

Analisis ramalan penjualan pada the coffee bean & tea leaf dengan menggunakan metode least square (Studi Kasus Ramalan Pada The Coffee Bean & The Leaf 2021-2022)

Davi Ramadhan¹, Ririn Sari Dewi²

¹Department of Accounting, Pamulang University, ² Department of Accounting, Pamulang University

¹daviramadhan.16@gmail.com, ²ririnsari2015@gmail.com

Article History: Received on 2021-10-28, Revised on 2021-11-04., Published on 2021-12-06

ABSTRACT

Sales is a part of promotion and promotion is one part of the whole marketing system. Sales forecast is a realistic estimate of actual sales in rupiah or units that the company expects to achieve in the coming period according to the marketing plan and anticipated external environmental conditions. This study aims 1) to determine the analysis of sales forecasts at The Coffee Bean & Tea Leaf for the period 2021 to 2022 2) to determine the analysis of the sales forecast conditions of The Coffee Bean & Tea Leaf 2021 to 2022 with the last square method. The data analysis method in this study used quantitative methods with descriptive analysis. The results obtained from sales calculations using the Last Square method in 2019 experienced the highest sales increase and the decline in 2020 was the lowest sales decline. In 2021, the sales forecast using the Last Square method will increase by 16.9% and in 2022, sales will decrease by 15.1%. Meanwhile, forecast conditions that affect sales results include low purchase value even though the number of visitors has increased, product stock vacancies, services provided to customers, facilities, and the implementation of PSBB during the Covid 19 pandemic.

Keywords: *Least Square Method, Sales*

ABSTRAK

Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Prakiraan penjualan merupakan perkiraan realitis dari penjualan aktual dalam rupiah atau unit yang diharapkan perusahaan untuk dicapai pada periode yang akan datang sesuai dengan rencana pemasaran dan dalam kondisi lingkungan eksternal yang diantisipasi. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui analisis ramalan penjualan pada The Coffee Bean & The Leaf periode 2021 sampai 2022. 2) untuk mengetahui analisis kondisi ramalan penjualan The Coffee Bean & TeaLeaf 2021 sampai 2022 dengan metode last square. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan penjualan menggunakan metode Last Square pada tahun 2019 mengalami kenaikan penjualan tertinggi dan penurunan pada 2020 merupakan penurunan penjualan terendah. Pada tahun 2021 dari hasil ramalan penjualan menggunakan metode Last Square akan mengalami kenaikan sebesar 16,9% dan pada 2022 akan mengalami penurunan penjualan sebesar 15,1%. Sedangkan kondisi ramalan yang mempengaruhi hasil penjualan diantaranya nilai beli rendah meskipun jumlah pengunjung mengalami kenaikan, kekosongan stok produk, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, fasilitas, dan pemberlakuan PSBB masa pandemik Covid 19.

Kata kunci : Metode Least Square, Penjualan

PENDAHULUAN

Penjualan adalah salah satu aspek terpenting dalam bisnis. Manajemen bisnis yang buruk akan merugikan bisnis karena dapat mempengaruhi volume penjualan, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap bisnis memiliki sistem bisnis yang berbeda, dalam hal ini The Coffee Bean dan Tea Leaf perlu diwaspadai nilai penjualannya di tahun mendatang. Secara umum penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting, yang sangat menentukan bagi pelaku usaha untuk mencapai tujuan usaha yaitu memperoleh laba guna mempertahankan eksistensi usaha. Melibatkan konsumen agar mengetahui hasil yang dihasilkan produk.

Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah bagian dari sistem pemasaran secara keseluruhan (Francis Tantri & Thamrin, 2016: 3). perusahaan produksi dan dapat berjalan dengan lancar. Penting untuk dicatat bahwa ada bahan baku yang dibutuhkan untuk memastikan kelancaran proses produksi. Penting bagi semua jenis bisnis untuk mempraktikkan perencanaan inventaris karena dapat membantu menggunakan inventaris secara efisien. Jika dia menganggap inventarisnya terlalu besar, dia akan menghadapi berbagai risiko seperti bunga yang masih harus dibayar, peningkatan biaya penyimpanan dan pemeliharaan di gudang, peningkatan kerugian yang dapat diakibatkan oleh kerusakan dan pengurangan biaya. Kualitas bahan baku akan menurun. . keuntungan Perusahaan. Antisipasi masalah dengan mengumpulkan informasi yang akurat sehingga perusahaan dapat mempersiapkan strategi implementasi untuk menghadapi kondisi tersebut. Peramalan tidak hanya dilakukan untuk menentukan jumlah produk yang akan diproduksi dan dijual, tetapi juga berguna untuk merencanakan persediaan barang jadi. Ketersediaan produk jadi sangat penting sebagai alat untuk memprediksi situasi pasar agar produk selalu tersedia dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan meramalkan penjualan produk di suatu perusahaan, manajemen perusahaan akan dapat bergerak maju dengan lebih pasti. Sangat penting untuk menggambarkan situasi penjualan di masa yang akan datang, perusahaan perdagangan harus menjaga persediaan yang cukup untuk kegiatan bisnis untuk memiliki arah manajemen bisnis, karena kebijakan bisnis akan sangat mempengaruhi penjualan dalam jumlah besar produk yang dikonsumsi oleh perusahaan.

Prakiraan penjualan adalah perkiraan realistis dari penjualan aktual dalam rupiah atau unit yang diharapkan perusahaan untuk dicapai pada periode mendatang sesuai dengan rencana pemasaran dan kondisi lingkungan yang diprediksi lapangan (Swastha, 2012: 99). Untuk memprediksi penjualan suatu perusahaan dapat dilihat dengan menggunakan metode kuadrat terkecil dan penjualan sebelumnya Metode kuadrat terkecil merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam analisis deret waktu. Disebut least squares karena metode ini akan mendapatkan trendline. Untuk menentukan metode mana yang cocok untuk persamaan tren, metode tersebut harus cocok untuk model data. Jika model datanya dari variabel linier, maka sebaiknya digunakan metode linier, jika model datanya parabola maka metode yang benar adalah parabola atau jika model datanya eksponensial maka metode yang benar adalah topi fungsi.

The Coffee Bean and TeaLeaf, sebagai perusahaan makanan dan minuman berbasis di Indonesia yang berfokus pada pemasaran produk makanan dan minuman, terus berkembang untuk memperluas jejak pemasarannya. Untuk menentukan tujuan penjualan, perusahaan menggunakan metode kualitatif, terutama berdasarkan survei dan pendapat personel yang terkait langsung dengan kegiatan penjualan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis melakukan penelitian pada The Coffee Bean and The Leaf terkait dengan peramalan penjualan, dengan judul:“Analisis Ramalan Penjualan Pada The Coffee Bean & Tealeaf Dengan Menggunakan Metode *Least Square*”.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penjualan

Penjualan adalah bisnis yang mengambil tindakan untuk menjual produk atau layanan. Aktivitas yang dilakukan merupakan tindakan penting dalam bisnis penjualan suatu produk atau jasa, hal tersebut dilakukan demi keuntungan dari penjualan tersebut. Pengertian umum jual beli adalah kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang sah. Penjualan ini dapat

dilakukan dengan banyak cara seperti menjual langsung dan penjualan ke dealer. Tujuan utama dari penjualan adalah untuk mendapatkan keuntungan dari produk atau barang dagangan yang dijual. Dalam prosesnya, penjualan tidak dapat dicapai tanpa kontribusi pemain aktif, seperti pedagang, agen, dan staf pemasaran. Thamrin dan Tantri (2016:3) Penjualan merupakan bagian dari promosi dan promosi merupakan bagian dari sistem pemasaran secara keseluruhan. Moekijat dan Sugiharto, (2013:2) Penjualan adalah kegiatan mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya akan produk yang ditawarkan untuk dijual dan mencapai kesepakatan harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

