

JURNAL

ECONOMICS PUBLISH

MEDIA PUBLIKASI JURNAL DAN KARYA ILMIAH

Volume 1

No. 1

Januari 2013

ISSN : 2089-9114

Ramalan Penjualan Untuk Menentukan Perencanaan Produksi (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis) Tahun 2012 Oleh : Nana Darna, S.E., M.M. dan Benny Prawiranegara, S.E., M.M. (Hal. 5)

Analisis Sosial Ekonomi Dan Keberadaan Pasar Tradisional Serta Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Rangka Rencana Pendirian Ciamis Mall di Kabupaten Tahun 2011 Oleh : Dr. Apri Budianto, M.M., Sukomo, Drs., M.Si., dan Benny Prawiranegara, S.E., M.M. (Hal. 19)

Penurunan BI Rate Dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Umum Untuk Menurunkan Suku Bunga Kredit Oleh : Ronny Marsiana (Hal. 19)

Faktor - Faktor Penyebab Pertumbuhan Ekonomi Regional di Wilayah Kerja Kantor Bank Indonesia Tasikmalaya Oleh : Nurdiana Mulyatini (Hal. 25)

Perlindungan Hukum Pemegang Saham pada PT. Bank Muamalat Oleh : Ida Farida, S.H., M.H. (Hal. 34)

Perspektif Islam dalam Memandang Akuntansi Oleh : Dani Usmar (Hal. 38)

Implementasi Strategi Promosi (Tarik) Dan Strategi Promosi (Dorong) Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Pelanggan Hotel Nonberbintang di Priangan Timur Oleh : Hj. Aini Kusniawati (Hal. 44)

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

Jl. Martadinata No. 150 Tlp. 0265-772060 Fax. 0265-778374 Ciamis

Email. e_publish96@yahoo.com

Blog. <http://www.Economic Publish Center.Blogspot.com>

RAMALAN PENJUALAN UNTUK MENENTUKAN PERENCANAAN PRODUKSI
(Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis)
Tahun 2012

Oleh:
Nana Darna, S.E., M.M.
Benny Prawiranegara, S.E., M.M.

Abstrak

Kelompok-kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) di masyarakat secara empiris kurang memiliki kemampuan dalam mengelola usahanya, sehingga banyak usaha kecil dan menengah (UKM) yang tidak dapat bersaing dan bertahan.

Begitupun kenyataan yang dapat dijumpai pada usaha kecil dan menengah (UKM) yang berada di Kecamatan Cikoneng seperti; UKM tidak mampu bertahan dalam persaingan, berkurangnya daya beli masyarakat karena UKM tempat mereka bekerja bangkrut, UKM belum dapat menentukan target produksi, dan UKM belum dapat meramalkan penjualan.

Berdasarkan berbagai kenyataan tersebut, penulis mencoba merumuskan permasalahan guna lebih memfokuskan masalah yang diteliti dan di analisis dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1. Bagaimana pelaksanaan perencanaan produksi yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Cikoneng?*
- 2. Bagaimana pelaksanaan peramalan penjualan yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kecamatan Cikoneng?*
- 3. Sejuahmana ramalan penjualan digunakan untuk perencanaan produksi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kecamatan Cikoneng?*

Sasaran dari penelitian adalah UKM yang berada di Kecamatan Cikoneng dengan harapan dapat menjadi model atau penelitian yang dapat membantu mengelola usaha khususnya pada penentuan atau perencanaan produksi.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dimana metode deskriptif menurut A.Gima Sugijama (2008 : 37) adalah riset yang berupaya mengumpulkan data, menganalisis secara kritis atas data-data tersebut dan menyimpulkannya berdasarkan fakta-fakta pada masa penelitian berlangsung atau masa sekarang meliputi ; tahapan-tahapan penelitian, lokasi penelitian, peubah yang diamati atau diukur, model yang digunakan, rancangan penelitian, serta teknik pengumpulan data dan analisis data.

Untuk menganalisis data yang telah dimiliki, penulis akan menggunakan teknik peramalan ekstrapolasi atau deret berkala (time series) dengan Model Model rata-rata bergerak (Moving Average Model) dan model ekstrapolasi sederhana (Simple Extrapolation Model)

Dari hasil penelitian dan kesimpulan penulis memiliki saransebagai berikut; Bagi UKM di kecamatan Cikoneng, hendaknya menggunakan metode peramalan dalam menentukan perencanaan produksi, sehingga produksi akan tepat jumlah, tepat kualitas, tepat harga dan tepat waktu. Bagi pemerintah, hendaknya membantu UKM di kecamatan Cikoneng dalam upaya meningkatkan produktivitas dan kebersaingan usaha sehingga berkembang menjadi perusahaan-perusahaan besar yang dapat menampung banyak tenaga kerja yang pada akhirnya akan membantu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat secara lebih luas. Dan harapan penulis juga dapat ditemukan model-model peramalan yang baru dalam perencanaan produksi UKM sehingga peramalan semakin dekat dengan hasil akhir.

