

PELATIHAN ILMU PERAMALAN PRODUK BISNIS DAN INDUSTRI PRODI TEKNIK INDUSTRI KEPADA PESERTA DIDIK SMA DON BOSCO PADANG, SUMATERA BARAT

Lina Gozali¹, Megalita Permata Putri², Sherine Angellina Hoswari³,
Poppy Fransiska⁴ & Martinus Kiwan⁵

¹Fakultas Teknik Industri, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: linag@ft.untar.ac.id

ABSTRACT

It is very important for companies to be able to achieve profits and maintain large company profits as a goal that must be achieved continuously by each company. Efforts are often triggered to increase the profits that consumer guidance companies receive and the ability to consistently dominate existing business fields. The term sales usually focuses a lot on the wishes of producers, meaning that activities are focused on selling only one product or service. The term used to be applied to goods that are not liked. For this reason, the sales mission is only to offer products that they can produce rather than produce products and services that consumers really want or need. It takes more skill to produce a product that sells better to achieve certain goals. As for the skills selected when studying and implementing problem-based learning, students are trained for approximately 2 hours to understand business problems in mathematical calculations and have training in answering questions and theory. Management competency is actually also based on a mathematical analysis of a simple model or problem. From the calculation of the data that has been collected, it can be concluded that it is important to understand patterns or patterns of customer needs. This helps startups understand patterns of customer needs in achieving customer satisfaction

Keywords: Business, Request Determining, Commerce Aptitudes, Trade Science

ABSTRAK

Adalah hal yang sangat utama bagi perusahaan untuk mampu meraih laba dan mempertahankan keuntungan yang besar perusahaan sebagai tujuan yang harus dicapai secara terus menerus masing-masing perusahaan. Upaya sering dipicu untuk meningkatkan laba yang diterima perusahaan bimbingan konsumen dan kemampuan untuk secara konsisten mendominasi bidang usaha yang ada. Istilah penjualan biasanya banyak terfokus pada keinginan produsen, artinya kegiatan difokuskan pada penjualan produk atau jasa hanya satu. Istilah yang dulu ini diterapkan untuk barang yang tidak disukai. Untuk itu, misi penjualan hanya untuk menawarkan produk yang dapat mereka hasilkan dibandingkan menghasilkan produk dan layanan yang benar-benar diinginkan atau yang menjadi kebutuhan konsumen. Dibutuhkan suatu ketrampilan lebih untuk menghasilkan suatu produk yang dijual lebih baik untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun ketrampilan yang dipilih saat mempelajari dan mengimplementasikan masalah Pembelajaran berbasis peserta didik dilatih selama kurang lebih 2 jam untuk memahami masalah bisnis dalam perhitungan matematis dan memiliki pelatihan untuk menjawab pertanyaan dan teori. Kompetensi manajemen sebenarnya juga didasarkan pada analisis matematis dari suatu model atau masalah sederhana. Dari perhitungan data yang sudah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa penting untuk memahami pola atau terjadi pola kebutuhan pelanggan. Ini membantu startup memahami pola kebutuhan pelanggan dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Peramalan Penjualan, Keterampilan

1. PENDAHULUAN

Dalam siklus ekonomi jasa dan produk, penting untuk mampu bertahan dan menghasilkan laba dalam suatu kegiatan komersial. Dalam situasi persaingan bisnis yang sengit saat ini, adalah sangat perlu untuk mengikuti trend bisnis perusahaan sejenis dan perusahaan sejenis lainnya serta operasi tempur bisnis yang sudah ada dan memenangkan hati konsumen untuk setia. Dalam tulisan Husein Umar (2002) terdapat pernyataan tentang perlunya memahami bisnis ukuran dan system bisnis dan lingkup pasar yang hendak dikuasai, kapan jasa dan produk yang dihasilkan akan mampu untuk dijual.

Hal ini perlu dalam bertahan atau mendapatkan laba lebih dari perusahaan sebagai tujuan bisnis yang hendak dikejar. Upaya biasanya dipicu dalam peningkatan Kekuatan perusahaan adalah dalam menarik dan mendukung konsumen dan dapat masih menguasai pasar. Indriyo Gitosudarmo menulis pada tahun 2008 bahwa kemungkinan pekerjaan ini tidak lepas dari tanggung jawab bagian pemasaran perusahaan yaitu manajemen rencana yang baik untuk memanfaatkan peluang yang ada di pasar untuk memposisikan diri pasar yang bermanfaat selalu dapat ditingkatkan.