Aktivitas penjualan adalah aktivitas yang melengkapi atau melengkapi aktivitas pembelian, untuk memungkinkan pelaksanaan transaksi. Dengan demikian, kegiatan jual beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perpindahan hak atau transaksi. Oleh karena itu, menjual, seperti menjual dan juga membeli, mencakup serangkaian aktivitas termasuk pembangkitan permintaan, pencarian pembeli, negosiasi harga, dan syarat pembayaran. akan terpantau memungkinkan terlaksananya rencana penjualan yang telah ditetapkan (Assauri, 2011: 23). Dari beberapa pengertian penjualan di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha pada saat melakukan jual beli barang dan jasa, tujuannya untuk menghasilkan keuntungan dan Pengembangan Usaha.

Volume Penjualan

Penjualan adalah hasil akhir yang didapat bisnis dengan menjual produk yang dibuatnya. Penjualan tidak dibagi menjadi tunai atau kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total nilai realisasi. Jika volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat realisasi laba perusahaan meningkat, tetapi sebaliknya jika volume penjualan menurun maka rasio realisasi laba perusahaan juga menurun. Untuk mencapai tingkat penjualan yang ditargetkan, bisnis harus melakukan kegiatan penjualan. Penjualan merupakan fungsi pemasaran yang penting karena betapapun lancarnya proses tersebut, jika fungsi penjualan gagal, kelangsungan usaha tidak dapat dijamin. Jadi fungsi penjualan adalah standar untuk komunikasi bisnis. Kemampuan menjual produk komersial menentukan keberhasilan menghasilkan keuntungan, jika tidak bisnis akan menderita kerugian.

Tujuan penjualan perusahaan

Menurut (Swastha, 2014; 404), tujuan keseluruhan penjualan perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, menghasilkan keuntungan, dan mendukung pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. dalam hal ini, juga harus mampu mengkoordinir semua fungsi yang ada di dalam perusahaan, antara lain bagian produksi, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran. Penjualan dilakukan untuk berbagai tujuan yang penting bagi bisnis atau bisnis Anda, termasuk:

1. Mencapai
Penjualan Setiap bisnis perlu mencapai tujuan penjualannya Penjualan bisnis pasti harus meningkat setiap bulan atau setiap tahun untuk membantu meningkatkan kinerja bisnis.
2. Menghasilkan keuntungan
Tujuan utama dari penjualan adalah untuk mendapatkan keuntungan atau profit dari produk yang dijual. Dengan manajemen yang baik, bisnis atau bisnis Anda akan meraup untung besar dan mendapatkan pelanggan setia.
3. Mendukung Pertumbuhan Bisnis
Jika bisnis Anda memenuhi target penjualannya, tentu bisnis Anda akan berkembang pesat. Hal ini juga meningkatkan kinerja perusahaan sebagai distributor dengan memastikan kualitas produk yang dijual.

Jenis Penjualan

Penjualan memiliki beberapa jenis penjualan, antara lain sebagai berikut:

1. Penjualan tunai Pengertian penjualan tunai (Mulyadi, 2013: 455) menyatakan bahwa : Usaha melakukan penjualan tunai dengan meminta pembeli. pembayaran di muka harga barang

sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli.