Kata Kunci ;

usaha kecil dan menengah (UKM), perencanaan produksi, peramalan penjualan

A. PENDAHULUAN

Keadaan kemiskinan di Indonesia yang dapat dijumpai pada wilayah perkotaan dan pedesaan dapat diatasi melalui peningkatan daya beli masyarakat. Peningkatan daya beli masyarakat yang dimaksud dalam upaya mengatasi kemiskinan harus berakar pada kemandirian masyarakat, bukan atas subsidi pemerintah. Peningkatan daya beli yang bertumpu pada kemandirian masyarakat terutama masyarakat miskin dapat ditempuh melalui wirausaha yang akan mampu menciptakan usaha kecil dan menengah (UKM) pada sektor ekonomi produktif.

Namun kelompok-kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) di masyarakat secara empiris kurang memiliki kemampuan dalam mengelola usahanya, sehingga banyak usaha kecil dan

menengah (UKM) yang tidak dapat bersaing dan bertahan.

Pada saat usaha kecil dan menengah (UKM) tidak berjalan maka akan banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan yang pasti berdampak pada berkurangnya daya beli dari tenaga kerja tersebut. Oleh sebab itu perlu ada tindakan nyata dalam upaya menumbuh kembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) yang mampu bersaing dan bertahan.

Mengingat penjualan produk jadi sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi makro, kekuatan penjualan atau persaingan, harga, iklan, cakupan daerah pemasaran dan lain sebagainya. Sehingga dalam upaya mendukung kemampuan bersaing dan kemampuan bertahan hidup, usaha kecil dan menengah (UKM) harus dapat menetapkan target produksi. Dalam

penetapan target produksi dibutuhkan perencanaan yang tepat dan dapat dipertanggung jawabkan seperti halnya dengan menggunakan metode perhitungan peramalan penjualan yang di dasarkan pada data penjualan sebelumnya. Disamping ada keinginan perusahaan dalam menentukan target produksi sesuai dengan tujuan perusahaan agar mendapatkan laba yang maksimal.

Guna membantu memecahkan masalah yang terdapat di usaha kecil dan menengah (UKM) tersebut di atas, penulis mencoba mengadakan penelitian tentang "*Ramalan Penjualan Untuk Menentukan Perencanaan Produksi*" (studi pada usaha kecil dan menengah (UKM) yang terdapat di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis)

Berdasarkan berbagai kenyataan yang dapat diidentifikasi pada permasalahan di atas, penulis mencoba merumuskan permasalahan guna lebih memfokuskan masalah yang diteliti dan dianalisis dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan peramalan penjualan yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Cikoneng?
2. Bagaimana pelaksanaan perencanaan produksi yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kecamatan Cikoneng?
3. Sejahterama ramalan penjualan digunakan untuk perencanaan produksi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Cikoneng?

Berdasarkan pokok masalah penelitian di atas, penulis memiliki tujuan untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan perencanaan produksi yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah di kecamatan Cikoneng
2. Pelaksanaan peramalan penjualan yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah di kecamatan Cikoneng
3. Ramalan penjualan digunakan untuk perencanaan produksi oleh Usaha Kecil dan Menengah di kecamatan Cikoneng

Peramalan adalah proses untuk memperkirakan berapa kebutuhan di masa datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang ataupun jasa (Nasution, 2005:68). Perkiraan atau peramalan dibuat dalam upaya mengoptimalkan perencanaan jumlah persediaan barang, baik barang faktor produksi maupun barang dan jasa yang siap dijual.

Menurut Bernard W. Taylor (2001:467) Peramalan adalah sebuah prediksi mengenai apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, ramalan dapat digolongkan berdasarkan tiga kerangka waktu, yaitu, peramalan jangka pendek, peramalan jangka menengah, dan peramalan jangka panjang.

A sale is the act of selling a product or service in return for money or other compensation (<http://wikipedia.org/wiki/Sales>). Penjualan adalah tindakan menjual produk atau jasa dengan imbalan uang atau kompensasi lain. Pada penjualan akan terjadi perpindahan kepemilikan dari penjual kepada pembeli dengan pertukaran yang dapat memenuhi kebutuhan kedua belah pihak.

