

Strategi Penyusunan Anggaran Penjualan Dalam Mendukung Keberhasilan Usaha

Bunga Apriliani¹, Sakina^{2*}, Ernawaty Usman³, Abdul Pattawe⁴, Sugianto⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km. 9, Palu, Indonesia

e-mail korespondensi: 270704sakina@gmail.com

Submit: 29-11-2025 | Revisi: 09-12-2025 | Terima: 13-12-2025 | Terbit online: 26-12-2025

Abstrak - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi penyusunan anggaran penjualan dalam mendukung keberhasilan usaha Sate Taichan Suprpto di Kota Palu. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung pada operasional harian, dan dokumentasi catatan pemasukan serta pengeluaran. Hasil analisis memperlihatkan bahwa unit usaha ini masih belum mengimplementasikan sistem anggaran penjualan formal, dengan pencatatan keuangan sederhana menggunakan *Microsoft Excel* dan realisasi penjualan mencapai 80–85% dari target yang ditetapkan. Harga jual Rp2.500 per tusuk ditetapkan tanpa perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang sistematis. Pemilik usaha menyadari pentingnya anggaran namun terkendala keterbatasan pengetahuan teknis dan ketersediaan data historis penjualan. Disimpulkan bahwa anggaran penjualan berperan strategis dalam meningkatkan efektivitas perencanaan usaha, efisiensi penggunaan bahan baku, dan pengendalian biaya operasional UMKM kuliner.

Kata Kunci : Anggaran Penjualan, UMKM, Harga Pokok Penjualan, Peramalan Penjualan

Abstract - The aim of this research is to analyze sales budgeting strategies in supporting the business success of Sate Taichan Suprpto in Palu City. The method used is descriptive qualitative through in-depth interviews with the business owner, direct observation of daily operations, and documentation of income and expenditure records. The research findings indicate that this business has not implemented a formal sales budgeting system, with simple financial recording using *Microsoft Excel* and sales realization reaching 80–85% of the set targets. The selling price of IDR 2,500 per skewer is determined without systematic Cost of Goods Sold (COGS) calculation. The business owner acknowledges the importance of budgeting but is constrained by limited technical knowledge and availability of historical sales data. It is concluded that sales budgeting plays a strategic role in improving business planning effectiveness, raw material usage efficiency, and operational cost control in culinary MSMEs.

Keywords : Sales Budget, MSMEs, Cost of Goods Sold, Sales Forecasting

1. Pendahuluan

UMKM menjadi elemen yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat kontribusinya yang besar dalam mendukung pemerataan pendapatan di berbagai lapisan masyarakat (Faizin & Fahriani, 2023). Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia berkontribusi secara nyata terhadap perekonomian nasional. Halim (2020) menekankan bahwa pemerintah perlu memperhatikan kapasitas para pelaku usaha yang masih membutuhkan pengembangan lebih lanjut. Hanya sedikit UMKM yang menunjukkan peningkatan pada kinerja keuangannya dan kondisi ini terjadi karena rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan perusahaan (Fatwitawati, 2018). Dengan memahami kebutuhan tersebut, pemerintah dapat menyalurkan dukungan secara lebih efektif guna memperkuat kinerja UMKM yang dinilai mampu memajukan perekonomian bangsa dan negara. UMKM bukan sekedar berperan dalam mendukung pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga dalam penyerapan tenaga kerja dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Data dari Utama *et al.* (2024) Kementerian Koperasi dan UKM melaporkan bahwa kontribusi UMKM mengalami peningkatan dari 57,84% menjadi 60,34% terhadap PDB, dengan tingkat serapan penyerapan tenaga kerja mencapai 97,22% dalam lima tahun terakhir (Ihwanudin *et al.*, 2024). Akan tetapi mayoritas UMKM masih menemui berbagai kendala dalam aspek manajemen keuangan, terutama dalam hal penyusunan anggaran yang sistematis dan terukur.