Dalam tulisan Nurrahmi Hayani (2012) menegaskan bahwa perencanaan jangka panjang adalah suatu situasi atau variabel terpenting bagi seorang entrepreneur dalam menentukan strategi dapat menjadi acuan untuk mendapatkan objek pendirian perusahaan. Strategi juga dapat dianggap sebagai proses berkelanjutan dalam skema besar dalam menjalankan kegiatan pengelolaan dana agar usaha tetap berjalan lancar untuk mencapai tujuan perusahaan. Kotler dan Armstrong (2012) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan atau proses sosial manajemen, di mana ada individu atau kelompok orang mencapai apa yang dibutuhkan dan diinginkan, dalam produksi barang dan jasa atau pertukaran barang dan jasa yang bernilai dengan banyak pihak.

Danang Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kegiatan *marketing* juga merupakan kemampuan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan untuk produk dan jasa dengan kesesuaian standard mereka, dan selanjutnya untuk barang dan jasa bersangkutan dapat dijual dalam proses. Karena itu, penjual harus bisa mengerti sifat pokok bahasan dalam keahliannya dan mampu memberikan konsepsi yang benar tentang pokok bahasan tersebut yang harus diterapkan perusahaan dalam perencanaan strategisnya untuk mencapai hal ini tujuan perusahaan. Perencanaan strategis sangat penting untuk memastikan keberhasilan bisnis, itulah sebabnya bidang ini Pemasaran memegang peranan besar dalam menggapai tujuan bisnis. Oleh sebab itu bisnis hendaklah menjadikan kegiatan pemasaran untuk memahami kebutuhan pelanggan, ramalan kebutuhan pelanggan di masa depan untuk mendapatkan keuntungan maksimal.

Sofjan Assauri sendiri (2007) menyatakan bahwa *marketing* adalah suatu rangkaian proses yang bertujuan untuk menemukan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pertukaran jasa dan produk. Kegiatan yang di dalamnya termasuk kegiatan memperjual belikan produk dan jasa, merupakan bagian dari keseluruhan strategi pemasaran di ritel dapat dibagi menjadi promosi, produksi, serta adanya nilai tambah baru yang diberikan pada jasa dan produk. Kalaupun di beberapa produk bisa memanfaatkan strategi bisnis hendaknya berkesinambungan dengan lebih banyak konsep yang besar mengenai pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat lebih terarah pada perhitungan untuk memahami tren jumlah penjualan adalah berfokus pada dari keuntungan dari perusahaan.

Pemasaran dan Penjualan

Pemahaman dari banyak orang mengenai pemasaran sebagai tindakan menjual atau mengiklankan. Kenyataan memperlihatkan bahwa kegiatan promosi dan penjualan merupakan suatu bagian dari setiap kegiatan rencana *marketing*. Tetapi pemasaran harus memiliki pemahaman yang lebih besar dan luas lagi tidak hanya sebagai aktivitas periklanan dan penjualan. Stanton (1995) menulis bahwa pemasaran adalah sekumpulan proses dalam sistem yang memiliki keterkaitan dengan proses bisnis, yang didalamnya terdapat perencanaan, penetapan nilai jual, hingga aktivitas promosi dan mendistribusikan layanan atau produk sebagai tanggapan keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik saat ini maupun potensial. Pemasaran sangat luas, proses bisnis yang berbeda perlu dilakukan dalam produksi produk dan layanan untuk dikirim ke pelanggan, untuk semua operasi yang dapat disederhanakan. Dalam konsep jualan, fokusnya adalah pada kebutuhan penjual, artinya fokusnya adalah pada aktivitasnya hanya menjual layanan dan produk. Pada

pemahaman yang lama ini produk hanyalah kegiatan penjualan produk yang dapat mereka hasilkan daripada menjual layanan dan produk sesuai dengan selera konsumen. Karena butuh usaha lebih untuk mendapatkan hasil penjualan untuk menghasilkan keuntungan. Konsep marketing yang baru ini dipahami adalah cara menggapai target bisnis yang lebih efisien dan efektif untuk mampu mengarahkan, memberikan, dan menyampaikan hasil nilai-nilai yang dikomunikasikan yang diperoleh konsumen dengan mencapai kepuasan konsumen itu sendiri.

