM tidak memiliki target penjualan yang akan dicapai. Pencatatan anggaran penjualan dilakukan dengan menggunakan metode least square agar mempermudah penyusunan rencana penjualan yang konkrit, untuk menjamin kelancaran UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pisang Goreng Tanduk Crispy, Mendoan Budhe, Anggaran Produksi, Anggaran Penjualan.

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan). Pada dasarnya UMKM adalah usaha atau usaha yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangatlah penting, karena berkontribusi besar terhadap pertumbuhan perekonomian.

Berdasarkan perkembangannya, UKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya: Livelihood Activities (UKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima), Micro Enterprise (UKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan), Small Dynamic Enterprise (UKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor), dan Fast Moving Enterprise (UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB).

Penelitian ini dimaksudkan untuk pembelajaran, mengingat bahwa pembelajaran, edukasi maupun studi dapat dilakukan beragam, seperti kuliah lapangan maupun kunjungan industri. Di era yang semakin maju dan berkembang seperti ini, pembelajaran secara teori saja tidaklah cukup untuk menunjang skill mahasiswa, sehingga dibutuhkan praktek ataupun pengamatan langsung tentang segala sesuatu. Karena hal tersebut penulis melakukan studi ke sebuah UMKM yaitu PISANG GORENG TANDUK CRISPY DAN MENDOAN BUDHE yang beralamat di Jl. Raya Pilar Sukatani No.55 Kp. Blokang, Kabupaten Bekasi. Setiap pelaku UMKM memiliki ciri khas dan perjuangannya masing – masing. Sehingga penulis mengunjungi dan mempelajari UMKM ini.

KAJIAN TEORI

A. Anggaran Produksi

Anggaran produksi adalah rencana keuangan yang mencakup semua biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang atau jasa dalam periode tertentu. Anggaran ini melibatkan perencanaan detail mengenai jumlah produksi, penggunaan bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead produksi. Anggaran produksi berfungsi sebagai alat pengendalian yang membantu manajemen untuk memastikan bahwa sumber daya digunakan secara efisien dan efektif, serta meminimalisir pemborosan dan biaya tambahan yang tidak diperlukan (Garrison, Noreen, & Brewer, 2018).

Komponen utama dalam anggaran produksi meliputi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Bahan baku langsung adalah semua bahan yang secara langsung digunakan dalam proses produksi. Tenaga kerja langsung mengacu pada biaya yang dikeluarkan untuk pekerja yang secara langsung terlibat dalam pembuatan produk. Biaya overhead pabrik mencakup semua biaya produksi lainnya yang tidak dapat secara langsung diatribusikan ke unit produksi tertentu, seperti biaya listrik, pemeliharaan mesin, dan biaya administrasi pabrik (Hansen & Mowen, 2015). Dengan adanya anggaran produksi yang tepat, perusahaan dapat merencanakan kebutuhan keuangan secara lebih akurat dan memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pasar.

B. Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan adalah rencana keuangan yang merinci proyeksi penjualan suatu perusahaan dalam periode tertentu, baik dalam satuan unit maupun dalam nilai moneter. Anggaran ini berfungsi sebagai dasar untuk menyusun anggaran lainnya seperti anggaran produksi, anggaran kas, dan anggaran laba rugi. Dengan membuat anggaran penjualan, perusahaan dapat memperkirakan pendapatan yang akan diperoleh dan menetapkan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai target tersebut (Horngren, Sundem, & Stratton, 2014).

Komponen utama dalam anggaran penjualan meliputi perkiraan volume penjualan, harga jual per unit, dan total pendapatan penjualan. Perkiraan volume penjualan didasarkan pada analisis tren historis, kondisi pasar, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Harga jual per unit ditentukan berdasarkan biaya produksi, margin keuntungan yang diinginkan, dan kondisi persaingan pasar. Dengan anggaran penjualan yang baik, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pasar, serta mengambil keputusan yang lebih terinformasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang (Kotler & Keller, 2016).

C. Rencana Penjualan

Rencana penjualan merupakan alat strategis yang penting bagi perusahaan untuk mengatur dan mencapai tujuan penjualan mereka. Rencana ini mencakup langkah-langkah konkret yang dirancang untuk mengidentifikasi pasar target, menetapkan target penjualan yang realistis, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Tujuan utama dari rencana penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien serta merespons perubahan dalam lingkungan pasar (Stanton, Etzel, & Walker, 2017). Komponen-komponen kunci dalam rencana penjualan meliputi analisis pasar dan pesaing, penetapan target penjualan yang spesifik dan terukur, strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan karakteristik produk dan kebutuhan konsumen, serta pengembangan metrik dan pengukuran kinerja untuk mengevaluasi keberhasilan rencana. Dengan mengintegrasikan semua elemen ini, perusahaan dapat memperbaiki visibilitas mereknya, meningkatkan pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka waktu yang diinginkan.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang pengaruh anggaran produksi dan anggaran penjualan terhadap rencana penjualan UMKM PISANG GORENG TANDUK CRISPY DAN MENDOAN BUDHE. Dan pendekatan kualitatif akan digunakan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman dan persepsi pemilik usaha melalui wawancara dan observasi.

A. Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pemilik pisang goreng tanduk crispy dan mendoan budhe untuk mendapatkan wawasan kualitatif tentang pengalaman dan strategi pemasaran mereka.
- Observasi: Observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran pisang goreng tanduk crispy dan mendoan budhe secara online dan offline akan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

B. Teknik Pengolahan Data

- Setelah data dikumpulkan melalui wawancara, dan observasi, langkah pertama adalah melakukan verifikasi untuk memastikan keabsahan dan keakuratan data.
- Pendalaman terhadap semua data yang telah diverifikasi keabsahan dan keakuratan, diperoleh untuk di editing dan penataan koordinasi antara data yang diperoleh dengan relevansi penelitian.

C. Cara Melakukan Penaksiran Penjualan

Untuk menyusun Budget Penjualan diperlukan penaksiran-penaksiran (forecasting), khususnya penaksiran tentang jumlah (kuantitas) produk yang diperkirakan akan mampu dijual, dan penaksiran tentang harganya. Cara (metode) untuk melakukan penaksiran pada penelitian kali ini menggunakan yang bersifat kuantitatif (statistical method), ialah cara penaksiran yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka. Dengan menggunakan cara penaksiran kuantitatif semacam ini diharapkan sejauh mungkin dapat menghilangkan unsur-unsur subjektif seseorang, sehingga hasil taksirannya lebih dapat dipertanggungjawabkan. Adapun beberapa cara penaksiran kuantitatif yang dipakai adalah dengan metode Trend Kuadrat Terkecil (least square method).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Kunjungan Usaha Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe

Jenis Usaha : Jenis usaha yang dirintis adalah makanan ringan sehat berasal dari buah untuk memenuhi asupan masyarakat.

Nama Usaha : PISANG GORENG TANDUK CRISPY DAN MENDOAN

BUDHE

Lokasi usaha : Jl.Raya Pilar Sukatani No.55 Kp. Blokang, Kabupaten Bekasi.

Profil usaha : Pada dasarnya, setiap orang menyukai pisang. Dizaman modern ini, untuk dapat menikmati pisang tidak hanya sekedar buah yang dapat langsung dimakan, melainkan dapat dikreasikan sesuai dengan yang disukai. Salah satu ide kreasi dalam menikmati pisang adalah menjadikannya sebagai pisang goreng crispy. Hal ini lah yang membuat Bapak Andrey Kustomo untuk membuat usaha pisang goreng tanduk crispy. Bapak Andrey Kustomo memulai usaha ini dengan menggunakan modal yang dimiliki sendiri dan juga tentunya atas dukungan dari keluarga.

Alasan utama wirausaha membuat usaha tersebut karena sang wirausaha memiliki kemampuan untuk mengolah buah yang secara kuantitas dapat ditemukan dengan mudah dan cukup banyak. Terlebih lagi, harga pisang relatif murah, sehingga tidak menyulitkan wirausaha untuk memenuhi kebutuhan modal. Daya saing yang sedikit disekitar wilayah tersebut juga menjadi alasan wirausaha tersebut membuka usaha pisang tanduk crispy.

B. Analisis SWOT Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe.

Analisis SWOT sangat diperlukan dalam usaha untuk membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk usaha atau bisnis secara keseluruhan. Berikut adalah analisis SWOT dari Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe:

a. Strength (Kekuatan) Diantaranya :

1. Produk dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.
2. Memiliki topping yang bermacam – macam, sehingga membuat rasa menjadi unik.
3. Baik bagi kesehatan, karena kandungan yang terdapat dalam buah pisang.
4. Pelayanan yang ramah.
5. Bersih, higienis, dan berkualitas.

b. Weakness (Kelemahan) Diantaranya:

1. Sangat mudah untuk dibuat sendiri, sehingga masyarakat dapat memilih untuk membuatnya sendiri.
2. Cara pembuatannya mudah di tiru.

c. Opportunity (peluang/kesempatan) diantaranya:

1. Mudah dalam penjualannya, karena banyak masyarakat yang tertarik pada makanan
3. sehat yang berbasis buah - buahan.
2. Peralat dan bahan mudah di temukan.
3. Modal yang di butuhkan tidak besar.
4. Harga yang ditawarkan terjangkau.
5. Lokasi penjualan yang strategis dan tepat dijalan utama yang selalu diakses masyarakat.

d. Threat (hambatan)

1. Munculnya pesaing baru yang membuat konsumen menjadi berkurang.
2. Munculnya rasa bosan pada masyarakat jika selalu mengonsumsi pisang.