2. Penjualan kredit Pengertian penjualan kredit menurut (Mulyadi, 2013:201) Penjualan kredit dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai pesanan yang diterima dari pembeli dan dalam jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai invoice kepada pembeli.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan

Kinerja penjualan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Kotler dalam (Putra, dkk, 2016: 3) adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan kualifikasi penjual
2. Kondisi pasar
3. Modal Dengan modal, pelaku usaha akan dapat melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan konsumsi.
4. Kondisi organisasi perusahaan Kondisi organisasi dalam perusahaan dapat mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan.
5. Faktor lain

Menurut (Putra, 2016: 3), Penjualan juga dipengaruhi oleh dua faktor lingkungan, yaitu:

- 1) Faktor lingkungan yang tidak terkendali meliputi faktor lingkungan, persaingan, ekonomi, teknologi, politik, hukum dan sosial budaya;
- 2) Faktor lingkungan terkendali adalah faktor lingkungan yang mempengaruhi kegiatan pemasaran, termasuk kegiatan penjualan di dalam perusahaan.

Peramalan

Peramalan adalah alat yang sangat penting untuk perencanaan yang efektif dan efisien. Jadi setiap perusahaan bisnis harus memprediksi apa yang akan terjadi di masa depan. Suatu ramalan dianggap baik jika mendekati kebenaran. Pengertian Prakiraan Menurut (Stevenson et al., 2014: 76) Peramalan adalah pernyataan tentang nilai-nilai variabel yang akan datang. Prediksi yang lebih baik dapat dibuat dengan menggunakan lebih banyak informasi.

Berdasarkan pendapat para ahli, penulis dapat mengatakan bahwa ramalan adalah perkiraan masa depan dengan memasukkan data untuk jangka waktu tertentu. Tujuan peramalan menurut (Sofyan, 2013:15) tujuan utama dari peramalan adalah untuk meramalkan permintaan yang akan datang, agar mendapatkan perkiraan yang mendekati keadaan yang sebenarnya. Prakiraan tidak pernah sempurna, tetapi hasil akan selalu memandu sebuah rencana. Sebuah bisnis biasanya menggunakan proses peramalan, dimulai dengan peramalan lingkungan, kemudian peramalan penjualan bisnis dan peramalan permintaan pasar.

Metode kuadrat terakhir

Metode kuadrat terkecil atau biasa dikenal dengan metode kuadrat terkecil adalah metode untuk menentukan garis tren dengan kuadrat terkecil perbedaan antara data dan garis tren. Metode kuadrat terkecil adalah metode yang paling banyak digunakan dalam analisis deret waktu. Model linier untuk metode kuadrat terakhir yang digunakan didasarkan pada model data linier.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan ilmu mengenai tata cara yang dilakukan untuk melakukan penelitian, menjadikan peneliti mampu menghasilkan karya penelitian yang optimal dan dapat memberikan kesimpulan secara umum agar dapat dipertanggung jawabkan jika peneliti menggunakan ilmu metodologi yang dapat digunakan dalam penulisan tugas akhir. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data. Selain itu jika dilihat dari metode atau metode pengumpulan datanya, maka metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Wawancara;

Melalui wawancara ini, peneliti menggali data, informasi, dan kerangka informasi dari subjek penelitian. atau tumbuh tergantung situasi dan kondisi lapangan. Wawancara dilakukan dengan manajer dan staf yang bekerja di The Coffee Bean and Tea Leaf.

Observasi;

Observasi adalah kegiatan penelitian yang mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian dengan cara pengamatan langsung di lapangan. Menurut Sugiyono (2017, 203) Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan teknik lainnya.

Dokumentasi;

Menurut Sugiyono (2015:329), dokumentasi adalah tindakan atau cara yang dilakukan dalam mengumpulkan informasi terkait data penelitian, seperti file dokumentasi, annual report.

Instrumen Pengumpul Data;

Menurut Sugiyono (2017:102), alat bantu pencarian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati sebagai **berikut:** Untuk wawancara penulis mempersiapkan beberapa pertanyaan. Pertanyaan wawancara antara lain sebagai berikut:

1. Sejak kapan the coffe bean & tea leaf ini berdiri?
2. Menu Apa saja yang menjadi best seller?
3. Fasilitas apasaja yang menjadi keunggulan pada gerai ini?
4. Bahan baku yang digunakan berasal dari mana?
5. Bearapa besar kapasitas digerai ini dapat menampung pelanggan?
6. Apakah digerai ini sudah ada estimasi penjualan untuk kedepannya?
7. Apakah pada gerai ini terdapat konsultan dalam penjualan?
8. Sistem apa yang digunakan pada gerai ini dalam membuat laporan penjualan?