Anggaran penjualan berperan sebagai elemen strategis yang memiliki peranan krusial dalam manajemen keuangan usaha. Keberadaan anggaran penjualan memudahkan perusahaan dalam menyusun berbagai anggaran lainnya (Faizin & Fahriani, 2023). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Septianti & Dahtiah (2021) mereka berpendapat bahwa anggaran merupakan perencanaan aktivitas operasional perusahaan yang saling berhubungan



dan berperan penting sebagai acuan kerja sehingga seluruh aktivitas perusahaan dapat dipusatkan guna mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Penyusunan anggaran penjualan yang baik memerlukan identifikasi komponen-komponen kunci yang menjadi dasar perhitungan proyeksi penjualan. Anggaran penjualan mencakup informasi mengenai jenis produk yang ditawarkan, jumlah unit yang direncanakan untuk dijual, estimasi harga pokok per unit, serta area pemasaran yang menjadi target (Asrani Sinaga & Ova Novi Irama, 2021). Anggaran penjualan menjadi dasar bagi penyusunan anggaran lainnya karena berfungsi sebagai pedoman dalam menetapkan target pendapatan, merencanakan kebutuhan bahan baku, mengatur strategi promosi, dan mengendalikan biaya operasional. Tanpa anggaran penjualan yang jelas, usaha sering kali mengalami ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan, pemborosan biaya, serta kesulitan dalam evaluasi kinerja. Fenomena ini terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Ihwanudin *et al.* (2024) di UMKM UD Murni Jaya Bekasi, yang menunjukkan bahwa ketiadaan anggaran penjualan menyebabkan usaha kesulitan dalam menyesuaikan pembelian bahan baku dengan target penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan penjualan melalui anggaran dapat membuat proses produksi menjadi lebih efektif, efisien, serta mampu meningkatkan keuntungan.

Waru *et al.* (2024) menyatakan bahwa penelitian pada UMKM Kopi Lia menegaskan bahwa anggaran tidak semata-mata berperan sebagai dokumen administratif, namun sekaligus berperan sebagai instrumen koordinasi, komunikasi, serta motivasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiadaan penyusunan anggaran operasional menyebabkan perencanaan usaha tidak berjalan optimal. Penyusunan anggaran operasional yang mencakup anggaran penjualan berperan dalam menetapkan target pendapatan, memperkirakan biaya, serta mengevaluasi deviasi antara rencana dan realisasi.

Nugroho *et al.* (2024) menyatakan bahwa Penelitian pada UMKM Teh She'O Cikarang menegaskan bahwa anggaran penjualan juga berfungsi sebagai pedoman strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan metode peramalan seperti semi *average*, momen tren, dan kuadrat terkecil untuk memperkirakan penjualan masa depan. Hasilnya menunjukkan bahwa pemilihan metode *forecasting* yang tepat akan membuat anggaran penjualan menjadi lebih akurat dan dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan jangka panjang.

Hasil perbandingan ketiga studi tersebut menunjukkan benang merah yang sama, bahwa anggaran penjualan merupakan instrumen kunci dalam memastikan keberhasilan usaha. Studi pada UD Murni Jaya mengungkapkan bahwa penyusunan anggaran membantu menyesuaikan kebutuhan bahan baku dengan target penjualan; pada Kopi Lia, anggaran berperan sebagai pedoman perencanaan, pengendalian, dan evaluasi; sedangkan pada Teh She'O, anggaran diposisikan sebagai alat strategis yang berkaitan dengan peramalan penjualan jangka panjang. Temuan-temuan tersebut membuktikan bahwa anggaran penjualan tidak semata mengenai persoalan administratif, melainkan juga tentang strategi yang memengaruhi keberlangsungan usaha.

Usaha kuliner yang baru berdiri seperti Sate Taichan Suprpto menghadapi tantangan dalam menyusun anggaran penjualan karena permintaan yang fluktuatif, persaingan yang tinggi, serta keterbatasan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan. Masih sedikitnya penelitian yang membahas topik ini membuat penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Menurut Irawan *et al.* (2023) UMKM kerap mengalami berbagai hambatan saat menyusun anggaran penjualan. Salah satu kendala yang sering muncul adalah kurangnya pemahaman mengenai perencanaan bisnis, sehingga banyak pelaku UMKM belum memiliki kemampuan yang memadai untuk menyusun anggaran secara tepat. Sate Taichan Suprpto sebagai usaha kuliner yang baru berdiri, perlu mengatur strategi yang tepat untuk menghadapi beragam tantangan, mulai dari fluktuasi jumlah konsumen, keterbatasan modal, hingga persaingan ketat dengan produk sejenis. Kondisi tersebut menuntut adanya penyusunan anggaran penjualan yang tidak hanya realistis, tetapi juga adaptif terhadap dinamika pasar. Penerapan anggaran yang tepat dapat berkontribusi pada penetapan target penjualan yang terukur, pengendalian biaya yang efektif, serta peningkatan daya saing usaha Sate Taichan Suprpto dalam persaingan kuliner.

