



PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA BUBUK KOPI DI ASA COFFEE TAKENGON KABUPATEN ACEH TENGAH

¹Ratnawati, ²Vina

ratnawatiugp@gmail.com

Skripsi ini merupakan hasil penelitian tentang “Prospek pengembangan usaha bubuk kopi Asa Coffee”, adapun latar belakang masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana data actual dan trend linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee Selama Bulan April 2021-Agustus 2021 yang menunjukkan bahwa selama bulan April sampai dengan bulan Mei 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee mengalami peningkatan dari Rp 45.546.000 menjadi Rp 48.464.000 atau meningkat sebesar 6,41%. Akan tetapi setelah bulan Mei 2021, yaitu bulan Juni 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021 secara terus menerus mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan sebesar 10,06%. Dan adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui prospek pengembangan usaha bubuk kopi pada Asa Coffee Takengon Kabupaten Aceh Tengah, dengan manfaat penelitian adalah diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memahami dan menerapkan semua teori tentang ilmu yang diperoleh selama proses belajar untuk dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dimana suatu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lain. Sedangkan teknik analisa data adalah dari penelitian perpustakaan dan penelitian lapangan.

Hasil penelitian dan pengembangan menunjukkan bahwa prospek pengembangan usaha bubuk kopi Asa Coffee di masa yang akan datang memiliki prospek yang kurang berkembang karena dapat diketahui bahwa persentase penurunan lebih besar dari persentase kenaikannya sehingga selama bulan April 2021-Agustus 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee cenderung mengalami penurunan sebesar 3,65% atau rata-rata sebesar 0,91% perbulan. Kecenderungan ini diperlihatkan oleh garis trend yang bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah atau dari omzet penjualan Rp 47.495.150 turun ke omzet penjualan Rp 45.358.950.

Kata kunci: Prospek, Pengembangan, Usaha

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin hari semakin mengalami kemajuan yang lebih baik, itu disebabkan oleh perubahan pola pikir manusia yang dinamis serta perubahan teknologi yang semakin canggih.



Persaingan yang semakin kompetitif, memicu pelaku bisnis berusaha untuk merebut posisi pangsa pasar melalui berbagai inovasi yang disajikan dalam bentuk produk maupun jasa yang ditawarkan serta mengembangkan agar dapat menguasai market share.

Asa Coffee merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran bubuk kopi yang berada di daerah Blangkolak 1 Takengon, perusahaan ini berdiri 13 Juli 2013. Dengan nomor izin usaha 530/76/4/2013. Adapun model bentuk bangunan dari Asa Coffee yaitu bangunan ruko dimana lantai pertama yang dijadikan sebagai tempat usaha, lantai kedua ditempati untuk pemilik usaha sekeluarga dan lantai tiga untuk kamar-kamar karyawan. Asa Coffee merupakan bentuk perusahaan perorangan dimana perusahaan yang diawasi dan dikelola oleh seseorang di satu pihak, ia memperoleh semua keuntungan perusahaan lain pihak perusahaan juga menanggung semua resiko yang timbul dalam kegiatan perusahaan. Secara grafis data actual dan trend linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee Selama Bulan April 2021-Agustus 2021 akan disajikan pada tabel: 1.1 menunjukkan bahwa selama bulan April 2021 sampai dengan bulan Mei 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee mengalami peningkatan dari Rp 45.546.000 menjadi Rp 48.464.000 atau meningkat sebesar 6,41%. Akan tetapi setelah bulan Mei 2021, yaitu bulan Juni 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021 secara terus menerus mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan sebesar 10,06%.

Salah satu usaha minuman yang dinilai mengalami perkembangan inovasi di Kabupaten Aceh Tengah beberapa tahun terakhir ini adalah usaha pengolahan bubuk kopi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan inovasi usaha pengolahan bubuk kopi khususnya di Kabupaten Aceh Tengah, diawali dengan munculnya mesin pemanggang (roasting) kopi yang berfungsi menyangrai bahan atau biji pembuatan bubuk kopi secara lebih mudah dengan hasil bubuk kopi yang berkualitas, cara kerja mesin kopi ini lebih mudah dibandingkan dengan proses bubuk kopi secara manual.

