

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia telah memasuki era perdagangan bebas sejak berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN atau MEA. Perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami persaingan yang cukup ketat, baik dalam perusahaan dagang, perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Di zaman sekarang banyak perusahaan yang menjual produk-produk yang sama sehingga perusahaan harus terus berinovasi dan membangun strategi yang tepat agar mampu bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mencari keuntungan atau laba merupakan motif utama suatu perusahaan didirikan, baik itu perusahaan jasa, perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur. Perusahaan mencari keuntungan dari aktivitasnya dalam menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan selalu berupaya mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan penggunaan biaya yang efektif, tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai apabila setiap biaya yang dikeluarkan perusahaan dikelola dengan benar setiap kegiatan dalam perusahaan (Iik Ade, 2017).

Laba yang diharapkan perusahaan dapat tercapai selain dengan menekan biaya, juga dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan produksi dan penjualan. Penjualan merupakan unsur yang paling aktif dalam operasi perusahaan. Dalam menjalankan aktifitas perusahaan banyak terdapat peluang baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Akan tetapi peluang yang datang pada suatu

perusahaan tidak selamanya menghasilkan peluang yang baik atau menghasilkan laba yang tinggi. Agar perusahaan dapat mencapai laba yang tinggi maka perusahaan harus menyusun rencana penjualan yang efektif serta mampu mencapai target penjualan (Iik Ade, 2017). Untuk menentukan target penjualan perusahaan dapat menggunakan metode atau teknik peramalan (*forecast*) penjualan.

Teknik peramalan (*forecast*) penjualan yang tepat, yang membuat estimasi kegiatan masa depan, berdasarkan pengalaman masa lalu dan kemungkinan perubahan di masa depan.

Peramalan (*Forecast*) adalah cara untuk mengukur atau memperkirakan kondisi usaha di masa depan. Pengukuran ini dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik yaitu menggunakan metode trend setengah rata-rata (*semi average method*), metode trend moment (*moment method*), metode trend kuadrat terkecil (*least square method*) dan metode trend garis lengkung atau metode parabola (*parabolic method*). Sedangkan, pengukuran secara kualitatif biasanya menggunakan *judgment* (pendapat). Peramalan (*forecast*) penjualan bertujuan agar peramalan yang dibuat dapat meminimalkan kesalahan peramalan artinya perbedaan antara kenyataan dan ramalan tidak jauh berbeda (Mulyani Sri *et al.*, 2021:179). Peramalan sangat di perlukan dalam perusahaan, agar perusahaan tersebut dapat memperhitungkan atau mengetahui estimasi berapa tingkat penjualan pada periode selanjutnya. Jika perusahaan tidak melakukan peramalan maka perusahaan tidak dapat melangkah kedepan dengan lebih pasti. Gambaran

tersebut sangat penting bagi manajemen perusahaan karena kebijakan perusahaan akan dipengaruhi oleh besarnya penjualan produk perusahaan.

Peramalan (*forecast*) penjualan sangat dibutuhkan untuk semua perusahaan dengan berbagai aktivitas dan bidang usaha untuk mengetahui target penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan. Salah satu usaha yang membutuhkan peramalan (*forecast*) penjualan adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Jumlah UMKM di Kabupaten Ponorogo berdasarkan sensus ekonomi 2016 dan SUTAS 2018 sebanyak 283.967 (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, *Data ukm*. Online di pukm.jatimprov.go.id/info/dataukm diakses pada 09 November 2021). Jumlah tersebut akan terus bertambah pada tahun-tahun berikutnya. Dengan semakin banyaknya UMKM di Kabupaten Ponorogo akan menjadi dorongan bagi UMKM untuk terus meningkatkan produk-produknya agar dapat bersaing di pasaran. Hal ini harus diiringi dengan peningkatan kapasitas produk, agar mampu untuk memenuhi permintaan konsumen.

UMKM Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo merupakan UMKM yang cukup berkembang pesat di Kabupaten Ponorogo. Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo yang merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak dibidang *fashion* yang menjual baju koko *modern* yang sudah berjalan cukup lama. UMKM ini didirikan pada tahun 2017 dan usaha tersebut telah menjual produk dalam skala besar yang telah dipasarkan tidak hanya di lingkup pondok pesantren di Kabupaten Ponorogo saja tetapi juga ke seluruh pondok pesantren di Indonesia. Baju koko *modern* memiliki kualitas yang bagus, *Fashionable* serta multifungsi

bisa digunakan untuk ibadah, kerja, *outfit daily* sehingga banyak diminati. Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim, sehingga di harapkan Dzikrayaat *Business Center* terus mengembangkan produk-produknya sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya dan dapat dikenal tidak hanya di kalangan pondok pesantren tetapi juga di kalangan masyarakat Indonesia. Untuk dapat terus memenuhi kebutuhan konsumen akan baju koko modern, maka Dzikrayaat *Business Center Ponorogo* harus mengatahu estimasi jumlah produk yang siap untuk dijual sehingga tidak ada kelebihan atau kekurangan stock. Hal itu akan berbahaya jika kelebihan produk akan menyebabkan kerugian yang cukup besar akibat produk tidak dapat diserap oleh konsumen dengan berbagai sebab. Apabila kekurangan akan mengakibatkan masuknya pesaing untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Untuk mengetahui estimasi penjualan maka diperlukan peramalan (*forecast*) penjualan. Namun Dzikrayaat *Business Center Ponorogo* tidak pernah melakukan perhitungan ramalan penjualan secara kuantitatif (statistik dan matematis). Bahkan Dzikrayaat *Business Center Ponorogo* belum mengenal tentang metode-metode peramalan yang seharusnya mereka lakukan. Untuk mengetahui estimasi penjualan hanya menggunakan insting atau perhitungan-perhitungan sendiri. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan bagian marketing, Mbak Febri sebagai berikut:

“Aku enggak tau ngitung peramalan penjualan itu gimana nduk. Enggak tau juga metode-metodenya. Malah aku baru tau kalau ada cara menghitung estimasi penjualan. Biasanya ya ngitung sendiri. Misal omzet

1 bulan itu Rp 300.000.000, 1 pcs baju dihargai Rp 175.000. Jadi Rp 300.000.000 : Rp 175.000 = 1.714 pcs. Jadi dalam sebulan harus terjual 1.714 pcs. Kalau perhari ya di bagi 30 hari, 1.714 pcs : 30 = 57 pcs. Jadi sehari harus terjual baju koko 57 pcs (Wawancara dengan bagian marketing Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo Mbak Febrina Fitri Permata Santoso S.H, tanggal 6 Desember 2021, pukul 10.30 WIB).”

Dalam wawancara dengan bagian marketing perhitungan-perhitungan tersebut akan sangat beresiko digunakan. Jika penjualan melebihi perkiraan perhitungan maka hal tersebut akan mengakibatkan kurangnya pengadaan stock. Hal ini menimbulkan permasalahan yaitu permintaan konsumen tidak dapat terpenuhi. Jika penjualan produk kurang dari perhitungan tersebut akan mengalami kendala dengan tempat penyimpanan produk dan akan mengalami kerugian.

Kekurangan stock pernah dialami oleh Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo yaitu terjadi pada Bulan April. Hal tersebut juga dibenarkan oleh bagian marketing dalam wawancara yang dilakukan dengan Mbak Febrina:

“Iya pernah nduk pas bulan April, itukan mau mendekati lebaran. Jadi orang-orang banyak yang mau beli baju koko buat lebaran. Tapi pas itu juga stock baju koko mulai menipis. Jadi banyak yang gak jadi beli, soalnya udah pada habis. Seharusnya lebaran jadi momen mencari keuntungan dari penjualan baju koko, malah

nggak ada stoknya (Wawancara dengan bagian marketing Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo Mbak Febrina Fitri Permata S.H, tanggal 6 Desember 2021, pukul 10.30 WIB).”

Persediaan produk atau stock sangat penting untuk mengantisipasi dalam memenuhi permintaan produk dengan jumlah yang besar dalam kondisi yang tidak menentu (fluktuasi), untuk itu penentuan jumlah persediaan produk sangat penting untuk dipertimbangkan. Dengan adanya metode yang mampu meramalkan penjualan produk maka dapat diketahui berapa besar kebutuhan produk yang harus disediakan untuk bisa memenuhi target penjualan yang harus dicapai dibulan berikutnya dan tidak terjadi kekosongan maupun kelebihan persediaan.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Mieke Rahayu (2011). Hasil penelitian menemukan bahwa : “Dari hasil peramalan penjualan menggunakan Metode Trend Moment untuk Lateks Pekat pada tahun 2009 sebesar 6.268.843 Kg, untuk SRR sebesar 85.315 Kg. Menggunakan Metode Least Square untuk Lateks Pekat sebesar 6.268.843 Kg, untuk SRR sebesar 85.315 Kg. Menggunakan Metode Garis lengkung untuk Lateks Pekat sebesar 8.097.132,7 Kg, untuk SRR sebesar - 390.643 Kg. Dan untuk Metode Setengah Rata-Rata Lateks Pekat sebesar 6.328.441 Kg dan SRR sebesar 36.839 Kg. Jika dilihat dari SKP untuk peramalan lateks pekat maupun *rubber smoke sheet* metode garis lengkung memiliki hasil yang lebih kecil jika dibandingkan dengan metode *least square*, metode moment

dan metode setengah rata-rata. Sehingga perusahaan dianjurkan untuk meramalkan penjualan dengan menggunakan metode garis lengkung.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Metode Peramalan (*Forecast*) Penjualan Pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo.”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend setengah rata-rata (*semi average method*)?
2. Bagaimana perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend moment (*moment method*)?
3. Bagaimana perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend kuadrat terkecil (*least square method*)?
4. Bagaimana perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend garis lengkung atau metode parabola (*parabolic method*)?
5. Metode peramalan (*forecast*) apa yang tepat untuk menentukan penjualan produk di periode yang akan datang pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend setengah rata-rata (*semi average method*)
2. Untuk mengetahui perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend moment (*moment method*)
3. Untuk mengetahui perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend kuadrat terkecil (*least square method*)
4. Untuk mengetahui perhitungan peramalan (*forecast*) penjualan pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo dengan menggunakan metode trend garis lengkung atau metode parabola (*parabolic method*).
5. Untuk mengetahui metode peramalan (*forecast*) penjualan yang tepat untuk menentukan penjualan produk di periode yang akan datang pada Dzikrayaat *Business Center* Ponorogo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, menambah wawasan ilmu

pengetahuan, menjadi sumber informasi, dan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang peramalan (*forecast*) penjualan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pemahaman penulis tentang peramalan (*forecast*) penjualan, melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan keadaan yang terjadi di perusahaan. Serta dapat bermanfaat sebagai bahan dalam menyusun Tugas Akhir yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya Jurusan D3 Akuntansi Fakultas Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

b. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta gambaran kepada perusahaan bagaimana gambaran penjualan pada bulan berikutnya dengan menggunakan peramalan (*forecast*) penjualan dan sebagai acuan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan.

c. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan peramalan (*forecast*) penjualan, dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.