Konsep pemasaran dalam perencanaan dalam jangka waktu yang lama dapat memperoleh target laba, maka sebaiknya usahawan dalam mempraktekkan konsep pemasaran untuk selalu mempertahankan relasi dengan konsumen. Teori pemasaran memiliki tiga landasan utama: (a) Merencanakan dan mengoperasikan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau kustomer; (b) Seluruh kegiatan pemasaran dilaksanakan secara *comprehensive* (integrated marketing); dan (c) Menggapai atau meraih tujuan bisnis serta berusaha untuk kepuasan maksimal bisa menjadi konsumen.

Prakiraan penjualan

Peramalan adalah aktivitas yang menghitung serta memperkirakan besar permintaan di masa mendatang, serta perhitungan dilaksanakan berpedoman pada data waktu yang lalu. Oleh karena itu, kegiatan ini merupakan suatu kegiatan dari metode ilmiah dan penelitian kualitatif sistematis. Prakiraan itu sendiri merupakan prakiraan di masa depan sehingga dalam diusahakan tidak ada kelebihan cadangan yang dibuat atau penundaan atau kekurangan stok. Oleh karena itu, hasil menentukan metode peramalan dapat dijadikan acuan untuk menentukan volume penjualan. (Makridakis, 1993).

Pendidikan Kewirausahaan.

Berdasarkan Permendikbud No. 65 Tahun 2013 tentang standar proses, model pembelajaran mengutamakan pelaksanaan program tahun 2013 adalah model pembelajaran (Query Based Learning), model dan model *discovery learning* pembelajaran berbasis masalah.

Inquiry Learning

Proses belajar mengajar yang berdasarkan pada inkuiri yang merupakan suatu bentuk pembelajaran yang menggunakan metode aritmatika matematika. Belajar dengan dasar-dasar matematika memberikan perhitungan yang solid manajemen perusahaan di masa mendatang. (Edelson et al., 1999).

Discovery Learning

Discovery learning adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk menemukan kegiatan bermakna dalam learning process. Beberapa proses pengerjaan model pembelajaran eksplorasi: a. Pemberian stimulasi (rangsangan), b. menghadirkan suatu ulasan problematika, c. pengumpulan data, koleksi), mis pengolahan data (data processing), misalnya melakukan proses pengendalian (control), menarik kesimpulan/generalisasi (generalisasi). (Lefrancois, 1986)

Pembelajaran Berbasis Masalah

Problem base learning adalah pembelajaran yang tujuannya adalah mendapatkan motivasi sehingga peserta didik dapat belajar tentang berbagai masalah sehari-hari dalam kehidupan nyata dan mengetahui caranya memecahkan masalah ini adalah hasil dari pembelajaran para peserta siswa (Wood, 2003). Model pembelajaran berbasis masalah memiliki lima ciri yang membedakannya dengan model pembelajaran lainnya yaitu (Gozali et. al., 2020; Gozali et.al., 2021; Gozali, et al., 2022a; Gozali et. al., 2022b):

- (a) Belajar adalah yang terfokus pada siswa. Pembelajaran lebih terfokus pada siswa. Teori konstruktivisme dalam model pelajaran yang berdasarkan permasalahan yang mendidik siswa dapat meluaskan pengetahuan mereka sendiri dalam berbagai kegiatan peserta didik yang dapat mereka lakukan;
- (b) Masalah asli dari fokus organisasi pembelajaran, problematikan yang bisa dihadirkan siswa memiliki problematika yang nyata, sehingga peserta didik dapat dengan gampang untuk memahami problematika tersebut dan mengaplikasikannya pada dunia profesional.
- (c) Baru pengetahuan diperoleh melalui belajar mandiri. Pemecahan masalah sedang berlangsung bisa jadi siswa tidak memahami dan mengetahui berbagai informasi yang dibutuhkan sehingga peserta didik berusaha mendapatkan sendiri dari sumbernya yaitu melalui bahan bacaan buku atau berbagai informasi lainnya;
- (d) Pembelajaran berlangsung dalam kelompok kecil, sehingga terjadi pertukaran keilmuan PBM diluncurkan untuk mengembangkan ilmu secara kolaborasi berpasangan dan berpasangan. Kelompok yang dihasilkan membutuhkan pembagian kerja yang baik dan pelaksanaan tujuan yang tepat; dan Guru bertindak sebagai moderator. Dalam implementasi PBM, hanya guru bertindak sebagai moderator. Namun, guru harus selalu memantau perkembangannya kegiatan siswa dan memotivasi mereka untuk mencapai tujuan yang dapat dicapai pembelajaran berbasis proyek pembelajaran berbasis proyek merupakan proses pembelajaran yang lebih berpusat pada siswa dalam masalah yang kompleks dan membutuhkan kerja penelitian dan pemahaman yang mendalam