Sehingga proses pematangan bubuk kopi lebih cepat, efisien dari segi sisi waktu, hemat dari segi biaya & aman digunakan karena mesin tersebut terbuat dari bahan stainless. Karena minuman kopi hingga saat ini masih menjadi salah satu minuman paling populer didunia yang telah dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Disamping rasa dan aromanya yang menarik, kopi juga dapat menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, batu empedu, dan berbagai penyakit jantung.

A. Pengertian Prospek

Prospek adalah suatu gambaran keberlangsungan suatu ide di masa depan yang berupa peluang yang masih harus diadaptasikan dengan berbagai keterbatasan dan kondisi yang melingkupinya. (Zarkasyi: 2013). Prospek adalah seorang individu kelompok ataupun organisasi yang dianggap potensial oleh



pemasar dan ingin terlibat dalam suatu pertukaran bisnis. Pendek kata, arti prospek adalah calon pembeli yang mempunyai keinginan terhadap suatu produk atau jasa tertentu. (Simamora: 2001).

B. Pengertian Pengembangan

Menurut Sumarno (2012,34) pengembangan ialah proses menjabarkan spesifikasi rangkaian ke bentuk fitur fisik. Pengembangan secara privat adalah proses menciptakan pembelajaran. Namun menurut Tessmer (2012,34) pengembangan tidak hanya memusatkan perhatian, kebutuhan, akan tetapi juga berbagai isu tentang perhitungan awal hingga akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Pengertian pengembangan (*development*) menurut Mathis adalah segala upaya untuk meningkatkan kinerja manajemen saat ini atau masa depan dengan member bekal pengetahuan, perubahan sikap, atau peningkatan keterampilan. Pengembangan usaha yang dilakukan oleh individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi dalam perusahaan, organisasi, lembaga atau instansi pengembangan yang cenderung lebih bersifat formal, menyangkutantisipasi kemampuan dan keahlian individu yang harus dipersiapkan bagi kepentingan jabatan yang akan datang.

Sasaran dan program pengembangan menyangkut aspek yang lebih luas yaitu peningkatan kemampuan individu untuk mengantisipasi perubahan yang mungkin terjadi tanpa direncanakan (*unplanned change*) atau perubahan yang direncanakan (*planned change*). Pengembangan lebih difokuskan pada peningkatan kemampuan dalam pengambilan keputusan dan memperluas hubungan manusia (*human relation*) bagi manajemen tingkat atas dan manajemen tingkat menengah sedangkan pelatihan dimaksudkan untuk pegawai pada tingkat bawah (pelaksanaan). Larasati (2018,10-11).

C. Pengertian Usaha

Usaha adalah kegiatan ekonomi yang memiliki peranan vital untuk memenuhi kebutuhan manusia. Adapun salah satu usahanya antaranya seperti jual beli, memproduksi, memasarkan dan interaksi dengan manusia yang lain. (Norvadewi: 33). Dalam usaha terdapat dua kegiatan yaitu produksi dan pemasaran. Produksi merupakan hasil usaha manusia yang menciptakan barang yang tidak ada menjadi ada, atau disebut juga dengan mengadakan perubahan bentuk atau mengembangkan bahan-bahan alam sehingga akhirnya memiliki sifat yang dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Menurut defenisi lain, produksi merupakan setiap usaha manusia untuk menciptakan atau menambah guna suatu barang. Adapun pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.

D. Pengertian pengembangan usaha



Dalam (Permata, 2013:3) defenisi pengembangan usaha menurut para ahli sebagai berikut:

1. Brown dan Petrello
Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
2. Steinfeld
Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha
3. Hughes dan Kapoor
Pengembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa menjadikan sebuah usaha yang semula kecil menjadi usaha besar, kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha. Maka dari itu dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar berjalan dengan baik, untuk melaksanakannya dibutuhkan berbagai aspek seperti bidang produksi pengolahan pemasaran SDM, teknologi dan lain-lain.

E. Pengertian Trend

Menurut Maryati (2010; 129) menyatakan trend adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut trend negative atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun.

