

## Business Projection dan Forecasting Sebagai Instrumen Strategis

Linda<sup>1</sup>, Abdilah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pertiwi, Indonesia

E-mail: 25110026@pertiwi.ac.id<sup>1</sup>, abdillah@pertiwi.ac.id<sup>2</sup>

### Article History:

Received: 04 Januari 2026

Revised: 14 Januari 2026

Accepted: 16 Januari 2026

**Keywords:** *Business Projection, Business Forecasting, Business Planning, Financial Analysis, Business Sustainability*

**Abstract:** *Business projection dan forecasting merupakan instrumen penting dalam perencanaan bisnis modern yang menekankan pengambilan keputusan berbasis data dan analisis yang sistematis. Dalam kondisi lingkungan usaha yang dinamis dan penuh ketidakpastian, pelaku usaha dituntut untuk mampu memperkirakan kinerja bisnis di masa depan secara realistis dan terukur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran business projection dan forecasting sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kualitas perencanaan usaha, menilai kelayakan bisnis, serta mendukung keberlanjutan usaha jangka panjang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur terhadap buku teks kewirausahaan, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta sumber akademik lain yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan business projection dan forecasting yang disusun berdasarkan asumsi yang rasional dan data yang valid mampu meningkatkan akurasi perencanaan keuangan, memperjelas arah strategi bisnis, serta meminimalkan risiko ketidakpastian pasar. Selain itu, proyeksi dan peramalan bisnis yang sistematis juga meningkatkan kredibilitas rencana usaha di mata investor dan pemangku kepentingan. Dengan demikian, integrasi business projection dan forecasting tidak hanya berfungsi sebagai alat prediksi, tetapi juga menjadi landasan strategis dalam perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja usaha secara berkelanjutan.*

### PENDAHULUAN

Perencanaan bisnis berbasis data menjadi kebutuhan utama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan dinamika lingkungan usaha yang semakin kompleks. Perubahan perilaku konsumen, fluktuasi pasar, serta persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengandalkan intuisi, tetapi juga pendekatan analitis yang sistematis. Dalam konteks ini, *business projection* dan *forecasting* berperan penting dalam membantu pelaku usaha memperkirakan kondisi bisnis di masa depan secara terukur dan rasional. Tanpa adanya proyeksi dan peramalan yang akurat, perencanaan bisnis cenderung bersifat spekulatif dan berisiko tinggi

terhadap kegagalan usaha.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh wirausahawan, khususnya usaha kecil dan menengah, adalah lemahnya kemampuan dalam menyusun proyeksi keuangan dan melakukan peramalan pasar secara sistematis. Banyak perencanaan bisnis masih disusun secara deskriptif tanpa dukungan data historis dan asumsi yang jelas, sehingga sulit digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis (Wiśniewski, 2021). Kondisi ini berdampak pada rendahnya akurasi perencanaan, kesalahan alokasi sumber daya, serta minimnya kepercayaan investor terhadap kelayakan usaha.

Beberapa penelitian sebelumnya menegaskan pentingnya *business projection* dan *forecasting* dalam perencanaan bisnis. (Zimmerer dan Scarborough, 2018) menyatakan bahwa proyeksi keuangan dan peramalan pasar merupakan komponen kunci dalam menilai kelayakan dan keberlanjutan usaha. (Gompers, 2020) juga menekankan bahwa perencanaan bisnis yang didukung oleh proyeksi dan *forecasting* berbasis data mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta daya saing usaha. Selain itu, penelitian (Sutriana & Sudirman, 2024) menunjukkan bahwa sinkronisasi antara perencanaan keuangan, operasional, dan pemasaran melalui proyeksi dan peramalan bisnis berpengaruh signifikan terhadap efisiensi dan keberhasilan usaha.

Meskipun demikian, kajian yang secara khusus membahas *business projection* dan *forecasting* sebagai instrumen strategis dalam perencanaan dan keberlanjutan usaha masih relatif terbatas, terutama dalam konteks kewirausahaan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *business projection* dan *forecasting* dalam memperkuat perencanaan bisnis yang realistis, terukur, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

## LANDASAN TEORI

### 1. Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan proses sistematis dalam merumuskan tujuan usaha serta strategi untuk mencapainya dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif. Menurut (Suryana, 2019), perencanaan bisnis berfungsi sebagai pedoman strategis yang membantu wirausahawan dalam mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan menentukan arah pengembangan usaha. Perencanaan bisnis yang baik tidak hanya menjelaskan ide dan konsep produk, tetapi juga menyajikan analisis yang logis dan terukur sebagai dasar pengambilan keputusan.

(Zimmerer dan Scarborough, 2018) menegaskan bahwa perencanaan bisnis yang komprehensif harus mencakup analisis pasar, operasional, manajemen, serta keuangan agar dapat digunakan sebagai alat evaluasi kelayakan usaha. Tanpa perencanaan yang matang, bisnis berpotensi mengalami ketidaksesuaian antara strategi dan implementasi di lapangan.