Untuk Observasi penulis mempersiapkan beberapa pertanyaan. Pertanyaan Observasi antara lain sebagai berikut:

1. Apakah bapak/ibu tau apa itu metode least square?
2. Apakah pada gerai ini sudah menggunakan metode peramalan pada penjualan yang akan datang?
3. Apakah pada gerai ini melakukan pencatatan transaksi penjualan?
4. Apakah pada gerai ini menggunakan produk lokal asli dari indonesia?
5. Apakah pada gerai ini memiliki strategi khusus dalam menaikkan penjualan?
6. Apakah pada gerai ini memiliki fasilitas yang lengkap?
7. Apakah alat produksi sudah menggunakan teknologi terbaru?
8. Apakah pelanggan disini puas dengan pelayanan dan produk pada gerai ini?

Dalam pelaksanaannya, peneliti akan menggunakan laporan penjualan The Coffee Bean. Dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2017:8) Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivis, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, menganalisis Menganalisis data kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Analisis deskriptif adalah penelitian yang pengumpulan datanya ditujukan untuk menguji pertanyaan penelitian atau hipotesis yang berkaitan dengan keadaan dan kejadian saat ini. Mereka melaporkan keadaan subjek atau subjek yang diteliti tergantung pada apa itu. Analisis deskriptif melibatkan dua proses yang berbeda dalam hal deskripsi dan interpretasi. Data yang dihasilkan kemudian diolah menjadi kata-kata atau gambar yang dideskripsikan sedemikian rupa sehingga memberikan kejelasan yang realistis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Trend Penjualan dengan Metode Least Square

1. Data Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Data penjualan produk The Coffee Bean & Tea Leaf Summarecon Mall Serepong tahun 2018-2020 sebagai berikut :

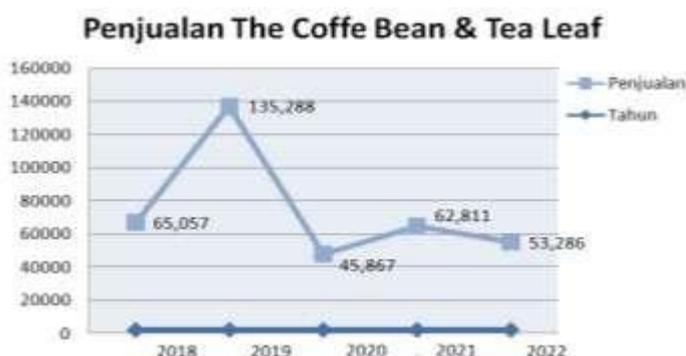
Tabel 1 Data Penjualan

Tahun	Jumlah Produk yang terjual
2018	65,057
2019	135,288
2020	45,867

Berdasarkan hasil penelitian analisis trend penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2018 sampai 2019 menunjukkan trend positif yang dimana garis trend dimulai dari kiri bawah ke kanan atas atau adanya kenaikan penjualan di tahun 2019 sebesar 70,231 atau dalam presentase kenaikan sebesar 108%. Pada tahun 2019 sampai 2020 berdasarkan hasil penelitian analisis trend penjualan menunjukkan trend negatif karena garis trend dimulai dari kiri atas ke kanan bawah atau adanya penurunan penjualan di tahun 2020 sebesar 89,421 atau dalam presentase penurunan sebesar 66%. Pada tahun 2020 sampai 2021 berdasarkan hasil analisis ramalan trend penjual menggunakan metode Least Square menunjukkan adanya peningkatan penjualan dapat dilihat pada garis trend yang dimana garis trend dimulai dari kiri bawah ke kanan atas atau adanya peningkatan penjualan di tahun 2021 sebesar 16,944 atau dalam presentase kenaikan sebesar 36,9%. Pada tahun 2021 sampai 2022 berdasarkan analisis ramalan trend penjualan menggunakan metode Least Square menunjukkan adanya penurunan penjualan dapat dilihat pada garis trend yang dimana garis trend dimulai dari kiri atas ke kanan bawah atau adanya penurunan penjualan pada tahun 2022 sebesar 9,525 atau dalam presentase penurunan sebesar 15,1%.

