

**ANALISIS POLA PENJUALAN MENU SARAPAN MENGGUNAKAN POWER BI
STUDI KASUS WARUNG BUK GURU**

NURNITA

Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

Email : nithaa010@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis pola penjualan Warung Buk Guru, sebuah UMKM di Desa Teluk Kelasa, menggunakan visualisasi data Power BI untuk memahami preferensi pelanggan, tren penjualan, dan kinerja produk. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data penjualan harian selama enam bulan, hasil menunjukkan Nasi Goreng dan Teh Es sebagai menu terlaris, mencerminkan preferensi pelanggan terhadap hidangan nasi dan minuman dingin. Penjualan bervariasi harian tanpa pola mingguan yang jelas, dengan kecenderungan lebih tinggi di awal hingga pertengahan bulan. Semua menu terjual setiap hari, menandakan basis pelanggan yang beragam. Penelitian ini mengungkap peluang pengembangan bisnis seperti penciptaan varian baru menu favorit, penerapan strategi bundling, dan optimalisasi manajemen inventori. Temuan ini dapat membantu Warung Buk Guru mengoptimalkan menu, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah, serta memberikan wawasan bagi UMKM lain di industri makanan dan minuman tentang penggunaan analisis data untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Kata Kunci: UMKM, Pola penjualan, Visualisasi data, Power BI

ABSTRACT

This study analyzes the sales patterns of Warung Buk Guru, an MSME in Teluk Kelasa Village, using Power BI data visualization to understand customer preferences, sales trends, and product performance. Using a quantitative approach with analysis of daily sales data over six months, results show Nasi Goreng and Iced Tea as the best-selling menus, reflecting customer preferences towards rice dishes and cold drinks. Sales varied daily without a clear weekly pattern, with a tendency to be higher in the beginning to middle of the month. All menus are sold daily, indicating a diverse customer base. This research uncovered business development opportunities such as the creation of new variants of menu favorites, implementation of bundling strategies, and optimization of inventory management. The findings can help Warung Buk Guru optimize menus, improve operational efficiency, and develop more targeted marketing strategies, as well as provide insights for other MSMEs in the food and beverage industry on the use of data analytics to improve business performance.

Keywords: MSME, Sales pattern, Data visualization, Power BI

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di pedesaan. Warung makan merupakan salah satu bentuk UMKM yang umum menyediakan berbagai makanan dan minuman kepada masyarakat setempat. Dalam konteks ini, Warung Buk Guru di Desa Teluk Kelasa menjadi fenomena menarik karena berhasil menawarkan menu sarapan yang beragam sehingga menarik minat pelanggan. Kemajuan teknologi informasi dan analisis data telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja melalui pengambilan keputusan berbasis data. Salah satu alat yang tersedia adalah Power BI, sebuah platform intelijen bisnis yang memungkinkan visualisasi data interaktif dan informatif (Putra & Santoso, 2020)[1].

Studi ini menggunakan Power BI untuk fokus pada penjualan setiap jenis makanan dan minuman dan membandingkan jumlah produk berbeda yang terjual berdasarkan tanggal. Analisis penjualan merupakan elemen penting bagi manajemen dalam industri penjualan. Pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan, tren penjualan, dan kinerja produk memberikan wawasan berharga untuk pengambilan keputusan strategis (Sukardi et al., 2016)[2].

Dalam konteks Warung Buk Guru, analisis ini menjadi semakin penting mengingat peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan penjualan yang tercatat dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data penjualan harian Warung Buk Guru selama periode tertentu. Data ini divisualisasikan dan dianalisis menggunakan Power BI, mengungkapkan pola dan tren yang tidak terlihat dalam data mentah. Analisis ini mencakup beberapa aspek penting, antara lain:

1. Jumlah penjualan setiap jenis makanan dan minuman
Membantu menganalisis kinerja produk, pengambilan keputusan bisnis, pengelolaan stok, pengoptimalan pemasaran, identifikasi tren penjualan, dan peningkatan layanan pelanggan.
2. Membandingkan jumlah terjual dari berbagai produk pada setiap tanggal dalam visualisasi data di Power BI membantu mengidentifikasi pola penjualan, menganalisis tren, mengevaluasi kinerja produk, melihat dampak promosi, mengelola persediaan, mendukung pengambilan Keputusan.

Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemilik Warung Buk Guru dalam beberapa aspek. Pertama, pemahaman yang lebih baik tentang preferensi pelanggan dapat membantu dalam pengoptimalan menu dan penyesuaian strategi pemasaran (Pramudiana et al., 2017)[3]. Kedua, identifikasi pola penjualan dapat mendukung manajemen inventori yang lebih efisien, mengurangi pemborosan dan meningkatkan ketersediaan produk (Meilani & Saputra, 2013)[4]. Ketiga, analisis tren penjualan dapat membantu dalam perencanaan staf dan alokasi sumber daya yang lebih efektif (Windarti & Marianti, 2017)[5].

Dengan menunjukkan nilai analisis data terkait warung makan, penelitian ini diharapkan dapat memfasilitasi penerapan praktik serupa oleh UMKM lain di Indonesia. Struktur karya ini dimulai dengan tinjauan literatur yang relevan, diikuti dengan uraian metodologi penelitian. Kami berharap melalui analisis mendetail ini, Warung Buk Guru dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang tren penjualan, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat untuk meningkatkan layanan pelanggan dan profitabilitas bisnis (Utami & Bernardus, 2020)[6].

Secara lebih luas, studi kasus ini dapat memberikan wawasan berharga bagi UMKM lain di industri makanan dan minuman tentang cara menggunakan analisis data untuk meningkatkan kinerja bisnis.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Desain Penelitian:

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Kami fokus pada menganalisis data penjualan Warung Buk Guru. Metode ini dipilih karena memungkinkan kami untuk mempelajari secara mendalam bagaimana penjualan berjalan di warung makan lokal ini. Dengan cara ini, kami bisa mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang situasi khusus di Warung Buk Guru.

2. Objek Penelitian:

Yang kami teliti adalah Warung Buk Guru, sebuah warung makan yang ada di desa Teluk Kelasa. Kami terutama memperhatikan menu sarapan pagi yang dijual di warung ini. Jadi, fokus utama penelitian adalah melihat bagaimana menu sarapan pagi ini terjual.

3. Pengumpulan Data:

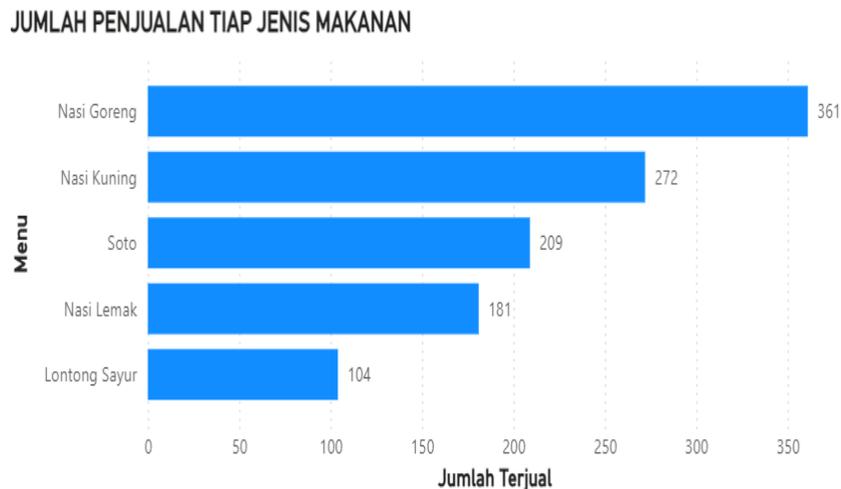
Data yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah catatan penjualan Warung Buk Guru sehari-hari. Kami mengambil data selama 6 bulan terakhir. Data ini termasuk informasi seperti apa saja yang terjual, berapa banyak yang terjual, kapan terjualnya, dan harga masing-masing menu. Ini adalah data yang sudah ada di warung, jadi kami tidak perlu mengumpulkan data baru. Kami mendapatkan izin dari pemilik warung untuk menggunakan data ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Analisis Jumlah penjualan tiap jenis makanan**