Trend menunjukkan perubahan nilai suatu variable yang relative stabil perubahan populasi, perubahan harga, perubahan teknologi, dan peningkatan produktivitas. Menurut M. Narafin (2013: 196) mengatakan ramalan pendapatan (penjualan) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual atau disewakan di masa yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data *historis* yang pernah terjadi atau mungkin terjadi.

Garis trend pada dasarnya garis regresi dan variable bebas (x) merupakan variable waktu. Tren garis lurus (linier) adalah suatu trend yang diramalkan naik atau turun secara garis lurus. Variable waktu sebagai variable bebas dapat menggunakan waktu tahunan, semesteran, bulanan, atau mingguan. Analisis tern garis lurus (linier) terdiri atas metode kuadrat kecil atau (least square) dan moment.

Adapun jenis-jenis dalam analisis trend ada dua yaitu trend linier dan trend non linier, dan akan dijelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Trend linier, terdiri dari: free hand method, semi average method, moving average method dan least square method. Trend linier memiliki persamaan yang secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut: (Dwiza, 2012)

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y= nilai trend pada periode tertentu

X = periode waktu

a = intersep dari persamaan trend

b = koefisien kemiringan atau gradient dari persamaan trend yang menunjukkan besarnya suatu perubahan suatu unit pada X

- a. Free Hand Method (Metode Dengan Bebas)

Metode dengan bebas merupakan cara yang paling mudah, tetapi sifatnya sangat subjektif, maksudnya kalau ada lebih dari satu orang diminta untuk garis trend lebih dari satu. Sebab masing-masing orang mempunyai pilihan sendiri sesuai dengan anggapannya, garis mana yang mewakili scatter diagram (kumpulan titik-titik koordinat (X, Y); X = variable waktu.

Kelebihan metode ini adalah sangat mudah dan sederhana membuatnya. Kelemahan metode ini adalah dalam menarik garis trend dari sebaran data sangat subyektif. Untuk data yang sama kecenderungan garis bisa berbeda-beda jika digambarkan oleh orang yang berbeda. Sehingga metode ini kurang tepat untuk pengambilan keputusan manajemen perusahaan. Cara ini hanya untuk mengetahui kearah mana trend atau pertumbuhan suatu variable.

- b. Semi Average Method (Metode Rata-Rata Semi)

Metode rata-rata semi mempunyai cara yaitu data dikelompokkan menjadi dua, masing-masing kelompok harus mempunyai data yang sama. Masing-masing kelompok dicari rata-ratanya. Dalam metode rata-rata semi ini tidak diperlukan gambar (grafik). Nilai ramalan langsung dapat dilihat dari persamaan. Sedangkan dengan metode tangan bebas, hasil ramalan harus dibaca dari skala pada sumbu Y. Langkah-langkah memperoleh trend garis lurus dengan metode semi rata-rata sebagai berikut:

- Kelompokkan data menjadi dua kelompok yang sama apabila data ganjil, maka data yang berada di tengah di asumsikan menjadi dua atau dipublikasi dan dihitung dalam kelompok satu maupun kelompok dua atau data dihilangkan.
- Hitung rata-rata kelompok pertama (X1) dan rata-rata kelompok kedua (X2). Letakkan (X1) pada tahun pertengahan dari kelompok yang pertama dan (X2) pada pertengahan tahun kelompok kedua
- Hitung selisih dari kedua rata-rata tersebut, dengan mengurangi rata-rata dari kelompok kedua dengan rata-rata dari kelompok pertama ($\Sigma X2 - \Sigma X1$). Jika hasilnya positif berarti trendnya naik, jika negative trendnya menurun.

y = nilai trend periode tertentu

a = nilai rata-rata kelompok 1

$$\frac{\Sigma X_2 - \Sigma X_1}{N}$$

$$b = \frac{\Sigma X_2 - \Sigma X_1}{N}$$

N = jumlah periode antara ΣX_2 (kelompok data dua) dan ΣX_1 (kelompok data satu)

c. Moving average method

Dengan menggunakan rata-rata bergerak untuk mencari trend, maka dapat kehilangan beberapa data dibandingkan dengan data asli. Artinya, banyaknya rata-rata bergerak menjadi tidak sama dengan data asli. Pada umumnya data asli berkurang sebanyak (n-1); n = derajat rata-rata bergerak, yaitu banyaknya data (dengan demikian banyaknya waktu) untuk menghitung rata-rata bergerak

d. Least square method (metode kuadrat kecil)