Penelitian ini difokuskan pada analisis strategi penyusunan anggaran penjualan di Sate Taichan Suprpto, serta bagaimana anggaran tersebut berperan dalam mendukung keberhasilan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha kuliner yang baru berdiri dan memperkaya literatur tentang pentingnya anggaran penjualan dalam manajemen UMKM.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai kegiatan usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha dengan batasan nilai aset bersih dan hasil penjualan tahunan sesuai kriteria yang ditetapkan. UMKM memegang peran yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional karena berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja sekaligus penggerak aktivitas ekonomi di tingkat masyarakat. Menurut laporan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024, sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto tercatat melampaui 60% dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia.

Menurut Nugroho *et al.* (2024) salah satu elemen utama yang berperan dalam menunjang proses perencanaan dan pengendalian strategi perusahaan adalah penyusunan anggaran. Anggaran penjualan memegang peran krusial dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan. Hazmi *et al.* (2023) dalam penelitiannya berpendapat bahwa anggaran penjualan umumnya menjadi anggaran yang disusun paling awal karena berfungsi sebagai dasar penyusunan anggaran-anggaran lainnya. Anggaran penjualan dipandang sebagai anggaran

utama (*master budget*) karena menjadi dasar bagi penyusunan anggaran lainnya, seperti anggaran produksi, bahan baku, tenaga kerja, biaya operasional, dan anggaran laba. Fungsi anggaran penjualan tidak hanya terbatas pada perencanaan, tetapi juga pengendalian dan evaluasi kinerja penjualan sehingga usaha dapat menilai sejauh mana target telah tercapai.

Anggaran penjualan turut berfungsi dalam menetapkan kualitas dan jumlah produk yang akan dipasarkan, menentukan harga jual, serta mengatur lokasi dan waktu pelaksanaan penjualan (Hariyani & Suhardi, 2025). Strategi penyusunan anggaran penjualan harus memperhatikan prinsip realistis, partisipatif, fleksibel, dan berbasis data. Teknik peramalan (*forecasting*) menjadi elemen kunci dalam penyusunan anggaran penjualan. Beberapa metode *forecasting* yang umum digunakan antara lain metode tren, *moving average*, *least square*, hingga analisis regresi. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan karakteristik usaha dan ketersediaan data penjualan historis (Nugroho *et al.*, 2024). Dengan strategi yang tepat, anggaran penjualan mampu menjadi instrumen yang adaptif terhadap fluktuasi permintaan pasar dan perubahan kondisi eksternal.

Keberhasilan usaha sering dipahami sebagai kemampuan suatu entitas dalam merealisasikan tujuan yang telah ditentukan, baik dalam bentuk keuntungan, pertumbuhan, maupun keberlanjutan jangka panjang. Penyusunan anggaran penjualan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan UMKM karena anggaran membantu pemilik usaha menetapkan target, mengendalikan pengeluaran, dan melakukan evaluasi terhadap pencapaian usaha (Waru *et al.*, 2024).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Alasan pemilihan metode ini adalah karena data historis penjualan yang lengkap pada Sate Taichan Suprpto belum tersedia, sehingga analisis kuantitatif sulit dilakukan. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi penyusunan anggaran penjualan pada usaha yang masih baru berdiri.