C. Anggaran Produksi Usaha Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe

Dalam rangka mengadakan pemecahan masalah yang dihadapi oleh perusahaan penyusun akan meneliti semua biaya – biaya yang masuk dalam atau yang berkaitan dengan biaya produksi agar tidak terjadi kesalahan dalam penghitungan biaya produksi dan penulis juga akan menentukan harga jual produk sebagai dasar harga jual yang dibutuhkan Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe

1. Data Anggaran Produksi

A. Biaya Peralatan (Fixed cost)

NO	Nama Barang	Qty	Harga
1	Kompas gas	1	Rp200.000

2	Tabung Gas	1		Rp20.000
3	Baskom plastic	2		Rp30.000
4	Wajan	1		Rp80.000
5	Talenan	2		Rp35.000
6	Pisau	2		Rp30.000
7	Parutan Keju	1		Rp15.000
8	Dus Packaging	60 pcs		Rp30.000
	Total			Rp440.000

B. Biaya Bahan Baku (Direct Material cost)

NO	Nama Barang	Qty	Harga
1	Pisang	4 sisir	Rp60.000
2	Telur	½ kg	Rp12.000
3	Tepung Panir	1 kg	Rp20.000
4	Tepung terigu	½ kg	Rp6.000
5	Minyak Goreng	2 liter	Rp40.000
6	Susu kental manis	2 kaleng	Rp15.000
7	Keju	1 batang	Rp20.000
8	Cokelat	1 batang	Rp18.000
9	Selai strawberry	1 pcs	Rp14.000
10	Selai Mocca	1 pcs	Rp12.000
11	Topping coffe	1 botol	Rp12.000
12	Topping green tea	1 botol	Rp15.000
13	Topping Vanilla	1 botol	Rp14.000
	Total		Rp258.000

C. Biaya Tetap (Fixed cost)

Peralatan = Rp 440.000,-
 Bahan baku = Rp 258.000,- +
 Jumlah/modal Rp 698.000,-

2. Perhitungan Anggaran Produksi

A. Total Biaya Produksi Tanpa Overhead:

Biaya Bahan Baku: Rp258.000
 Biaya Tetap: Rp440.000
 Total Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tetap
 Total Biaya Produksi = Rp258.000 + Rp440.000 = Rp698.000
 Total Biaya Produksi = Rp258.000 + Rp440.000 = Rp698.000

B. Biaya Overhead

jika tingkat overhead yang ditentukan adalah 20% dari biaya langsung:
 Total Biaya Langsung (Biaya Bahan Baku + Biaya Tetap) = Rp698.000
 Overhead = 20% × Total Biaya Langsung
 Overhead = 0.20 × Rp698.000 = Rp139.600
 Overhead = 0.20 × Rp698.000 = Rp139.600

C. Total Biaya Produksi Setelah Menambahkan Overhead:

Total Biaya Produksi = Total Biaya Produksi + Overhead
 Total Biaya Produksi = Rp698.000 + Rp139.600 = Rp837.600
 Total Biaya Produksi = Rp698.000 + Rp139.600 = Rp837.600

D. Anggaran Penjualan Dan Rencana Penjualan Usaha Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe.

Berikut adalah perhitungan dari anggaran penjualan usaha Pisang Goreng Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe :

Harga jual = Rp 15.000/pack
 Perolehan dalam 1 hari = Rp 15.000 * 15 box = Rp 225.000

Perolehan dalam 1 bulan = Rp 15.000 * 390 box = Rp 5.850.000

Dan tentunya, didalam penjualan, dilakukan ramalan penjualan untuk perkiraan jumlah komoditi yang diminta oleh konsumen dan perkiraan harga yang mampu dijangkau oleh konsumen. Untuk pencatatan ramalan penjualan, menggunakan metode Time Series Moment dan metode Time Least Square.