Metode kuadrat terkecil merupakan suatu perkiraan atau taksiran mengenai nilai a dan b dari persamaan $Y = a + b X$ yang didasarkan atas data hasil observasi sedemikian rupa sehingga dihasilkan jumlah kesalahan kuadrat yang terkecil (minimum).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan trend metode kuadrat terkecil (*least square method*), yaitu untuk menentukan garis trend yang mempunyai jumlah terkecil dari kuadrat selisih data asli dengan data pada garis trendnya. Adapun persamaan trend dengan menggunakan metode least square dijabarkan sebagai berikut: $Y = a + b (X)$

Dimana: Y = nilai yang diperkirakan

a, b = nilai konstanta dan koefisien dalam persamaan trend

X = serangkaian tahun

2. Trend non linier adalah trend yang mempunyai persamaan berbentuk fungsi kuadrat dengan bentuk grafik seperti parabola. Apabila perkembangan data mulanya mengalami perkembangan relative besar pada suatu masa laju pertumbuhan rata-rata pertahun bertambah lama bertambah kecil, baik akibat jenuhnya kegiatan maupun disebabkan faktor-faktor lainnya, maka perkiraan laju pertumbuhan pada masa yang akan datang menggunakan trend linier akan memberikan hasil yang representative.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dimana suatu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lain. Sugiyono (2018:86). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian Arikunto (2019:3). Sedangkan menurut Narbuko (2015:44), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah



yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikannya. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktifitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2017:72).

A. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, dimana data-data yang telah dikumpulkan akan diolah dan disajikan dalam bentuk table atau grafik, selanjutnya dianalisa dengan peralatan statistic yaitu trend linier, metode yang digunakan untuk menghitung trend linier ini adalah metode OLS (Ordinary Last Square). Menurut Hariri, 2016 dengan rumus sebagai berikut: $Y = a + b X$

Keterangan: a = perkiraan rata-rata objek penjualan setiap bulannya

b = perkiraan kenaikan atau penurunan objek penjualan

x = serangkaian waktu (bulan)

y = objek penjualan (rupiah)

Untuk memperoleh perkiraan nilai b dan a diperoleh dengan rumus :

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X}$$
$$a = \bar{y} = \frac{\sum Y}{N}$$

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila diperoleh $b > 0$ maka terdapat kecenderungan kenaikan omzet penjualan usaha bubuk kopi pada Asa Coffee, artinya usaha bubuk kopi pada Asa Coffee memiliki prospek pengembangan usaha di masa yang akan datang,
2. Apabila diperoleh ($b < 0$) maka terdapat kecenderungan penurunan omzet penjualan usaha bubuk kopi pada Asa Coffee, artinya usaha bubuk kopi pada Asa Coffee tidak memiliki prospek pengembangan usaha di masa yang akan datang.
3. Apabila ($b = 0$) maka terdapat kecenderungan omzet penjualan pada usaha bubuk kopi di Asa Coffee tetap sama setiap tahunnya, artinya usaha bubuk kopi pada Asa Coffee tidak memiliki prospek pengembangan usaha di Asa Coffee.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perkembangan Omzet Penjualan

Penjualan sangat penting artinya karena merupakan ujung tombak dari kegiatan komersial sebuah perusahaan, semakin banyak yang terjual maka semakin besar pula laba yang didapat oleh perusahaan tersebut, tetapi sebaliknya semakin sedikit barang yang terjual maka semakin sedikit pula laba yang didapat oleh perusahaan tersebut. Pengertian omzet dari segi bahasa jumlah, sedangkan penjualan adalah suatu kegiatan menjual barang dengan tujuan mencari dan mendapatkan laba atau pendapatan. Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.