Penelitian ini dilaksanakan di Sate Taichan Suprpto yang berlokasi di Jalan Suprpto, Kelurahan Besusu Tengah, Kecamatan Palu Timur, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober hingga November 2025. Peneliti mengambil peran langsung sebagai instrumen inti dalam pengumpulan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha, yaitu Bapak Muh Fadel Caecar, S.KM, yang sekaligus berperan sebagai pengelola utama usaha. Wawancara dilaksanakan sebanyak dua kali pada bulan Oktober 2025 dengan durasi masing-masing 60 menit untuk mengetahui proses penyusunan anggaran penjualan, termasuk penetapan target, perkiraan kebutuhan bahan baku, serta strategi pemasaran. Observasi dilakukan secara langsung pada kegiatan operasional usaha selama tiga hari kerja di bulan November 2025 untuk melihat aktivitas penjualan, strategi promosi, dan pengelolaan bahan baku. Dokumentasi diperoleh dari catatan penjualan harian sederhana yang disimpan dalam *Microsoft Excel*, daftar menu dan harga, serta media promosi yang digunakan melalui platform digital.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan sebagai berikut. Pertama, reduksi data dilakukan dengan memilah dan merangkum informasi penting dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan strategi penyusunan anggaran penjualan. Kedua, penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman pola dan hubungan antardata. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi temuan-temuan utama terkait praktik penyusunan anggaran penjualan dan perannya dalam mendukung keberhasilan usaha. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti melakukan member checking dengan mengkonfirmasi kembali hasil interpretasi data kepada pemilik usaha guna memastikan bahwa informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi aktual. Selain itu, temuan penelitian juga dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat kredibilitas analisis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Profil dan Struktur Usaha Sate Taichan Suprpto

Usaha Sate Taichan Suprpto resmi beroperasi pada 11 September 2025 setelah melalui tahap proyeksi sejak bulan Juli 2025. Modal usaha berasal dari kerja sama tiga pihak, yakni dua orang pemodal utama dan lima orang karyawan yang terlibat dalam operasional. Sistem permodalan ini menerapkan skema bagi hasil dengan komposisi 40% untuk pemodal pertama (Fadel Caecar), 40% untuk pemodal kedua, dan 20% dialokasikan untuk lima orang karyawan. Struktur pembagian keuntungan tersebut menunjukkan adanya kesepakatan formal yang jelas antara pemilik modal dan tenaga kerja sejak awal pendirian usaha.

Kegiatan operasional usaha melibatkan lima orang karyawan yang bertugas dalam persiapan bahan baku, pelayanan pelanggan, dan pemeliharaan kebersihan tempat usaha. Usaha ini beroperasi setiap hari kecuali Selasa dengan jam buka pukul 16.00 - 23.00 WITA pada hari kerja, dan 17.00 - 00.00 WITA pada akhir pekan. Hari Selasa dipilih sebagai hari libur, ini merupakan keputusan strategis yang didasarkan pada kondisi bahwa pesaing

utama tidak beroperasi pada hari Senin, sehingga memungkinkan usaha memperoleh peluang pasar yang lebih besar.

3.2 Praktik Pencatatan Keuangan dan Target Penjualan

Pencatatan keuangan Sate Taichan Suprpto dilakukan secara sederhana menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Pencatatan mencakup data pemasukan harian dan pengeluaran harian yang meliputi biaya bahan baku serta pengeluaran operasional lainnya. Pemilik usaha belum menyusun anggaran penjualan formal dengan target yang terukur dan berbasis peramalan kuantitatif. Target penjualan dan realisasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Target dan Realisasi Penjualan Sate Taichan Suprpto

Keterangan	Hari Kerja	Akhir Pekan
Target Penjualan (Tusuk)	700	1.000
Realisasi Rata-rata (tusuk)	± 600	± 800
Harga Jual per Tusuk	Rp2.500	Rp2.500
Pendapatan Harian (estimasi)	Rp1.500.000 - Rp2.000.000	Rp2.000.000 - Rp3.000.000
Tingkat Pencapaian Target	85%	80%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Pemilik usaha belum melakukan evaluasi formal terhadap pencapaian target penjualan. Pemilik usaha menyatakan bahwa *"Misalkan tidak capai target, tidak ada evaluasi. Tapi bahan baku dikurangi besoknya"* (Fadel Caecar, 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa penyesuaian dilakukan secara operasional melalui pengurangan stok bahan baku apabila target penjualan tidak tercapai pada hari sebelumnya. Praktik ini menunjukkan adanya upaya pengendalian biaya secara reaktif, meskipun belum terintegrasi dalam sistem anggaran yang komprehensif. Ihwanudin *et al.*, (2024) menegaskan bahwa ketiadaan anggaran penjualan formal menyebabkan kesulitan dalam menyesuaikan pembelian bahan baku dengan target penjualan, sehingga berpotensi menimbulkan inefisiensi dalam pengelolaan persediaan. Untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, para pelaku bisnis memusatkan perhatian pada penguatan pengelolaan internal melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang relevan (Basuki *et al.*, 2023).