### 2. Business Projection

*Business projection* merupakan estimasi kinerja bisnis di masa depan yang disusun berdasarkan data historis dan asumsi rasional. Proyeksi bisnis umumnya mencakup proyeksi pendapatan, biaya, laba rugi, arus kas, dan titik impas usaha. Menurut (Gompers, 2020), *business projection* berperan penting dalam membantu wirausahawan dan investor menilai potensi pertumbuhan serta risiko usaha secara objektif.

Selain itu, proyeksi bisnis yang disusun secara sistematis memungkinkan pelaku usaha untuk merencanakan kebutuhan modal, mengalokasikan sumber daya, serta mengantisipasi berbagai skenario bisnis yang mungkin terjadi. Dengan demikian, *business projection* menjadi alat penting dalam mendukung pengambilan keputusan strategis jangka menengah dan panjang.

### 3. Business Forecasting

*Business forecasting* adalah proses peramalan kondisi bisnis di masa depan, khususnya terkait permintaan pasar, penjualan, dan tren industri. *Forecasting* dilakukan dengan menggunakan data historis, analisis tren, serta pertimbangan kondisi eksternal yang memengaruhi bisnis. Menurut (Heizer, J., Render, B., & Munson, 2020), peramalan yang akurat membantu organisasi dalam menentukan kapasitas produksi, strategi pemasaran, dan pengelolaan persediaan secara optimal.

*Forecasting* dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, tergantung pada ketersediaan data dan karakteristik bisnis. Peramalan yang baik akan mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efisiensi dalam perencanaan operasional dan keuangan.

### 4. Keberlanjutan Usaha (*Business Sustainability*)

Keberlanjutan usaha mengacu pada kemampuan bisnis untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Elkington, 1997) melalui konsep triple bottom line menekankan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan.

Dalam konteks perencanaan bisnis, *business projection* dan *forecasting* berkontribusi besar terhadap keberlanjutan usaha karena membantu pelaku bisnis dalam mengantisipasi perubahan pasar, mengelola risiko, serta menjaga stabilitas keuangan. Dengan perencanaan yang berbasis data dan proyeksi yang realistis, bisnis memiliki peluang lebih besar untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

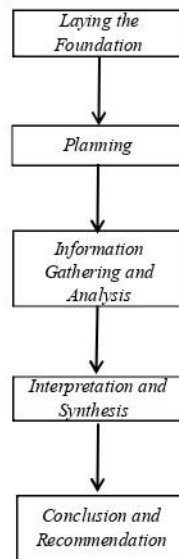
Penelitian ini berjudul “*Business Projection dan Forecasting sebagai Instrumen Strategis dalam Perencanaan dan Keberlanjutan Usaha*” dan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami konsep, peran, serta implikasi *business projection* dan *forecasting* dalam perencanaan bisnis berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka, seperti buku teks kewirausahaan, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta publikasi akademik yang relevan dengan topik *business projection*, *forecasting*, dan keberlanjutan usaha. Sumber-sumber tersebut dipilih secara selektif dengan mempertimbangkan relevansi, kredibilitas, dan keterkinian informasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur (*literature searching*) dan review pustaka (*literature review*). Selanjutnya, teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, klasifikasi konsep, dan analisis deskriptif, yaitu menguraikan, membandingkan, serta mensintesis berbagai pandangan para ahli terkait *business projection* dan *forecasting* dalam perencanaan bisnis. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk narasi ilmiah yang sistematis untuk menjelaskan keterkaitan antar konsep dan implikasinya terhadap keberlanjutan usaha.

Untuk memperjelas tahapan penelitian, alur metode penelitian disajikan dalam bentuk diagram atau *flowchart* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Diagram:



**Gambar 1. Diagram**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan *business projection* dan *business forecasting* memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas perencanaan bisnis. *Business projection* membantu pelaku usaha dalam melakukan estimasi keuangan secara lebih terstruktur, meliputi proyeksi pendapatan, biaya operasional, laba, serta arus kas usaha. Proyeksi ini memungkinkan wirausahawan untuk menilai kelayakan finansial usaha sebelum mengambil keputusan strategis, seperti ekspansi bisnis atau pengajuan pendanaan.

Sementara itu, *business forecasting* berperan dalam mendukung peramalan pasar dan permintaan produk di masa depan. *Forecasting* membantu pelaku usaha memahami tren pasar, perubahan perilaku konsumen, serta potensi fluktuasi permintaan. Dengan adanya peramalan yang akurat, strategi pemasaran dan penentuan kapasitas produksi dapat disesuaikan secara lebih efektif, sehingga risiko kelebihan atau kekurangan produksi dapat diminimalkan.