Adapun Pengertian penjualan menurut Henry Simamora (2000,24) menyatakan bahwa: "Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa".

Aktivitas Penjualan di perusahaan dapat menjadi databased atau data time series yang berguna untuk peramalan produksi dan peramalan permintaan dari pelanggan.

Dari definisi ramalan dan penjualan yang di kemukakan di atas, ramalan penjualan dapat didefinisikan sebagai proses untuk memperkirakan berapa kebutuhan di masa datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka tindakan menjual produk atau jasa dengan imbalan uang atau kompensasi lain. Peramalan penjualan sebagai suatu perkiraan penjualan untuk masa yang akan datang yang meliputi suatu periode yang ditentukan berkaitan dengan rencana marketing dan berisi kekuatan-kekuatan persaingan dan kekuatan-kekuatan yang berada di luar pengawasan manajemen. Peramalan tersebut menghasilkan suatu angka yang dianggarkan untuk penjualan bersih (netto), sehingga angka tersebut menjadi anggaran dasar bagi segenap perencanaan perusahaan. Peramalan-penjualan mencoba menyatakan sejumlah barang atau jasa yang diharapkan dapat terjual selama suatu periode tertentu dengan memperkirakan berbagai hal yang mungkin berpengaruh terhadap perencanaan penjualan. Variabel-variabel yang mungkin berpengaruh itu meliputi variabel-variabel yang ada di dalam dan di luar pengawasan. Karena itulah peramalan penjualan itu harus berdasarkan analisa dan riset marketing.

Pada hakekatnya peramalan penjualan itu merupakan pertanyaan mengenai sesuatu yang menurut rencana perusahaan akan dijual. Peramalan itu pun merupakan catatan yang sangat perlu karena atas dasar peramalan penjualan itu seluruh keputusan penting lainnya dapat ditetapkan. Bahkan seluruh rencana laba, jumlah persediaan, program investasi, dan program kepegawaian akan mengacu pada peramalan penjualan. Karena pentingnya peramalan penjualan membutuhkan sejumlah informasi agar dapat menentukan sasaran-sasaran penjualan. Suatu perusahaan biasanya menggunakan prosedur tiga tahap untuk sampai pada peramalan penjualan, yaitu diawali dengan melakukan peramalan lingkungan, diikuti dengan peramalan penjualan industri, dan diakhiri dengan peramalan penjualan perusahaan.

Dengan penggunaan peramalan dapat diketahui walaupun belum pasti jumlah rencana produksi dalam upaya mengurangi ketidak pastian produksi yang akan menimbulkan biaya produksi lebih besar. Hal tersebut sejalan dengan pendapat A. Munawar.

"Salah satu manfaat peramalan penjualan ini adalah dapat diperkirakannya penjualan secara akurat dari waktu ke waktu sehingga dapat dibuat rencana produksi yang sesuai dengan perkiraan penjualan. Hal ini penting mengingat rencana produksi yang disusun tanpa memperhatikan perkiraan penjualan dapat menyebabkan inefisiensi

atau kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan lebih besar” (<http://jurnal.stikesatuan.ac.id/index.php/jik/article/download/116/108>)

Perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan penentuan sasaran atau tujuan organisasi, menyusun strategi yang menyeluruh untuk mencapai sasaran yang ditetapkan, dan mengembangkan hierarki rencana secara menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan. Maksud dari perencanaan adalah untuk memberikan arah, mengurangi dampak perubahan, memperkecil pemborosan, dan untuk menentukan standar yang digunakan dalam pengendalian (Robbins dan Coulter, 1999:200).

Sedangkan perencanaan menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert dalam buku manajemen, jilid 1 (2000:263) :

“perencanaan adalah suatu jenis pembuatan keputusan untuk masa depan yang spesifik dan dikehendaki oleh manajer bagi organisasi, perencanaan juga merupakan proses berkesinambungan yang mencerminkan dan menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar setiap organisasi.”

Produksi (Production) adalah proses penciptaan barang dan jasa. Jay Heizer dan Barry Render (2009 : 4)

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi. Orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut Produsen. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Produksi>)

Dari dua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa produksi adalah suatu proses penciptaan dan penambahan nilai guna dari suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam mencapai kemakmuran.