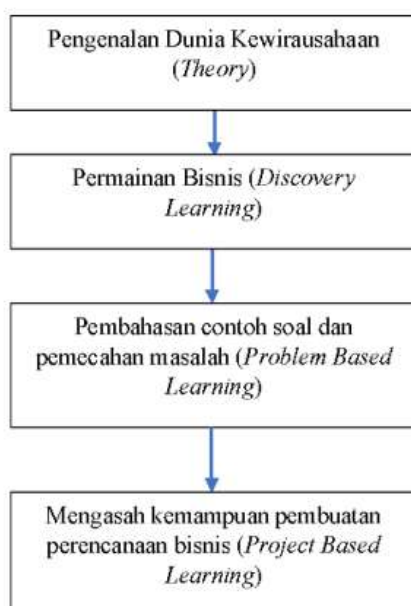
tentang hasil kajian. Pembelajaran ini juga dibahas bimbing siswa dalam aktivitas yang kolektif atau inovatif untuk menggunakan berbagai materi kurikulum dan memberi siswa pengalaman untuk membiasakan diri dengan materi mempelajari berbagai teori atau materi yang dapat digunakan dalam rangkaian aplikasi dalam dunia bisnis dan industry sehingga dapat menambah arti pembelajaran itu sendiri (Krajcik dan Blumenfeld, 2006).

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelatihan ilmu peramalan ini terdiri atas empat bagian. Dengan urutan bagian yaitu pengenalan dunia kewirausahaan, peramalan bisnis, pembahasan contoh soal dan pemecahan masalah dan mengasah kemampuan pembuatan perencanaan bisnis. Dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.

Gambar 1.

Pelatihan Kewirausahaan (Gozali, 2020)



Pengembangan Kurikulum Kewirausahaan

SMA Don Bosco Padang ialah salah satu Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berada di daerah Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat, Indoensia. Berdiri pada tanggal 31 Agustus 1954 dengan sejarah awal hanya membuka dua kelas dengan total 72 siswa/i. Keadaan ekonomi yang sulit menyebabkan orang tua tidak mampu menyekolahkan anak ke luar daerah kemudian menjadi salah satu sebab dan latar belakang berdirinya SMA Don Bosco di Kota Padang.

Pada setiap sekolah pasti memiliki misi masing – masing. Berikut ini merupakan misi dari SMA Don Bosco yaitu mendidik siswa/i menjadi pribadi yang cerdas secara holistik, intelektual, spiritual, dan emosional dan bertujuan untuk menghantarkan siswa/siswi ke tingkat yang lebih baik sesuai dengan bakat dan kemampuan.

Tujuan utama dari pelatihan dan pemberian materi tentang peramalan yaitu untuk mengetahui bagaimana cara mengolah suatu perencanaan dengan menggunakan data historis sehingga bisa memperkirakan kebutuhan di masa depan dan mampu membuat anggaran secara terstruktur. Pada penyampaian materi peramalan ini sangat diharapkan untuk siswa/i agar dapat membuat perencanaan dengan baik dan dapat menyelesaikan masalah, memberikan wawasan yang luas dan ilmu yang baru agar berguna kelak dikemudian hari, memperbaiki masalah serta mengambil kesimpulan yang baik dari berpikir kritis dan dapat pengembangan kemampuan diri.

Universitas Tarumanagara (UNTAR) menjalin kerjasama dengan SMA Don Bosco Padang untuk mewujudkan tujuan tersebut sebagai bentuk pembinaan serta dapat membuka wawasan yang berkaitan dengan ilmu pada Teknik Industri yaitu peramalan. Kegiatan yang dilaksanakan secara *offline* di SMA Don Bosco Kota Padang ini berkeinginan untuk menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan Universitas Tarumanagara khususnya Program Studi Teknik Indsutri kepada siswa/siswi dari SMA Don Bosco Padang.

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di SMA Don Bosco

Pada kegiatan tersebut melibatkan dosen dan mahasiswi Teknik Industri Universitas Tarumanagara yaitu Lina Gozali S.T.,M.M., Ph.D, Megalita Permata Putri, dan Sherine Angellina Hoswari. Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat bertema ilmu peramalan produk bisnis dan industri kepada peserta didik SMA Don Bosco Padang. Pelaksanaan kegiatan ini pada tanggal 24 Maret 2023 secara *offline* di SMA Don Bosco Padang dan dihadiri sebanyak 31 siswa/i pada pukul 08.30 hingga 10.30 WIB.