Analisis Kondisi Ramalan Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Dari hasil perhitungan ramalan penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf Summarecon Mall Serepong pada tahun 2021-2022 dengan menggunakan metode Least Square dapat diperjelas dengan grafik sebagai berikut :



Gambar 1 Grafik Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menyimpulkan kondisi penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf. Sesuai hasil wawancara, pada tahun 2018 dan dilihat dari gambar grafik penjualan tersebut di atas bahwa penjualan mengalami penurunan karena

disebabkan terjadinya daya beli masyarakat menurun pada tingkat pengunjung yang tinggi, selain hal tersebut ada faktor lain yaitu kekosongan stok persediaan barang yang dijual dan kurangnya perubahan desain pada produk. Untuk meningkatkan hasil penjualan pada tahun 2019 narasumber menyatakan memberikan pelayanan yang ramah, edukasi mengenai informasi promo menarik, memberikan fasilitas lengkap yang memberikan efek meningkatnya hasil penjualan di tahun 2019.

Pada Tahun 2020 menunjukkan adanya penurunan sesuai hasil wawancara faktor yang mempengaruhi penurunan hasil penjualan dari narasumber menyatakan terjadi nilai beli rendah meskipun jumlah pengunjung mengalami peningkatan, kekosongan stok, dan terjadinya pandemi covid-19. Untuk meningkatkan hasil penjualan pada tahun 2021 narasumber menyatakan memberikan pelayanan yang ramah, edukasi informasi mengenai protokol kesehatan yang dijalankan oleh gerai tersebut dengan mengikuti protokol kesehatan dari pemerintah, memberikan promo terbaru dan menarik yang memberikan efek meningkatnya hasil penjualan ditahun berikutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis Trend Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Pada hasil penelitian analisis ramalan penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 penjualan meningkat sebesar 108% dari tahun 2018. Pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 66% dari tahun 2019. Pada ramalan tahun 2021 mengalami kenaikan penjualan sebesar 36,9% dari tahun 2019. Pada ramalan tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 15,1% dari tahun 2021.

Analisis Kondisi Ramalan Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

kesimpulan yang dapat di ambil dari analisis konsidi ramalan penjualan bahwa setelah dilakukan penelitian adanya pengaruh dari keadaan dari hasil penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf diantaranya yaitu adanya naik turun jumlah dari pelanggan, tidak adanya persediaan produk, kurangnya perubahan desain pada produk, pelayanan yang diberikan kepadapelanggan, fasilitas yang dapat meningkatkan penjualan dan kondisi pandemik Covid-19.

Saran

Analisis Trend Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Dalam penelitian ini, untuk menghitung dengan metode kuadrat terkecil sebaiknya dilakukan dengan sangat teliti dan hati-hati agar tidak terjadi kesalahan dalam perhitungan. Manajemen sebaiknya menggunakan metode kuadrat terkecil dalam peramalan penjualan karena sangat lengkap dalam menggambarkan angka dalam perhitungan dan dapat menghindari kesalahan entri data, membuat data lebih akurat dan dapat mempersingkat waktu untuk menghitung tren penjualan yang teridentifikasi.