Secara kualitatif, hasil kajian ini sejalan dengan pendapat (Zimmerer dan Scarborough, 2018) yang menyatakan bahwa integrasi proyeksi keuangan dan peramalan pasar merupakan faktor penting dalam perencanaan bisnis yang realistis. Secara kuantitatif, penggunaan data historis dalam penyusunan proyeksi dan forecasting memberikan dasar pengukuran yang lebih objektif terhadap kinerja usaha di masa depan. Dengan demikian, *business projection* dan *forecasting* tidak hanya berfungsi sebagai alat prediksi, tetapi juga sebagai instrumen evaluasi dan pengendalian bisnis.

Selain itu, hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan *business projection* dan *forecasting* juga berkontribusi dalam meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan usaha, khususnya dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang tidak pasti. Melalui perencanaan berbasis proyeksi dan peramalan, pelaku usaha dapat menyusun berbagai skenario bisnis sebagai dasar antisipasi terhadap perubahan kondisi ekonomi, persaingan pasar, maupun fluktuasi permintaan.

Pendekatan ini mendorong pengambilan keputusan yang lebih adaptif dan responsif, sehingga strategi bisnis tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga preventif. Dengan demikian, *business projection* dan *forecasting* berperan sebagai instrumen strategis yang membantu pelaku usaha menjaga kesinambungan operasional dan memperkuat daya saing bisnis dalam jangka panjang.

**Tabel. 1 Descriptive Statistics**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
30	120	450	28.5	82.4
30	50	210	132.8	41.7
30	20	95	58.3	18.9

## KESIMPULAN dan SARAN

Berdasarkan hasil kajian teoritis, dapat disimpulkan bahwa *business projection* dan *business forecasting* merupakan instrumen strategis yang memiliki peran penting dalam perencanaan dan keberlanjutan usaha. *Business projection* memberikan kerangka sistematis bagi pelaku usaha dalam menyusun estimasi keuangan, seperti proyeksi pendapatan, biaya, laba, dan arus kas, sehingga perencanaan bisnis dapat dilakukan secara lebih realistis dan terukur. Sementara itu, *business forecasting* membantu pelaku usaha dalam memahami dinamika pasar, tren permintaan, serta potensi perubahan perilaku konsumen di masa depan.

Secara reflektif, integrasi kedua instrumen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat prediksi, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis yang adaptif. Melalui pendekatan perencanaan berbasis data dan analisis konseptual, *business projection* dan *forecasting* mampu meminimalkan ketidakpastian, meningkatkan kelayakan usaha, serta mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, penerapan kedua instrumen ini menjadi elemen fundamental dalam perencanaan bisnis modern yang responsif terhadap perubahan lingkungan usaha.

Bagi pelaku usaha, disarankan untuk mengintegrasikan *business projection* dan *forecasting* secara konsisten dalam proses perencanaan dan evaluasi bisnis agar keputusan yang diambil lebih terarah dan berbasis analisis. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan melalui pendekatan kuantitatif atau metode campuran dengan menggunakan data empiris untuk menguji efektivitas *business projection* dan *forecasting* terhadap kinerja usaha secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat difokuskan pada sektor usaha tertentu guna memperoleh temuan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

---

## DAFTAR REFERENSI

- Bryson, J. M. (2018). Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement. *Public Administration Review*, 78(1), 134–136.
- Chong, A. Y. L., Ch'ng, E., Liu, M. J., & Li, B. (2017). Predicting consumer product demand via big data: The roles of online promotional marketing and online reviews. *International Journal of Production Research*, 55(17), 5142–5156.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Fildes, R., Ma, S., & Kolassa, S. (2019). Retail forecasting: Research and practice. *International Journal of Forecasting*, 35(1), 1–9.
- Gompers, Gornall, Kaplan, & Strebulaev (2020). *Venture Capitalists and COVID-19* — Journal of Financial Economics
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic management: Competitiveness and globalization* (12th ed.). Cengage Learning.
- Makridakis, S., Spiliotis, E., & Assimakopoulos, V. (2018). Statistical and machine learning forecasting methods: Concerns and ways forward. *PLOS ONE*, 13(3), 1–26.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutriana, R. A. W., & Sudirman, I. M. S. N. (2024). *The strategic role of forecasting in managerial planning: A scientific literature review*. *The Journal of Financial, Accounting, and Economics*, 1(2), 103–115. <https://doi.org/10.58857/JFAE.2024.v01.i02.p05>
- Saputra, D., & Nugroho, A. (2021). Perencanaan bisnis berbasis proyeksi keuangan sebagai upaya meningkatkan keberlanjutan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 115–126.
- Sutrisno, E., & Handayani, S. (2020). Analisis forecasting penjualan dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 45–56.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (9th ed.). Pearson Education.
- Wang, Y., & Wang, Y. (2020). Business forecasting and decision-making under uncertainty. *Journal of Business Research*, 118, 207–215.
- Zhang, X., & Qi, Y. (2019). Financial projection and sustainability of small businesses. *International Journal of Financial Studies*, 7(3), 45–58.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). Pearson Education.