Production planning is concerned with deciding in advance what is to be produced, when to be produced, where to be produced and how to be produced. It involves foreseeing every step in the process of production so as to avoid all difficulties and inefficiency in the operation of the plant. Production planning has been defined as the technique of forecasting or picturing ahead every step in a long series of separate operations, each step to be taken in the right place, of the right degree, and at the right time, and each operation to be done at maximum efficiency. In other words, production planning involves looking ahead, anticipating bottlenecks and identifying the steps necessary to ensure smooth and

uninterrupted flow of production. It determines the requirements for materials, machinery and man-power, establishes the exact sequence of operations for each individual item and lays down the time schedule for its completion.

(<http://www.mbaknol.com/operations-management/production-planning-definition-objectives-and-levels/>)

Perencanaan produksi berkaitan dengan memutuskan terlebih dahulu apa yang akan diproduksi, kapan harus diproduksi, di mana akan diproduksi dan bagaimana memproduksinya. Ini melibatkan peramalan setiap langkah dalam proses produksi sehingga dapat menghindari semua kesulitan dan inefisiensi dalam pengoperasian produksi. Perencanaan produksi telah didefinisikan sebagai teknik peramalan atau membayangkan kedepan setiap langkah dalam serangkaian operasi yang terpisah, setiap langkah yang akan diambil di tempat yang tepat, dari tingkat yang tepat, dan pada saat yang tepat, dan setiap operasi harus dilakukan dengan efisiensi maksimum. Dengan kata lain, perencanaan produksi melibatkan prediksi kedepan, mengantisipasi kesalahan dan mengidentifikasi langkah-langkah yang diperlukan untuk menjamin kelancaran produksi dan tidak terputusnya proses produksi. Hal ini menentukan persyaratan untuk bahan, mesin dan sumber daya manusia, menetapkan urutan yang tepat dari operasi dari setiap item individual dan menetapkan jadwal waktu dalam penyelesaiannya.

Perencanaan produksi bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan. Keputusan yang harus dihadapi dalam perencanaan produksi:

1. Jenis barang yang diproduksi
 2. Kualitas barang
 3. Jumlah barang
 4. Bahan baku
 5. Pengendalian produksi
- (http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_produksi)

Dengan adanya perencanaan produksi, produk yang menjadi persediaan barang dagangan atau produk jadi tidak akan menimbulkan biaya tambahan dalam biaya penyimpanan bagi produksi yang lebih dari permintaan atau biaya angkut bagi produksi yang kekurangan persediaan untuk memenuhi permintaan.

- Perencanaan produksi : aktivitas untuk menetapkan produk yang diproduksi, jumlah yang dibutuhkan, kapan produk tersebut harus selesai dan sumber-sumber yang dibutuhkan.
- Pengendalian produksi : aktivitas yang menetapkan kemampuan sumber-sumber yang digunakan dalam memenuhi rencana, kemampuan produksi berjalan sesuai rencana, melakukan perbaikan rencana.

Tujuan Perencanaan dan Pengendalian Produksi diuraikan sebagai berikut :

1. Mengusahakan agar perusahaan dapat berproduksi secara efisien dan efektif.
2. Mengusahakan agar perusahaan dapat menggunakan modal seoptimal mungkin.

3. Mengusahakan agar pabrik dapat menguasai pasar yang luas.
4. Untuk dapat memperoleh keuntungan yang cukup bagi perusahaan.

Adapun fungsi perencanaan dan pengendalian produksi adalah:

1. Meramalkan permintaan produk yang dinyatakan dalam jumlah produk sebagai fungsi dari waktu.
2. Memonitor permintaan yang aktual, membandingkannya dengan ramalan permintaan sebelumnya dan melakukan revisi atas ramalan tersebut jika terjadi penyimpangan.
3. Menetapkan ukuran pemesanan barang yang ekonomis atas bahan baku yang akan dibeli.
4. Menetapkan sistem persediaan yang ekonomis.
5. Menetapkan kebutuhan produksi dan tingkat persediaan pada saat tertentu.
6. Memonitor tingkat persediaan, membandingkannya dengan rencana persediaan, dan melakukan revisi rencana produksi pada saat yang ditentukan.
7. Membuat jadwal produksi, penugasan, serta pembebanan mesin dan tenaga kerja yang terperinci.

Dugaan sementara peneliti bahwa Peramalan Penjualan dapat digunakan untuk perencanaan produksi, hal ini diperkuat dengan definisi peramalan dari Gaspersz (2002 : 71)

"metode untuk memperkirakan suatu nilai dimasa depan dengan menggunakan data masa lalu, peramalan merupakan suatu fungsi bisnis yang berusaha memperkirakan penjualan dan penggunaan produk sehingga produk-produk itu dapat dibuat dalam kuantitas yang tepat"

B. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dimana metode deskriptif menurut A.Gita Sugama (2008 : 37) adalah riset yang berupaya mengumpulkan data, menganalisis secara kritis atas data-data tersebut dan menyimpulkannya berdasarkan fakta-fakta pada masa penelitian berlangsung atau masa sekarang.