- a. Penjualan Tertinggi: Nasi Goreng merupakan menu dengan penjualan tertinggi, mencapai 361 porsi. Ini menunjukkan bahwa Nasi Goreng adalah menu paling populer di antara pelanggan warung.

Urutan Popularitas Menu:

- Nasi Goreng (361 porsi)
 - Nasi Kuning (272 porsi)
 - Soto (209 porsi)
 - Nasi Lemak (181 porsi)
 - Lontong Sayur (104 porsi)
- b. Preferensi Pelanggan: Terlihat bahwa pelanggan lebih menyukai menu nasi (Nasi Goreng, Nasi Kuning, Nasi Lemak) dibandingkan dengan menu berkuah seperti Soto atau Lontong Sayur.
 - c. Variasi Penjualan: Terdapat perbedaan signifikan antara menu terlaris (Nasi Goreng) dan menu dengan penjualan terendah (Lontong Sayur). Perbedaan ini mencapai lebih dari 3 kali lipat.
 - d. Potensi Pengembangan: Menu seperti Lontong Sayur yang penjualannya relatif rendah mungkin perlu dievaluasi. Bisa jadi perlu perbaikan resep, peningkatan promosi, atau bahkan pertimbangan untuk diganti dengan menu lain yang lebih diminati.
 - e. Strategi Stok: Warung perlu memastikan ketersediaan bahan baku yang cukup untuk Nasi Goreng dan Nasi Kuning, mengingat tingginya permintaan untuk kedua menu ini.



Gambar Jumlah penjualan tiap jenis makanan

2. Analisis Jumlah penjualan tiap jenis minuman

a. Penjualan Tertinggi:

Teh Es merupakan minuman dengan penjualan tertinggi, mencapai 309 porsi. Ini menunjukkan bahwa Teh Es adalah minuman paling populer di antara pelanggan warung.

Urutan Popularitas Minuman:

- Teh Es (309 porsi)
- Teh Panas (184 porsi)
- Kopi (155 porsi)
- Teh Poci (144 porsi)
- Teh Hijau (132 porsi)

b. Preferensi Pelanggan:

Terlihat bahwa pelanggan lebih menyukai minuman dingin (Teh Es) dibandingkan dengan minuman panas, meskipun Teh Panas menempati posisi kedua.

c. Variasi Penjualan:

Ada perbedaan signifikan antara minuman terlaris (Teh Es) dan minuman dengan penjualan terendah (Teh Hijau). Penjualan Teh Es lebih dari dua kali lipat penjualan Teh Hijau.

d. Dominasi Teh:

Empat dari lima minuman teratas adalah varian teh, menunjukkan bahwa teh sangat disukai oleh pelanggan warung ini.

e. Kinerja Kopi:

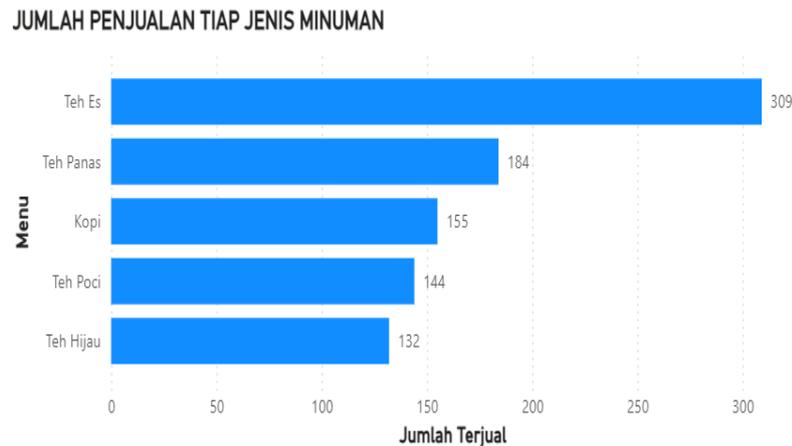
Kopi berada di posisi tengah, menunjukkan bahwa meskipun cukup populer, masih kalah bersaing dengan varian teh.

f. Potensi Pengembangan:

Ada peluang untuk mengembangkan varian Teh Es atau minuman dingin lainnya, mengingat popularitasnya yang tinggi.

g. Strategi Stok:

Warung perlu memastikan ketersediaan bahan baku yang cukup untuk Teh Es dan Teh Panas, mengingat tingginya permintaan untuk kedua minuman ini.

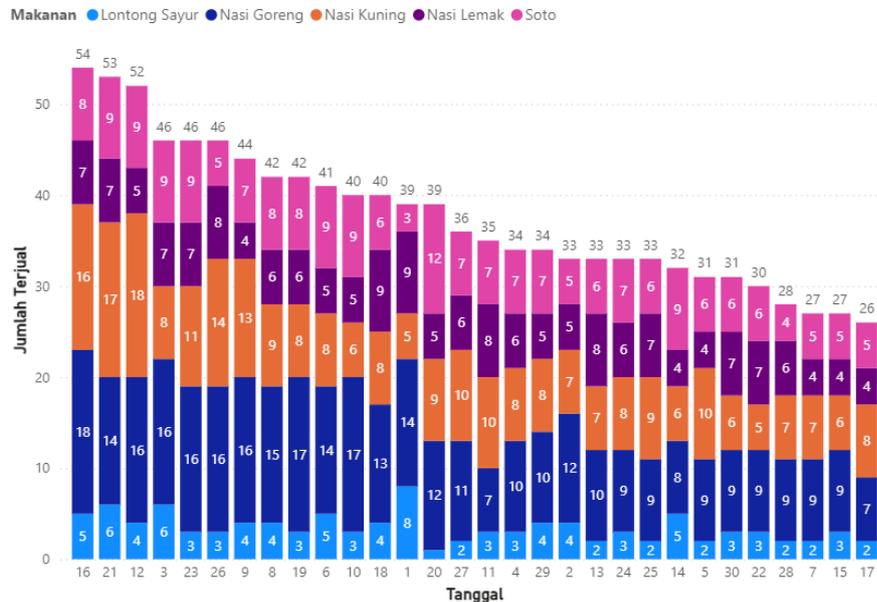


Gambar jumlah penjualan tiap jenis minuman

- 3. Analisis perbandingan jumlah terjual dari berbagai makanan pada setiap tanggal**
- a. Variasi Penjualan Harian:
Terlihat adanya fluktuasi signifikan dalam total penjualan harian, dengan puncak penjualan mencapai 54 porsi (tanggal 16) dan titik terendah 26 porsi (tanggal 17).
 - b. Menu Terlaris:
Nasi Goreng secara konsisten menjadi menu dengan penjualan tertinggi di sebagian besar hari, diikuti oleh Nasi Kuning.
 - c. Konsistensi Menu:
Meskipun ada fluktuasi, semua menu (Lontong Sayur, Nasi Goreng, Nasi Kuning, Nasi Lemak, dan Soto) terjual setiap hari, menunjukkan bahwa semua menu memiliki basis pelanggan tetap.
 - d. Pola Mingguan:
Tidak terlihat pola mingguan yang jelas, namun ada kecenderungan penjualan lebih tinggi di awal bulan (tanggal 1-16) dibandingkan akhir bulan.
 - e. Performa Lontong Sayur:
Lontong Sayur cenderung memiliki penjualan terendah di antara semua menu, namun tetap konsisten terjual setiap hari.
 - f. Hari Puncak:
Tanggal 16 merupakan hari dengan penjualan tertinggi, dengan Soto dan Nasi Goreng menjadi kontributor utama.
 - g. Hari Terendah:
Tanggal 17 memiliki penjualan terendah, dengan semua menu mengalami penurunan penjualan.
 - h. Keseimbangan Menu:
Pada hari-hari tertentu (misalnya tanggal 3 dan 23), terlihat distribusi penjualan yang lebih merata antar menu.