3.3 Penetapan Harga Jual dan Strategi Kompetitif

Penetapan harga jual sate pada Sate Taichan Suprpto didasarkan pada strategi penetrasi pasar (*market penetration strategy*). Strategi penetapan harga ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Harga Jual Sate Taichan di Kota Palu

Keterangan	Harga per Tusuk
Harga Pasar Rata-rata Kompetitor	Rp3.500
Harga Sate Taichan Suprpto	Rp2.500
Selisih Harga	Rp1.000 (28,6% lebih rendah)

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Harga jual ditetapkan sebesar Rp2.500,00 per tusuk, lebih rendah 28,6% dibandingkan harga pasar rata-rata kompetitor di Kota Palu yang mencapai Rp3.500,00 per tusuk. Pemilik usaha menyatakan bahwa *"Harga jual dilihat dari usaha sate taichan lain di Palu. Rata-rata per tusuk harganya 3.500, tetapi Sate Taichan Suprpto ambil harga di 2.500 per tusuk"* (Fadel Caecar, 2025). Strategi ini bertujuan meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan kuliner yang ketat, terutama dalam menarik segmen pasar utama berupa generasi Z yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa.

Pemilik usaha mengakui bahwa penetapan harga selama ini dilakukan berdasarkan survei harga kompetitor tanpa perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) per tusuk yang sistematis. Salah satu aspek krusial yang harus menjadi perhatian bagi pelaku UMKM ketika mempersiapkan penyusunan laporan keuangan untuk usahanya adalah melakukan perhitungan terhadap harga pokok produksi dan harga pokok penjualan (Novietta & Minan, 2022). Pemilik menyatakan bahwa *"Memang saya mau buat HPP per tusuk biar saya tahu oh ini berapa sih harga jual sebenarnya"* (Fadel Caecar, 2025). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki kesadaran untuk memperbaiki proses penetapan harga, meskipun langkah tersebut belum dilakukan saat ini. Temuan ini sejalan dengan Waru *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa banyak UMKM menetapkan harga berdasarkan harga pasar tanpa mempertimbangkan struktur biaya internal. Berdasarkan hasil wawancara, langkah konkret yang direncanakan pemilik usaha adalah mulai menghitung HPP per tusuk sebagai dasar penentuan harga jual yang lebih rasional di masa mendatang.

3.4 Pengelolaan Bahan Baku dan Respons terhadap Fluktuasi Harga

Pengelolaan bahan baku dilakukan berdasarkan estimasi kebutuhan harian. Pemilik usaha menetapkan standar penggunaan daging ayam sebesar 2 hingga 3 kilogram per hari, disesuaikan dengan pola penjualan hari sebelumnya. Pemilik usaha menyatakan bahwa "*Bahan baku dan stok penjualan sudah ditakar sehari 2 atau 3 kilo daging ayam*" (Fadel Caecar, 2025). Sistem pengelolaan bahan baku ini bersifat adaptif namun belum terintegrasi dengan perencanaan anggaran penjualan yang formal. Penyesuaian stok bahan baku dilakukan secara manual berdasarkan hasil penjualan harian tanpa menggunakan metode peramalan (*forecasting*). Menurut (Lik, 2020) anggaran penjualan dapat berfungsi secara optimal apabila estimasi yang dibuat cukup akurat sehingga target penjualan yang direncanakan tidak memiliki selisih signifikan dengan realisasi aktualnya. Untuk mencapai estimasi yang lebih akurat, berbagai faktor perlu dipertimbangkan, salah satunya adalah melalui penyusunan peramalan penjualan.