Adapun uraian secara rinci dari metode yang digunakan meliputi ; tahapan-tahapan penelitian, lokasi penelitian, peubah yang diamati atau diukur, model yang digunakan, rancangan penelitian, serta teknik pengumpulan data dan analisis data.

C. HASIL PENELITIAN

Peramalan merupakan proses untuk memperkirakan berapa kebutuhan di masa datang yang meliputi kebutuhan dalam investasi, ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang ataupun jasa. Peramalan yang dilaksanakan oleh UKM yang berada di kecamatan Cikoneng berdasarkan jumlah pesanan.

Investasi UKM diawali dengan kemampuan dari pemilik perusahaan dalam bidang kewirausahaan tertentu (*Human Investment*), sehingga investasi di UKM lebih berorientasi kepada keterampilan individu bukan ke besarnya nilai

nominal modal. Untuk kebutuhan ramalan penjualan besarnya investasi UKM melihat kepada data pesanan (*time series*) yang dimiliki untuk memenuhi pembiayaan bahan baku, bahan penolong dan tenaga kerja.

Ukuran kuantitas atau jumlah barang yang akan dijual tergantung jumlah pesanan dari pelanggan, biaya distribusi barang dibebankan kepada pelanggan dan UKM telah menetapkan Harga Pokok Produksi. Bagi pelanggan yang lokasinya jauh dari UKM, mereka memesan barang dalam jumlah besar supaya bisa menutupi biaya distribusi barang. Sedangkan bagi pelanggan yang lokasinya dekat, mereka memesan barang dalam jumlah yang sedikit tetapi sering.

Ukuran kualitas produk hasil UKM masih belum memiliki standar baku, UKM masih menggunakan naluri (*subjectifitas*) oleh bagian produksi atau pemilik UKM itu sendiri. Ada juga sebagian UKM yang menggunakan cara uji coba (*Trial and error*), serta sebagian UKM mengikuti selera pelanggan dalam menentukan ukuran kualitas produksi.

UKM menjual barang sejumlah pesanan dari para pelanggan, dan pelanggan UKM bukan konsumen akhir, namun para pedagang atau pengecer. Penjualan UKM tergantung dari jarak dan frekuensi pesanan pelanggan. Bagi pelanggan yang berada di luar daerah, jarak waktu pesanan barang cenderung lama dan sebaliknya bagi para pelanggan yang dekat dengan lokasi UKM. Penjualan juga dipengaruhi oleh umur barang hasil UKM, rata-rata barang hasil olahan UKM memiliki ketahanan (masa kadaluarsa) dibawah satu bulan.

Pemasaran UKM cenderung menggunakan mekanisme keagenan, dimana UKM hanya memproduksi barangan yang didistribusi ke agen dan agen menjual barang ke pengecer atau konsumen.

Waktu produksi dilaksanakn UKM setelah menerima pesanan dari pelanggan yang disesuaikan dengan kapasitas produksi normal per hari. Ada beberapa produk yang masih tergantung dengan kondisi cuaca, karena masih menggunakan sinar matahari dalam proses pengeringan produk. UKM belum mampu memiliki teknologi alternatif pengganti, sehingga waktu produksi hanya mampu memenuhi peramalan jangka pendek. Sedangkan untuk peramalan jangka menengah dan jangka panjang belum bisa diperkirakan.

Perencanaan produksi berkaitan dengan memutuskan terlebih dahulu apa yang akan diproduksi, kapan harus diproduksi, di mana akan diproduksi dan bagaimana memproduksinya.

Barang yang diproduksi di UKM kecamatan Cikoneng ada beberapa jenis yaitu, kerupuk, makaroni, teng-teng beras, teng-teng jagung, koya, dan kue cemilan. Jenis kerupuk, teng-teng beras, teng-teng jagung, koya dan kue cemilan merupakan hasil olahan UKM dari barang mentah sampai barang jadi. Sedangkan jenis makaroni, merupakan hasil olahan dari barang setengah jadi yang dipasok dari daerah Solo menjadi barang jadi.

Perencanaan anggaran produksi di UKM yang berada di kecamatan Cikoneng, berdasarkan jumlah pesanan barang dan kapasitas produksi.