- i. Tren Jangka Pendek: Terlihat beberapa tren jangka pendek, seperti peningkatan penjualan Soto dari tanggal 16 ke 21, diikuti penurunan pada hari-hari berikutnya.

PERBANDINGAN JUMLAH TERJUAL DARI BERBAGAI MAKANAN PADA SETIAP TANGGAL



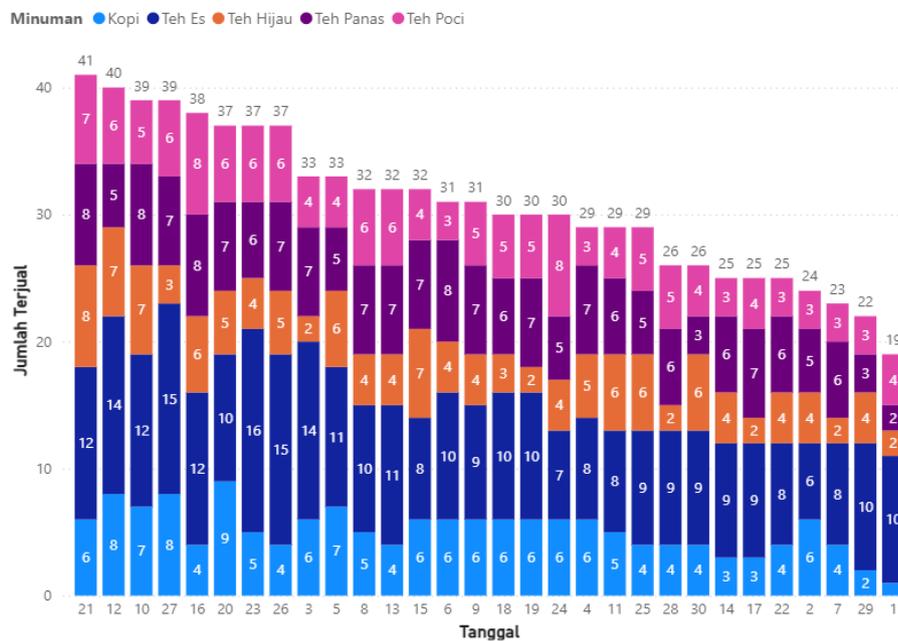
Gambar perbandingan jumlah terjual dari berbagai makanan pada setiap tanggal