Rangkaian kegiatan tersebut dimulai dari perkenalan, mempresentasikan video bisnis, pengajaran teori, dan terakhir dengan menghadirkan beberapa pertanyaan soal pelatihan ilmu peramalan produk bisnis dan industri. Terdapat tiga peserta didik yang mampu menghitung dengan tepat dalam rangkaian pertanyaan soal tersebut yaitu Irene, Janice dan Fredericko. Hasil dari pelaksanaan ini memberikan banyak respon positif baik dai siswa/I SMA Don Bosco Padang maupun dari para guru yang ikut hadir dalam acara tersebut.

Gambar 2.

Rangkaian Pelaksanaan Kegiatan SMA Don Bosco Padang



Gambar 3.

Foto Bersama Siswa/i dan Guru SMA Don Bosco Padang



3. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan peramalan bisnis dan industri ini diharapkan dapat memahami dalam peramalan dunia bisnis, menumbuhkan kesadaran serta menunjukkan kemampuan pengetahuan dalam peramalan bisnis atau usaha. Penyampaian materi ini diharapkan tidak hanya sekedar teori saja namun dengan pelatihan langsung ke lapangan dan agar mendapatkan ilmu praktek. Terdapat empat bagian kegiatan yang dilaksanakan yaitu pembelajaran dunia usaha, permainan bisnis dan modal, pembahsan contoh soal serta studi kasus.

Berbagai macam keahlian diri yang dapat mengembangkan potensi agar dapat membina jaring sosial dan pelaku usaha seperti mengenal lebih dalam dunia usaha, mampu menyelesaikan permasalahan, dapat mengambil keputusan dengan berpikir kritis, jiwa kepemimpinan, disiplin dan mampu membuat rencana bisnis. Adapula dengan kemampuan manajemen dari analisa matematis model permasalahan seperti dari pengumpulan data kemudian diolah dan diambil kesimpulan untuk mengetahui permintaan konsumen sehingga dapat membantu pelaku usaha akan pola permintaan konsumen dan kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Edelson, D. C., Gordin, D. N., & Pea, R. D. (1999). Addressing the challenges of inquiry-based learning through technology and curriculum design. *Journal of the learning sciences*, 8(3-4), 391-450.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Marketing management*. Yogyakarta: BPFE.
- Gozali, L., Daywin, F. J., Doaly, C. O., & Laricha, L. (2020). "Pelatihan Kewirausahaan Kepada Siswa SMK Triguna (bidang keahlian "bisnis manajemen" di Jakarta Selatan).
- Gozali, L., Yulianti, F., Pratama, M. N., Putri, N. V., Fransiska, P., & Kiwan, M. (2021). Upaya Pengembangan Kurikulum Kewirausahaan dari Universitas Tarumanagara kepada Peserta Didik Sma Don Bosco Padang, Sumatera Barat. *Prosiding SENAPENMAS*, 743-752.
- Gozali, L., Olivia, E., Juyanto, J., Tiffany, L., Hardinanerl, V. M., Hede, M. B., & Mawartini, F. (2022a). The Entrepreneurship Curriculum Development and Implementation from Tarumanegara University to Students of SMK Triguna, South Jakarta, Indonesia. *Journal of Innovation and Community Engagement*, 3(3), 152-162.
- Gozali, L., Rafael, G., Juyanto, J., Ng, Y., Sumayanto, Y., & Pujayanti, T. (2022b). Pelatihan Peramalan Bisnis dan Perannya dalam Mata Kuliah Perancangan Produk dan Industri Prodi Teknik Industri Untar kepada Siswa Sma Tarakanita, Gading Serpong. *Prosiding SENAPENMAS*, 2(1), 176-184.
- Hayani, N. (2012). *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*.
- Indriyo, G. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan pertama. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Krajcik, J. S., & Blumenfeld, P. C. (2006). Project-based learning (pp. 317-34). na.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Concepto de marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Lefrancois, G.R. 1986. *Psikologi untuk Mengajar*, Alih Bahasa oleh NA Ametembun. IKIP: Bandung.
- Makridakis. (1993). *Metode dan Aplikasi Peramalan*. Jakarta: Bina Aksara.
- McCarthy dan Perreault, *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*, Jakarta: Binarupa Aksara, Edisi 6, Jilid 1, 1995, h. 4.
- Sofjan, A. (2007). *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi*.
- Stanton, A. (1995). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Umar, H. (2002). *Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wood, D. F. (2003). Problem-based learning. *Bmj*, 326(7384), 328-330