Respons terhadap fluktuasi harga bahan baku dilakukan secara situasional. Pemilik usaha menyatakan, "*Bahan baku naik, lihat pasar lagi, survei ke usaha taichan lain. Porsi sate dikurangi atau bagaimana. Pokoknya mengikuti pasar*" (Fadel Caecar, 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan bersifat reaktif, yaitu menyesuaikan harga jual atau porsi produk berdasarkan kondisi pasar dan hasil survei kompetitor. Strategi yang dilakukan meliputi pengecekan harga pada usaha sejenis, mempertimbangkan pengurangan porsi sate, atau menyesuaikan harga jual sesuai perubahan biaya bahan baku. Sebagai langkah perbaikan, pemilik usaha berencana mulai melakukan pencatatan sederhana dan lebih lengkap agar memiliki data historis terkait pembelian bahan, perubahan harga, dan penjualan. Data historis tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan peramalan penjualan serta membantu pemilik usaha merespons fluktuasi harga secara lebih terencana, bukan hanya reaktif mengikuti pasar.

3.5 Tantangan dalam Penyusunan Anggaran Penjualan

Tantangan utama yang dihadapi Sate Taichan Suprpto dalam penyusunan anggaran penjualan adalah belum adanya sistem anggaran formal yang terstruktur. Pemilik usaha menyadari pentingnya penyusunan anggaran, sebagaimana diungkapkan dalam pernyataan bahwa "*Saran untuk pelaku usaha luar, harus ada susunan anggarannya*" (Fadel Caecar, 2025). Kesadaran ini menunjukkan bahwa pemilik memahami urgensi perencanaan keuangan, meskipun implementasinya belum terlaksana secara optimal. Hambatan utama meliputi keterbatasan data historis penjualan yang komprehensif, belum adanya perhitungan HPP per unit produk, serta minimnya pengetahuan teknis mengenai metode peramalan penjualan. Menurut Gojali Supiandi (2022) pengelolaan usaha memerlukan manajemen keuangan yang efektif untuk menghasilkan kinerja yang optimal. Semakin baik pengelolaan aspek keuangan, maka semakin meningkat pula kinerja UMKM tersebut. Pemilik usaha menyebutkan bahwa "*Ada tantangan menghitung HPP*" (Fadel Caecar, 2025) sebagai salah satu kendala teknis yang menghambat penyusunan anggaran. Pemilik usaha juga menyebutkan bahwa "*Ada tantangan menghitung HPP*" (Fadel Caecar, 2025), yang menunjukkan adanya kendala teknis dalam menyiapkan informasi dasar bagi proses penyusunan anggaran.

Sebagai langkah awal untuk mengatasi hambatan tersebut, pemilik usaha berencana mulai melakukan pencatatan penjualan secara rutin agar tersedia data historis yang lebih akurat sebagai dasar penyusunan anggaran. Selain itu, pemilik usaha berencana menghitung HPP per unit (per tusuk) secara sederhana agar proses penyusunan anggaran dapat dilakukan dengan lebih terarah dan berbasis data. Pemilik berharap bahwa dengan tersedianya data historis penjualan serta perhitungan HPP yang lebih jelas, ia dapat menyusun anggaran penjualan dengan lebih percaya diri, menetapkan target yang realistis, dan lebih siap menghadapi perubahan permintaan maupun fluktuasi harga bahan baku.

4. Kesimpulan

Melalui hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Sate Taichan Suprpto belum menerapkan sistem penyusunan anggaran penjualan secara formal dan terstruktur. Proses penganggaran masih sederhana, terbatas pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian menggunakan *Microsoft Excel*, serta penetapan target yang hanya didasarkan pada estimasi tanpa metode peramalan yang sistematis. Penetapan harga juga dilakukan secara reaktif melalui survei kompetitor tanpa perhitungan HPP per tusuk yang terukur, sehingga pengelolaan bahan baku dan penyesuaian stok dilakukan berdasarkan hasil penjualan hari sebelumnya. Meskipun demikian, pemilik usaha menunjukkan kesadaran akan pentingnya menghitung HPP, melakukan pencatatan penjualan yang lebih rapi, serta memproyeksikan anggaran penjualan agar keputusan usaha dapat lebih terarah di masa mendatang. Upaya pencatatan yang telah dijalankan secara konsisten menjadi fondasi awal bagi pengembangan sistem anggaran penjualan yang lebih sistematis.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam perhitungan HPP dan kaitannya dengan penetapan harga serta penyusunan anggaran. Penelitian dapat diperluas dengan penggunaan data yang lebih panjang atau membandingkan beberapa UMKM sejenis untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik penganggaran penjualan. Selain itu, pengembangan model perencanaan anggaran penjualan yang sederhana dan sesuai karakteristik UMKM dapat menjadi kontribusi penting bagi penelitian dan praktik di lapangan.