Peran strategi promosi dalam bisnis yaitu dapat meningkatkan omzet penjualan. Strategi promosi sering dikatakan sebagai proses yang berkelanjutan karena promosi dapat menimbulkan kegiatan rangsangan dari perusahaan selanjutnya. Tren perkembangan café shop terus berkembang sehingga pada tahun 2016 estimasi café shop didataran tinggi gayo sudah lebih dari 30 unit termasuk Bener Meriah dan Aceh Tengah. Perkembangan saat ini café shop selain menyediakan aneka minuman kopi mulai dari balck, espresso, sanger (kopi susu), dan aneka jus dengan metode penyajian manual, drif dan mesin. Café shop saat ini merupakan hal yang trend dikota-kota besar. Café shop dari sisi tempat banyak kita lihat berada di mall-mall dan tempat eksklusif lainnya minimal toko yang sedikit mewah, karena itu juga café shop biasanya menawarkan harga yang lumayan karena wajar baik dipandang dari sisi biaya dan kualitas kopi yang disajikan, di café shop Asa Coffee sendiri menawarkan beberapa produk kopi dan harga yang cukup bersaing dengan yang lainnya dan bisa berdiskusi langsung dengan para karyawan Asa Coffee.

Tabel: 4.1

Perkembangan Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee Selama Bulan April 2021-Agustus 2021

Bulan/Tahun	Omzet Penjualan (Rp)	Perkembangan(%)
April 2021	45.546.000	-
Mei 2021	48.464.000	6,41
Juni 2021	47.624.750	-1,73
Juli 2021	46.785.500	-1,76
Agustus 2021	43.715.000	-6,56
Jumlah	232.135.250	-3,65
Rata-rata	46.427.050	-0,91

Sumber: Asa Coffee, September 2021.

Kemampuan penjual dan kemampuan memproduksi suatu perusahaan mempunyai kaitan erat, karena keberhasilan dalam proses penjualan harus didukung oleh kemampuan memproduksi. Jumlah penjualan yang meningkat secara terus menerus merupakan suatu pertanda bahwa suatu perusahaan secara keseluruhan mengalami perkembangan. Oleh sebab itu, semua kegiatan yang ada dalam perusahaan diarahkan agar dapat meningkatkan jumlah penjualan. Untuk

menilai berhasil tidaknya suatu perusahaan biasanya ditinjau dari perkembangan dan peningkatan penjualan yang dapat dicapai dalam kurun waktu tertentu yang pada umumnya satu tahun. Hal ini dapat diterima karena tujuan akhir dapat menguasai pasar dan mencapai keuntungan dari hasil penjualan.

B. Pembahasan

1. Trend Omzet Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada table 4.1 sebelumnya menunjukkan bahwa perkembangan omzet penjualan usaha bubuk kopi Asa Coffee selama bulan April 2021-Agustus 2021 bervariasi dan terdapat kecenderungan mengalami penurunan. Untuk memperjelas kecenderungan penurunan ini akan dilakukan analisis deret berkala dengan alat analisis trend linier menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) sebagai berikut:

Tabel 4.2

Prosedur Perhitung Trend Linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee Selama Bulan April 2021-Agustus 2021

Bulan/Tahun	Omzet Penjualan (Y)	X	XY	X
April 2021	45.546.000	-2	-91.092.000	4
Mei 2021	48.464.000	-1	-48.464.000	1
Juni 2021	47.624.750	0	0	0
Juli 2021	46.785.500	1	46.785.500	1
Agustus 2021	43.715.000	2	87.430.000	4
Jumlah	232.135.250	-	-5.340.500	10

Sumber: Asa Coffee, September 2021 (diolah)

Persamaan Trend Linier dengan metode Ordinary Least Square (OLS) diperoleh sebagai berikut:

1. Perkiraan penambahan/penurunan omzet penjualan setiap bulannya:

$$\Sigma XY \quad -5.340.500$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X} = \frac{-5.340.500}{10} = -534.050$$

Artinya setiap bulannya diperkirakan omzet penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee mengalami penurunan sebesar Rp 534.050 perbulan

2. Pekiraan penjualan tetap setiap bulannya:

$$\Sigma Y \quad 232.135.250$$

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{232.135.250}{5} = 46.427.050$$