Adakalanya pesanan barang melebihi kapasitas produksi, sehingga UKM yang satu akan bekerjasama dengan UKM yang lainnya untuk memenuhi pesanan tersebut.

Lokasi produksi bagi UKM tergantung dari jenis barang yang diproduksi, bagi produksi yang masih menggunakan padat karya, yaitu kegiatan produksi yang melibatkan banyak tenaga kerja sebagai konsekuensi dari aktivitas yang menghasilkan produk yang berciri hand made. Produk UKM yang bersandar pada keahlian dan keterampilan tangan ini membawa konsekuensi pada kurangnya aspek presisi dan kesulitan untuk distandarisasi. Disamping memiliki kelemahan, aktivitas bisnis yang mengandalkan keterampilan individu tentu juga memiliki keunikan, sehingga mendapat pasar yang tersendiri. Keunikan produk UKM dapat dikembangkan sebagai sumber keunggulan menghadapi produk-produk yang berbasis pabrikasi (produk cetak). Lokasi UKM terpusat atau membentuk sentra, karena kebanyakan UKM adalah padat karya dan berkembang secara turun-temurun. Data UKM di kecamatan Cikoneg berdasarkan urutan jumlah UKM adalah, desa Margaluyu sebanyak 90 UKM, desa Cikoneng 26 UKM, desa Kujang 22 UKM, desa Cimari 16 UKM, desa Sindang Sari 11 UKM, desa Panaragan 8 UKM, desa Gegempalan 7 UKM, dan desa Nasol 2 UKM.

UKM di kecamatan Cikoneng kesulitan menentukan target produksi, karena terjadi gap antara pesanan pelanggan dengan kapasitas produksi yang dimiliki. Target yang paling riil adalah memenuhi pesanan pelanggan yang sesuai dengan kapasitas produksi.

Efisiensi dan efektivitas UKM di kecamatan Cikoneng masih belum dapat dicapai, karena masih menggunakan teknologi sederhana yang lebih mengacu pada padat karya atau padat tenaga kerja dalam proses produksi. Hal itu menyebabkan biaya produksi sulit dikendalikan, sehingga efisiensi dan efektivitas sulit dicapai.

Untuk menguji hipotesis, penulis menetapkan langkah-langkah pengukuran sebagai berikut :

1. Model rata-rata bergerak (*Moving Average Model*),

$$\text{Rata-rata Bergerak} = \frac{\text{Perkiraan untuk periode yang digunakan}}{N}$$

$$\text{Rata-rata Bergerak} = \frac{\text{Perkiraan untuk bulan Juni, Juli, Agustus}}{3}$$

$$\text{Rata-rata Bergerak} = \frac{2.000 + 2.100 + 2.200}{3}$$

$$\text{Rata-rata Bergerak} = 2.100 \text{ Unit}$$

Hasil dari perhitungan model rata-rata bergerak data masa lalu sangat berarti untuk menentukan masa yang akan datang, waktu sebagai basis data cenderung lebih pendek (kurang dari satu tahun) dibanding dengan model-model yang lain, hal ini menjadi dasar pemikiran bahwa model ini cocok digunakan bagi perusahaan yang memproduksi barang berdasarkan pesanan.

2. Model perataan eksponensial dasar (*Simple Average Exponential Model*)

$$\bar{S}_t = \alpha D_t + (1-\alpha)\bar{S}_{t-1}$$

$$\bar{S}_{Juni} = 0.1D_{Juni} + 0.9(\bar{S}_{Maj})$$

$$\bar{S}_{Juni} = 0.1(2100) + 0.9(2000)$$

$$\bar{S}_{Juni} = 210 + 1800$$

$$\bar{S}_{Juni} = 2010 \text{ unit}$$

$$\bar{S}_t = \alpha D_t + (1-\alpha)\bar{S}_{t-1}$$

$$\bar{S}_{Agust} = 0.1D_{Agust} + 0.9(\bar{S}_{Juli})$$

$$\bar{S}_{Agust} = 0.1(2200) + 0.9(2010)$$

$$\bar{S}_{Agust} = 220 + 1809$$

$$\bar{S}_{Agust} = 2209 \text{ unit}$$

Ramalan periode bulan september menggunakan ekstrapolasi basis data yang dimulai pada bulan Agustus dengan rumus $F_{t,T} = \bar{S}_t$, artinya ramalan permintaan untuk bulan September adalah sama dengan ekponensial bulan Agustus yaitu sebesar 2.209 unit.