Berikut perhitungan menggunakan metode Time Series Moment :

Tahun (n)	Penjualan (Y)	x	x.y	x ²
2019	4.680	0	-	0
2020	4.700	1	4.700	1
2021	4.900	2	9.800	4
2022	5.100	3	15.300	9
2023	5.300	4	21.200	16
n=5	24.680	10	51.000	30
2024	?	5*		

$$Y = a + bx$$

$$\begin{aligned} \Sigma y &= a.n + b \Sigma x && \text{persamaan 1} && 24.680 = a.5 + b .10 && 24.680 = 5a + 10b \\ \Sigma xy &= a. \Sigma x + b \Sigma x^2 && \text{persamaan 2} && 51.000 = a. 10 + b.30 && 51.000 = 10a + 30b \end{aligned}$$

dilakukan Eliminasi, nilai a. persamaan 1 x 2

$$\begin{aligned} 74.040 &= 15a + 30b && \text{atau} && 49.360 &= 10a + 20b \\ \underline{51.000} &= 10a + 30b && && \underline{51.000} &= 10a + 30b && (-) \\ 23.040 &= 5a && && -1.640 &= 0 + -10b \\ a &= 23.040/5 && && b &= 1.640:10 && - \\ a &= 4.608 && && b &= 164 \end{aligned}$$

Lakukan Substitusi nilai b kedalam persamaan

$$\begin{aligned} 24.680 &= 5a + 10b \\ 24.680 &= 5(4.608) + 10b \\ 24.680 &= 23.040 + 10b \\ 1.640 &= 10b \\ b &= 1.640/10 \\ b &= 164 \end{aligned}$$

Lakukan Substitusi nilai b kedalam persamaan

$$\begin{aligned} 24.680 &= a.5 + b .10 \\ 24.680 &= 5a + 164 .10 \\ 24.680 &= 5a + 1.640 \\ 24.680 - 1.640 &= 5a \\ \underline{23.040} &= 5a \\ a &= 23.040/5 \\ a &= 4.608 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y &= a + bx \\ Y_{2024} &= 4.608 + 164.x \\ Y &= 4.608 + 164.5 \\ Y &= 4.608 + 820 \end{aligned}$$

Y = 5.428 merupakan perkiraan penjualan di Th. 2024

Berikut perhitungan menggunakan metode Time Least Square :

Tahun (n)	Penjualan (Y)	x	x.y	x ²
2019	4680	-2	-9360	4
2020	4700	-1	-4700	1
2021	4900	0	0	0
2022	5100	1	5100	1
2023	5300	2	10600	4
n=5	24680	0	1.640	10

$$Y = a + bx \quad a = \frac{24680}{5} = 4936$$

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

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

$$b = \frac{1640}{10} = 164$$

$$Y = a + bX$$

$$Y_{2023} = 4936 + 164(3)$$

$$Y = 4936 + 492$$

$$Y = 5428$$

Dengan menggunakan dua metode diatas, dapat disimpulkan bahwa rencana penjualan yang harus dilakukan oleh Pisang Tanduk Crispy Dan Mendoan Budhe untuk tahun 2024 adalah sebesar 5.428 box dengan total biaya produksi sebesar Rp837.600

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis anggaran produksi dan penjualan UMKM Pisang Goreng Tanduk Crispy dan Mendoan Budhe di Sukatani, ditemukan bahwa anggaran produksi dan penjualan sangat penting untuk mengoptimalkan perputaran modal dan mengurangi ketidakpastian pendapatan. Metode penaksiran penjualan yang digunakan, seperti metode Trend Kuadrat Terkecil dan Time Series Moment, memberikan perkiraan penjualan yang cukup akurat. Analisis SWOT menunjukkan kelemahan dalam penerapan usaha, namun peluang penjualan yang mudah dan modal yang tidak besar Dengan ,dengan total biaya produksi yang terperinci, seperti biaya peralatan, bahan baku, dan outflow, serta perkiraan penjualan untuk tahun 2024 yang dapat diestimasi. Untuk pengembangan program pengabdian selanjutnya, dapat dipertimbangkan untuk memperluas analisis SWOT, meningkatkan akurasi anggaran produksi dan penjualan, serta memperdalam pemahaman terhadap manajemen pemasaran UMKM Pisang Goreng Tanduk Crispy dan Mendoan Budhe.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R., Dubinsky, A. J., & Mehta, R. (2015). Sales Management: Analysis and Decision Making. New York: Routledge.
- Dr. Darsono P, S.E., S.F., M.A., M. M., & Ari Purwanti, M. A. (2010).
- Drs. M. Munandar. (2077). BUDGETING.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). Managerial Accounting. McGraw-Hill Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). Cost Management: Accounting and Control. Cengage Learning.
- Hornngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2014). Introduction to Management Accounting. Pearson.

- Hutt, M. D., & Speh, T. W. (2013). *Business Marketing Management: B2B*. Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Nur Jamal Shaid, M. I. T. R. (2023). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya. https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all#google_vignette
- PENGANGGARAN PERUSAHAAN.
- Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM. (n.d.). <https://penggaronlor.semarangkota.go.id/umkm>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2017). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill Education.