Referensi

- Andi Tenri Waru, Dwi Awalia Ramadhani, Azarya Julmina, Anggi Aras, A., & Misran, M. R. H. (2024). Penyusunan Anggaran Operasional Pada Umkm Kopi Lia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 20–26. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JIAN/article/view/5818>
- Asrani Sinaga, & Ova Novi Irama. (2021). Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengelolaan Laba Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 147–155. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.741>
- Faizin, E. K., & Fahrhani, F. Z. (2023). Penyusunan Anggaran Penjualan Dan Anggaran Produksi Untuk Maksimalisasi Laba Pada Umkm Rukun Di Blitar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 8(2), 518–528. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2544>
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru. *Sembadha: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 225–229. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/376>
- Gojali Supiandi, A. W. (2022). Menengah Terhadap Peningkatan Usaha. *Swara MaNajemen*, 2(4), 439–452.
- Halim, A. (2020). Kabupaten Mamuju Kondisi-kondisi. *Literasi Digital*, 2(1).
- Hariyani, H., & Suhardi, D. (2025). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Anggaran Penjualan Pada Pt Pln (Persero) Up3 Parepare. *Journal AK-99*, 5, 129–138.
- Hazmi, N. F., Gunawan, A., & Sembiring, E. E. (2023). Penerapan Peramalan Penjualan Pada Anggaran Penjualan Sebagai Dasar Dalam Penyusunan Anggaran Produksi dan Anggaran Biaya Produksi. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 3(2), 123–135. <https://doi.org/10.35313/ialj.v3i2.3155>
- Ihwanudin, C., Faturrahman, & Nani Hartati. (2024). Analisis Anggaran Penjualan Pada Umkm Ud Murni Jaya Bekasi. *JBI : Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(1), 63–70. <https://doi.org/10.59966/jbi.v2i1.1024>
- Irawan, C., Saputra, R., Monica, L., & Rahmawati, W. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Penganggaran (Budgeting) Penjualan dan Beban Pada Usaha Leton Coffe Pekanbaru. *ABDIMAS Lectura: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 33–38.
- Lik, A. (2020). Analisis Penerapan Forecasting Dalam Penentuan Anggaran Penjualan Dan Implikasinya Terhadap Peningkatan Penjualan Perusahaan. *Jurnal Ekono Logi*, 4(April), 195–202.
- Novietta, L., Nurmadi, R., & Minan, K. (2022). Analisis pentingnya perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan untuk optimalisasi harga jual produk Umkm. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Digital*, 56-63. 2, 56–63.
- Nugroho, B. A., Fauzianto, I., Prakoso, B. I., Sidiq, M. S., & Virgana, R. (2024). Analisis Penyusunan Anggaran Penjualan dan Jangka Panjang Pada UMKM Teh She'O Di Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi. *Jurnalmanajemen*, 11(2), 58–63.
- Septianti, R. P., & Dahtiah, N. (2021). Penerapan Metode Peramalan dalam Menyusun anggaran Penjualan dan Anggaran Produksi Sebagai Dasar Penyusunan Anggaran Biaya Produksi pada LAF Project. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(3), 490–503. <https://doi.org/10.35313/ialj.v1i3.3166>
- Utama, I. K., Birokrasi, N. R., Layanan, I. K., Rencana, T. I., Reformasi, A. P., Masyarakat, S. K., Survei, N., Integritas, P., Pemerintahan, I. S., & Rekomendasi, P. (2024). *Laporan Capaian Kinerja Triwulan III Tahun 2024 Sekretariat Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*.