Dari dua model di atas dapat menghipotesis bahwa Peramalan Penjualan dapat digunakan untuk perencanaan produksi dan peramalan untuk bulan september 2012 pada UKM Kecil dan Menengah (UKM) di kecamatan Cikoneng dengan menggunakan Model rata-rata bergerak (*Moving Average Model*) sebesar 2.100 unit dan dengan menggunakan model perataan eksponensial dasar (*Simple Average Exponential Model*) sebesar 2.209 unit, hal ini diperkuat dengan definisi peramalan dari Gaspersz (2002 : 71) adalah "metode untuk memperkirakan suatu masa dimasa depan dengan menggunakan data masa lalu, peramalan merupakan suatu fungsi bisnis yang berusaha memperkirakan penjualan dan penggunaan produk sehingga produk-produk itu dapat diproduksi dalam kuantitas yang tepat".

Baik dan tidaknya sebuah model digunakan tergantung dari kemampuan model memenuhi pesanan atau penjualan riil. Dalam peramalan, UKM dapat mengambil salah satu model yang lebih mendekati kebenaran permintaan. Peramalan juga merupakan catatan yang diperlukan perlu karena atas dasar peramalan penjualan seluruh keputusan penting lainnya dapat ditetapkan; rencana laba, jumlah persediaan, program investasi, dan program kepegawaian.

Rencana laba dapat digunakan oleh UKM dalam menentukan keputusan-keputusan seperti rencana cashflow, rencana profitabilitas dan lain-lain. Informasi jumlah persediaan dapat digunakan oleh UKM dalam upaya mengoptimalkan persediaan dan mengefisienkan biaya proses produksi. Mengetepatan jumlah persediaan yang dibutuhkan. Keputusan program investasi pada UKM bersandar dari rencana produksi, sehingga diperoleh keputusan jumlah dana yang berakibat kepada biaya persediaan. Besarnya jumlah pegawai yang digunakan dalam proses produksi juga bergantung kepada keputusan manajerial yang berdasar kepada rencana produksi.

Dalam proses Peramalan dibutuhkan data sebelumnya (*time series*), dalam penelitian ini digunakan data pesanan atau permintaan sebelumnya selama tiga periode.

D. SIMPULAN

Dalam menguraikan kesimpulan, penulis akan bertitik tolak pada hasil pembahasan masalah, landasan teoritis, analisis data empirik dan hasil uji hipotesis yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dikemukakan dalam bab I. Adapun kesimpulan yang berkaitan dengan peramalan penjualan digunakan untuk perencanaan produksi adalah :

1. Proses peramalan digunakan untuk memperkirakan berapa kebutuhan di masa datang yang meliputi kebutuhan dalam investasi, ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang pada UKM, adapun peramalan yang dilaksanakan oleh UKM yang berada di kecamatan Cikoneng masih berdasarkan konsep sederhana.
2. Pelaksanaan perencanaan produksi berkenaan dengan ukuran kuantitas atau jumlah barang yang diproduksi UKM, hal ini dipengaruhi oleh jumlah pesanan dari pelanggan, biaya distribusi barang dibebankan kepada pelanggan dan UKM telah menetapkan Harga Pokok Produksi. Bagi pelanggan yang lokasinya jauh dari UKM, mereka memesan barang dalam jumlah besar supaya bisa menutupi biaya distribusi barang. Sedangkan bagi pelanggan yang lokasinya dekat, mereka memesan barang dalam jumlah yang sedikit tetapi sering.
3. Dalam pengujian hipotesis pada UKM di kecamatan Cikoneng, penulis menggunakan ramalan penjualan model rata-rata bergerak (*Moving Average Model*) dan Model perataan eksponensial dasar yang dapat menghasilkan ukuran jumlah perencanaan produksi yang bersipat pesanan. Dalam peraktek peramalan, UKM dapat mengambil salah satu dari model yang lebih mendekati kebenaran permintaan. Peramalan juga merupakan catatan yang sangat perlu karena atas dasar peramalan penjualan itu seluruh keputusan penting lainnya dapat ditetapkan seperti; rencana laba, jumlah persediaan, program investasi, dan program kepegawaian.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Sritua. 2006. Metodologi Penelitian Ekonomi. UI-Pers. Jakarta
- Arman Hakim Nasution – Yudha Prasetyawan. 2008 Perencanaan & Pengendalian Produksi. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Gima Sugjama, A. 2008. Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Gunadarma Intimarta. Bandung.
- Gaspersz, Vincent. 2002. *Production Planning and Inventory Control Berdasarkan Pendekatan Sistem Terintegrasi MRP II dan JIT Menuju Manufaktur 21*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2009. *Manajemen Operasi*. Alih Bahasa : Chriswan Sungkono. Buku1. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta

Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium (terjemahan)*. Jilid 2. Prenhallindo : Jakarta.