Analisis Kondisi Ramalan Penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf

Pada hasil penelitian dan pembahasan kondisi ramalan penjualan The Coffee Bean & Tea Leaf penulis memberikan saran menggunakan metode penjualan *Trade Selling* atau Penjualan komersial, penjualan dapat terjadi ketika produsen dan pedagang grosir mengizinkan pengecer untuk mencoba meningkatkan distribusi produk mereka. Ini menarik dealer dengan promosi, pertukaran, penawaran, dan produk baru Dengan menggunakan metode penjualan ini tidak akan terulangnya kekosongan stok produk, adanya promo-promo yang menarik sehingga menarik daya tarik beli pelanggan meningkat, dan akan adanya inovasi produk baru sehingga pelanggan tidak akan mudah bosan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. S. (2020). Peranan Promosi Melalui Advertising Terhadap Pencapaian Penjualan Polis Padapt. Asuransi Takaful Indonesia, Cabang Sangatta. *Jurnal Eksis*, 14(2).
- Cahaya, A. R (2020) Ramalan Penjualan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional:Kediri
- Faizah, S. (2015). Perancangan Program Penjualan Barang Secara Tunai Pada Toko Perlengkapan Anak. *Jurnal Sistem Informasi*, 4(2), 208-214.
- Fikri, I. M. (2018). Aktivitas Penjualan Mobil Baru Kategori Low Cost Green Car Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas).
- Hasan, N. M. (2017). Penerapan Metode Least Square Dalam Menentukan Stok Pulsa Pada Konter Roses Cell. *Jurnal. Jurusan Teknik Informatika. Fakultas Teknik. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.*
- Husein,Umar.2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi 11 Jakarta : Pt.Raja Grafindo Persad
- (Khotimah & Budi, 2020)Khotimah, H., & Budi, S. (2020). *Analisis Peran Inovasi, kompetensi Akuntansi,dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. Keberlanjutan : Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi.* 5(2), 117–130.
- Ilmiddaviq, M. B. (2020). Pengaruh Harga Pokok Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Tingkat Pengembalian Modal Studi Kasus Pada Pt. Indofood Sukses Makmur. Tbk (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- Indah, D. R., & Rahmadani, E. (2018). Sistem Forecasting Perencanaan Produksi Dengan Metode Single Eksponensial Smoothing Pada Keripik Singkong Srikandi Di Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (Jensi)*, 2(1), 10-18.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2016). Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan.
- Nugraha, K. (2018). Penerapan Metode Peramalan Untuk Menyusun Perencanaan Produksi Pada Konveksi Abye Grafindo (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung).
- Nugraha, K. (2018). Penerapan Metode Peramalan Untuk Menyusun Perencanaan Produksi Pada Konveksi Abye Grafindo (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung).
- Permatasari, I. K. (2019). Analisis Trend Penjualan Dengan Metode Least Square Pada Apotek Swasta Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(3), 283-298.
- Rahmawati, N. (2012). Forecasting Penjualan Sepeda Motor Kawasaki Pada Pt. Sumber Buana Motor Yogyakarta Tahun 2013”.
- Sari, M. T. (2019). Analisis Peramalan Penjualan Untuk Menentukan Rencana Produksi Pada Ud Rifa’i. *Growth*, 14(2), 17-30.
- Savitri, N. K. (2016). Penerapan Peramalan Penjualan (Sales Forecast) Roti Sebagai Dasar Penyusunan Perencanaan Produksi Pada Ciwawa Cake And Bakery (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).
- Sudana, I. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori & Praktik.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis.Bandung : Penerbit Alfabet
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung : Alfabeta
- Widajanti, E., & Suprayitno, S. (2020). Implementasi Metode Least Square Untuk Memprediksi Penjualan Susu Perah (Studi Pada Kud Cepogo Kabupaten Boyolali). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Widoyoko, E. P. (2012). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 15, 22.
- Wijayanti, M. (2017). Analisa Peramalan Penjualan Produk Susu Kental Manis Carnation Pada Cv Pangan Makmur Irja Sorong. *Jurnal Pitis Akp*, 1(1), 78-91.
- Yudiatmaja, F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Ud. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 4(1).