Artinya setiap bulannya diperkirakan omzet penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffe tetap (rata-rata) sebesar Rp 46.427.050 per bulan. Dengan demikian persamaan trend linier omzet penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee adalah:

$$Y = 46.427.050 - 534.050 X$$

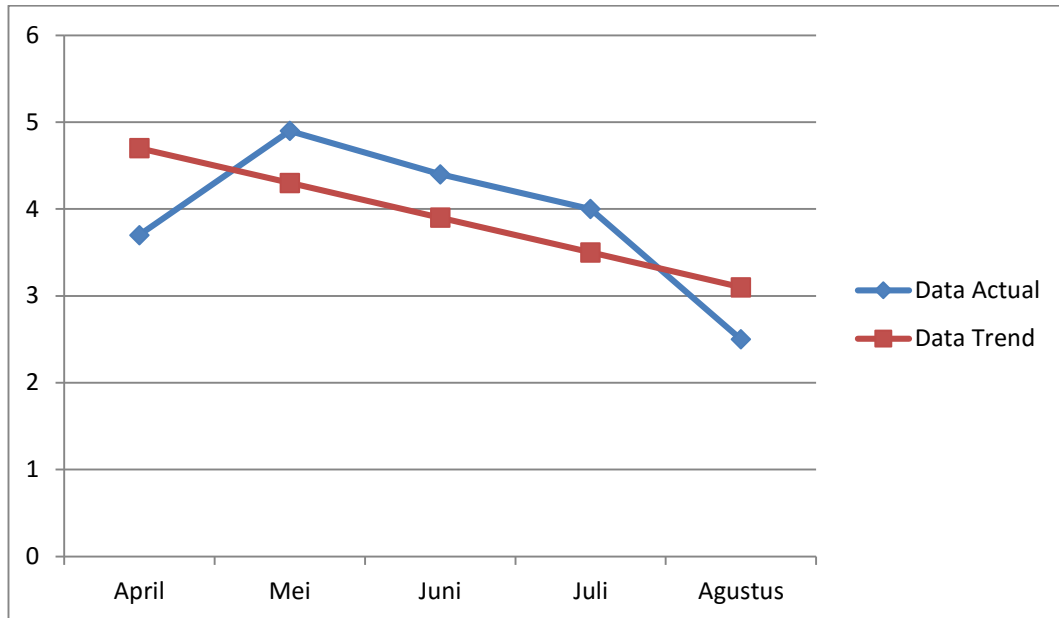
Tabel: 4.3
Data Actual dan Trend Linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee
Selama Bulan April 2021-Agustus 2021

Bulan/Tahun	Omzet Penjualan (Y)	a	b	X	Trend Linier (Y)
April 2021	45.546.000	46.427.050	-534.050	-2	47.495.150
Mei 2021	48.464.000	46.427.050	-534.050	-1	46.961.100
Juni 2021	47.624.750	46.427.050	-534.050	0	46.427.050
Juli 2021	46.785.500	46.427.050	-534.050	1	45.893.000
Agustus 2021	43.715.000	46.427.050	-534.050	2	45.358.950
Jumlah	232.135.250	-	-	-	232.135.250

Sumber: Asa Coffee, September 2021 (diolah)

Secara grafis data actual dan trend linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee Selama Bulan April 2021-Agustus 2021 akan disajikan pada Gambar: 4.1 menunjukkan bahwa selama bulan April 2021 sampai dengan bulan Mei 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee mengalami peningkatan dari Rp 45.546.000 menjadi Rp 48.464.000 atau meningkat sebesar 6,41%. Akan tetapi setelah bulan Mei 2021, yaitu bulan Juni 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021 secara terus menerus mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan sebesar 10,06%. Untuk lebih jelasnya data actual dan trend omzet penjualan usaha bubuk kopi Asa Coffee selama bulan April 2021-Agustus 2021 dapat dilihat pada gambar 4.1 dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa persentase penurunan lebih besar dari persentase kenaikannya sehingga selama bulan April 2021-Agustus 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee cenderung mengalami penurunan sebesar 3,65% atau rata-rata sebesar 0,91% perbulan. Kecenderungan ini diperlihatkan oleh garis trend yang bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah atau dari omzet penjualan Rp 47.495.150 turun ke omzet penjualan Rp 45.358.950.