Munawar, A. 2003. *Penerapan Metode Peramalan Penjualan sebagai Dasar Penetapan Rencana Produksi*, Jurnal Ilmiah Kesatuan Volume 6 4 Nomor 1 – 2, Pebruari 2003

Nasution, Arman H. 2005., *Manajemen Industri*, Penerbit Andi, Yogyakarta,

Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta

Stanton, William J, 1996. *Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa : Y Lamarto. Edisi 7 Jilid 2, Erlangga : Jakarta.

Taylor III, Bernard. 2001. *Sains Manajemen Pendekatan Matematika Untuk Bisnis*. Alih Bahasa. Chaerul D. Djakman, S.E., Ak., M.B.A. dan Vira Silvira, S.E., M.B.A. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesepuluh. Alfabeta. Bandung

Stooner Freeman Gilbert. 2000. *Manajemen*. Alih bahasa : Drs. Alexander Sindoro dan Ir. Bambang Sayaka, M.Sc. Jilid 1. Prenhallindo. Jakarta

Robbins S dan Coulter M. 2007. *Manajemen*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Indeks. Jakarta

Yamane, Taro. 1967. *Elementary Sampling Theory*. Engle-wood clitts. Prentice Hall (<http://id.wikipedia.org/wiki/Sales>). Diakses pada tanggal 01 Maret 2012

(<http://id.wikipedia.org/wiki/Produksi>) Diakses pada tanggal 01 Maret 2012

(<http://www.mbaknol.com/operations-management/production-planning-definition-objectives-and-levels/>). Diakses pada tanggal 01 Maret 2012

Biodata Penulis

Nama : Nana Darna, S.E., M.M.
Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 21 Juni 1976
Jabatan : Dosen Tetap Yayasan Pendidikan Galuh Ciamis

Fakultas : Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
Program Studi : Manajemen
No. Tlp/Hp : 082129832329
E-mail : nanadarna@yahoo.co.id

Nama : Benny Prawiranegara, S.E., M.M.
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 1 Juli 1984
Jabatan : Dosen Tetap Yayasan Pendidikan Galuh Ciamis

Fakultas : Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
Program Studi : Akuntansi
No. Tlp/Hp : 081320709714
E-mail : benny.feunigal@gmail.com

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Penasehat : Dalam Fakultas Ekonomi
Penanggung Jawab / Pemimpin Redaksi : Dr. Apri Budianto, M.M.
Wakil Pemimpin Redaksi I : Moch. Aziz Basari, S.Sos., M.M.
Wakil Pemimpin Redaksi II : Dani Usmar, S.E.

Dewan Editor :

- Dr. Oyon Saryono, M.M.
- Dr. Enas, M.M.
- Dr. Hj. Aini, M.M.
- H. Mamah Abdurachman, Drs., M.M.
- Ati Rosliyati, S.E., M.M., Ak
- Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
- Eva Faridah, S.E., M.Si.
- Elin Herlina, S.Pd., M.M.
- Dede Abd. Rozak, S.E., M.M.
- Sukomo, Drs., M.Si.
- H. Yusuf Iskandar, S.E., M.M.
- Nurhayati, S.E., M.M.
- M. Apip, S.E., M.M.

Redaksi Tamu :

- Prof. Dr. Suherli, M.Pd.
- Prof. Dr. Dadang Sadeli, M.Si.
- Dr. Amir Machmud, M.Si.

Redaksi Pelaksana :

Ketua : Kasman, Drs., M.M.
W.k. Ketua I : Nana Darna, S.E., M.M.
W.k. Ketua II : Benny Prawiranegara, S.E., M.M.
W.k. Ketua III : Ali Muhidin, S.Pd., M.M.

Anggota :

Mujadid Faroek, S.E., M.M.
Ronni Marsiana S., S.E., M.M.
Dendi Saeful Akbar, S.E., M.Si.
Juandi
Cecep Ali Nurjamil

Alamat Redaksi :

Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
Jl. RE. Martadinata No. 150 Ciamis 46251

Penerbit :

Pusat Ikubator Bisnis dan Pendampingan Umkm dan Koperasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
Jl. RE. Martadinata No. 150 Ciamis 46251
Telp. (0265) 772060
Fax. (0265) 778374
Email : e_publish@yahoo.com