4. Analisis perbandingan jumlah terjual dari berbagai minuman pada setiap tanggal

- a. Variasi Penjualan Harian: Terdapat fluktuasi signifikan dalam total penjualan minuman harian, dengan puncak penjualan mencapai 41 porsi (tanggal 21) dan titik terendah 19 porsi (tanggal 1).
- b. Minuman Terlaris: Teh Es secara konsisten menjadi minuman dengan penjualan tertinggi di sebagian besar hari, diikuti oleh Teh Panas.
- c. Konsistensi Menu: Semua jenis minuman (Kopi, Teh Es, Teh Hijau, Teh Panas, dan Teh Poci) terjual setiap hari, menunjukkan bahwa setiap minuman memiliki peminatnya masing-masing.
- d. Pola Mingguan: Tidak terlihat pola mingguan yang jelas, namun ada kecenderungan penjualan lebih tinggi di awal dan pertengahan bulan dibandingkan akhir bulan.
- e. Performa Kopi: Kopi memiliki penjualan yang cukup stabil, meskipun umumnya lebih rendah dibandingkan Teh Es dan Teh Panas.
- f. Hari Puncak: Tanggal 21 merupakan hari dengan penjualan minuman tertinggi, dengan Teh Es dan Teh Poci sebagai kontributor utama.
- g. Hari Terendah: Tanggal 1 memiliki penjualan terendah, dengan semua jenis minuman mengalami penurunan penjualan.
- h. Keseimbangan Menu: Pada beberapa hari (misalnya tanggal 27 dan 16), terlihat distribusi penjualan yang lebih merata antar jenis minuman.
- i. Tren Jangka Pendek: Terlihat beberapa tren jangka pendek, seperti peningkatan penjualan Teh Es dari tanggal 16 ke 21, diikuti penurunan pada hari-hari berikutnya.
- j. Dominasi Teh:

Secara keseluruhan, variasi teh (Teh Es, Teh Panas, Teh Hijau, Teh Poci) mendominasi penjualan minuman dibandingkan dengan Kopi.

PERBANDINGAN JUMLAH TERJUAL DARI BERBAGAI MINUMAN PADA SETIAP TANGGAL



Gambar perbandingan jumlah terjual dari berbagai minuman pada setiap tanggal

KESIMPULAN

Warung Buk Guru menunjukkan kinerja penjualan yang kuat dengan dinamika menarik. Nasi Goreng dan Teh Es menjadi menu favorit, mencerminkan preferensi pelanggan terhadap hidangan berbasis nasi dan minuman teh. Pola penjualan bervariasi harian tanpa tren mingguan yang jelas, namun cenderung lebih tinggi di awal hingga pertengahan bulan. Semua menu terjual setiap hari, menandakan basis pelanggan yang beragam meski dengan tingkat popularitas berbeda.

Analisis ini mengungkap beberapa peluang pengembangan bisnis. Warung dapat mempertimbangkan penciptaan varian baru dari menu favorit, menerapkan strategi bundling menu, dan mengoptimalkan manajemen inventori untuk mengatasi fluktuasi penjualan. Penelitian lanjutan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan juga dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif.

Dengan memanfaatkan temuan ini, Warung Buk Guru memiliki potensi besar untuk mengoptimalkan menu, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah. Langkah-langkah ini dapat meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi warung sebagai pilihan favorit di desa Teluk Kelasa. Kesuksesan Warung Buk Guru saat ini memberikan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan lebih lanjut, dengan fokus pada inovasi menu, efisiensi operasional, dan pemahaman mendalam terhadap preferensi pelanggan.

REFERENSI

- [1.] Putra, I. N. T. A., & Santoso, H. B. (2020). Pengembangan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang Pada Toko Bali Bagus Berbasis Desktop. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 6(2), 70-81.
- [2.] Sukardi, S., Munir, A., & Cholik, M. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Kelayakan Pemberian Kredit Pada UMKM Menggunakan Metode Naive Bayes. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 1(01), 43-48.
- [3.] Pramudiana, Y., Yudiarso, A., & Sari, P. K. (2017). Implementasi Personal Selling Pada Pemasaran Produk Umkm Makanan Dan Minuman Di Bandung. *AdBispreneur*, 2(3), 267-276.
- [4.] Meilani, Y. F. C. P., & Saputra, R. S. (2013). Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Untuk Menentukan Optimasi Persediaan Bahan Baku. *Jurnal Ekonomi*, 15(2), 185-197.
- [5.] Windarti, T., & Marianti, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru). *Jom FISIP*, 4(2), 1-10.
- [6.] Utami, C. W., & Bernardus, D. (2020). Pengukuran Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Kualitas Layanan Berdasarkan Konsep Dineserv di Restoran Cepat Saji. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 21-32.