Gambar: 4.1
Data Actual dan Trend Linier Omzet Penjualan Usaha Bubuk Kopi Asa Coffee
Selama Bulan April 2021-Agustus 2021



Sumber: Sumber Asa Coffee, September 2021 (diolah)

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian Prospek Pengembangan Usaha Bubuk Kopi Pada Asa Coffee Takengon Kabupaten Aceh Tengah dan pembahasan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain.

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa perkembangan omzet penjualan usaha bubuk kopi Asa Coffee di masa yang akan datang memiliki prospek yang kurang berkembang karena dapat diketahui bahwa persentase penurunan lebih besar dari persentase kenaikannya sehingga selama bulan April 2021-Agustus 2021 omzet penjualan bubuk kopi pada Asa Coffee cenderung mengalami penurunan sebesar 3,65% atau rata-rata sebesar 0,91% perbulan. Kecenderungan ini diperlihatkan oleh garis trend yang bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah atau dari omzet penjualan Rp 47.495.150 turun ke omzet penjualan Rp 45.358.950.
2. Asa Coffee merupakan salah satu kedai kopi pelopor di Aceh Tengah. Kedai kopi ini menyajikan kopi berkualitas yang diseduh oleh barista ahli dan tersaji dalam banyak varian minuman kopi baik panas maupun dingin yang biji kopinya langsung dari petani kebun kopi Aceh Tengah.

B. Saran-saran

1. Diharapkan kepada Asa Coffee agar terus meningkatkan volume penjualan dengan menciptakan bubuk kopi yang berkualitas dan mempunyai cita rasa dan



- aroma kopi yang khusus dan diharapkan kepada Asa Coffee untuk dapat mempromosikan usahanya baik di dalam daerah maupun diluar daerah
2. Dalam hal pemasaran/pengembangan bubuk kopi arabika harus tetap dapat mempertahankan cita rasa serta aroma dari bubuk kopi yang diproduksinya sangat penting sekali dalam menjaga kualitas bubuk kopi dan dapat memenuhi selera konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim Sumarno, 2012, Hakikat Pengembangan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Achm adi, Abu dan Cholid Narbuko, 2015, Metodologi Penelitian, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Arikunto, Suharsimi, 2013, Penelitian Tindakan Kelas, Bumi Aksara, Jakarta
- Elhamma, Azzouz, 2013, The Impact of Business Strategy on Budgetary Evaluation in Moroccan Firms An Empirical Study, Internasional Journal of Accounting Research Vol. 1 No. 2
- David, Fred R, 2011 Strategic Management, Buku 1, Edisi 12 Jakarta
- Kirovska, Z, 2011, Strategic Management within the Tourism and the World Globalization, Journal of Economics, 2 (1): 69-76
- Larasati, Sri, 2018, Manajemen Sumber Daya Manusia, Deepublish, Yogyakarta
- Maryati, 2010, Statistika Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi Cetakan Kedua (UPP) AMPYKPN, Yogyakarta
- Norvadewi, 2015, Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep Prinsip dan Landasan Normatif), Jurnal Al-Tijary, Vol. 01 No. 01 bulan Desember, IAIN Samarinda
- Nafarin, M, 2013, Penganggaran Perusahaan, Edisi Ketiga, Cetakan Kedua, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta
- Riana, Dwiza, 2012, Statistika Deskriptif Itu Mudah, Jelajah Nusa, Tangerang
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, Alfabeta, Bandung
- Suryana, Yaya dan H. A. Rusdiana, 2015, Pendidikan Multikultural, Pustaka Setia, Bandung
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu, 2013, Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses, Kencana, Jakarta
- Sukmadinata, Nana Syaodih, 2017, Metodo Penelitian Pendidikan, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu, 2015, Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Kencana, Jakarta
- York, K, M., Miree, C. E. 2012, Searching for trace evidence of strategic management decisions: using organizational theory to understand the competitive environment, Journal of strategic management education, 8 (2): 147-172.