

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan faktor industri sebagaimana memanasifestasikan produk harus mempunyai strategi yang optimal untuk memenuhi keperluan konsumen dimana konsumen merupakan komponen kunci dari tujuan pemasaran produk dari perspektif pendapatan keuntungan. Sumber daya manusia kini menjadi salah satu elemen penting bagi perusahaan. Semua produk dihasilkan melalui input, proses, dan output serta dikelola dari sumber daya manusia. Kapasitas didefinisikan sebagai total listrik maksimal yang mampu diperoleh sebuah fasilitas untuk periode tertentu yang dipaparkan berupa listrik per satuan waktu dan untuk memenuhi keperluan produk konsumen maka perusahaan perlu fokus terhadap perencanaan kapabilitas hingga pengawasan kegiatan produksi yang perlu dilaksanakan untuk memenuhi permintaan produk pasar hal ini tidak mungkin terjadi tanpa adanya perencanaan pengawasan serta kapasitas kegiatan produksi secara tepat. Karena terjadi pada proses produksi maka menimbulkan hambatan produksi.

Perusahaan memakai program untuk membuat keputusan dan memprediksi apa yang perlu dilakukan di masa depan. Ini juga disebut prediksi. Peramalan merupakan suatu teknik dalam meramalkan peristiwa bisnis depannya berdasarkan data sebagaimana sudah dirangkum sebelumnya. Peramalan yakni suatu seni maupun ilmu untuk meramal kejadian pada masa depan yang bisa dicapai melalui menggunakan model matematika untuk membawa data masa lalu ke masa depan. Prediksi dan prakiraan merupakan alat penting untuk menarik kesimpulan. Kualitas prediksi erat kaitannya dengan informasi yang diperoleh dari data historis (Nurdini, 2022).

Peramalan adalah bagian pertama dari proses pengambilan keputusan. Sebelum membuat prediksi apa pun, Anda perlu mengetahui apa masalah sebenarnya dalam mengambil keputusan. Peramalan melibatkan pemikiran tentang banyak hal, termasuk permintaan atas satu ataupun lebih produk dalam jangka waktu mendatang. Aktivitas produksi dan peramalan dijalankan dalam rangka mengetahui permintaan sebuah produk serta menjadi fase awal dalam mekanisme pengendalian serta perencanaan produksi dan pengamalan ini mencakup penentuan kategori produk apa, jumlah berapa serta kapan produk tersebut dibutuhkan (Anggraeni, 2015).

Di suatu perusahaan yang mempergunakan peramalan penjualan produk, maka manajemen perusahaan kedepan akan terencana akan lebih baik. Jadi peramalan penjualan yang dirancang oleh manajemen perusahaan bisa mendapatkan representasi

mengenai perencanaan di masa yang akan datang perusahaan. Representasi penjualan pada masa mendatang amat berarti bagi manajemen perusahaan, karena keputusan manajemen akan sangat mempengaruhi besar kecil penjualan produk Perusahaan (Jay dan Render, 2015)

Peramalan penjualan adalah metode memperkirakan penjualan dalam periode anggaran tertentu berdasarkan data dan penjualan. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir risiko ketidakpastian bagi perusahaan. Risiko ketidakpastian dapat muncul dalam bentuk kondisi industri, langkah persaingan, kebijakan pemerintah, gaya hidup dan fashion, inovasi teknologi, dan lainnya sehingga dalam rangka menciptakan perkiraan penjualan yang akurat untuk periode anggaran, manajer harus mempertimbangkan risiko ketidakpastian ketika membuat perkiraan. Peramalan penjualan adalah langkah pertama yang paling penting dalam pengambilan keputusan bisnis dan dijadikan landasan untuk merencanakan perusahaan dalam jangka panjang dan pada bidang keuangan maka pengambilan adalah landasan untuk menetapkan anggaran serta mengendalikan biaya. Pada bidang pemasaran perkiraan penjual diperlukan dalam menyusun rencana strategi promosi produk terbaru dan manfaat pemasaran lainnya selain itu industri manufaktur menggunakan penambahan dalam rangka merencanakan volume, peralatan, penjadwalan, manajemen inventaris serta produksi. Penelitian ini dilakukan pada industri kecil menengah yang memproduksi makanan ringan yaitu pada UD. Bintang Mas.

UD. Bintang Mas di dirikan oleh Bapak Hariyono pada bulan Januari tahun 2008, berada di Dusun Gondangsari RT02 RW02, Desa Jabalsari, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung. UD. Bintang Mas adalah sebuah industri kecil menengah. Perusahaan ini bergerak di bidang makanan yaitu kue gipang.ada beberapa jenis kemasan kue gipang mulai dari ukuran refill sedang dan besar. Gipang merupakan makanan lokal yang sudah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu. Bentuknya persegi panjang dengan tekstur renyah dan manis, serta keunikannya karena terbuat dari beras. Untuk pemasaran gipaang ini berada di Tulungagung, Blitar, Nganjuk, Kediri, Malang, dan juga di luar Jawa seperti Lombok, Bali dan lain-lain. Namun demikian dalam aktivitas produksi yang dilakukan menunjukkan adanya permasalahan yaitu terjadinya ketidaksesuaian antara jumlah produksidengan jumlah penjualan yang terjadi, dimana terdapat jumlah produksi melebihi dari jumlah penjualan namun terdapat pada suatu periode jumlah produksi tidak mampu memenuhi jumlah penjualan yang terjadi. Kondisi ini dapat disajikan data mengenai jumlah produksi dan penjualan pada UD. Bintang Mas.

Tabel 1.1 Perbandingan Produksi dan Penjualan pada UD. Bintang Mas.

No.	Bulan	Produksi (Bal)	Penjualan (Bal)
1	Desember 2022	3.671	2.928
2	Januari 2023	2.945	3.024
3	Februari 2023	3.374	3.192
4	Maret 2023	3.422	2.976
5	April 2023	3.412	3.048
6	Mei 2023	2.170	2.856
7	Juni 2023	2.932	2.880
8	Juli 2023	3.210	3.360
9	Agustus 2023	2.912	3.096
10.	September 2023	3.270	2.952
11.	Oktober 2023	3.180	2.640
12.	November 2023	3.270	3.336
13.	Desember 2023	2.550	2.640
14.	Januari 2024	3.200	3.144
15.	Februari 2024	3.217	2.784
16.	Maret 2024	2.945	3.168
17	April 2024	3.158	3.288
18.	Mei 2024	3.179	3.096
Jumlah		56.017	54.408

Sumber: UD. Bintang Mas

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan volume produksi dan penjualan pada UD. Bintang Mas. Dari tabel tersebut ditemukan ada kelebihan volume produksi yang menyebabkan produk yang belum terjual. Jika kelebihan produksi berlangsung terus-menerus akan menyebabkan biaya produksi berlebihan yang dapat merugikan perusahaan. Berdasarkan pada peristiwa itu, maka judul pada penyusunan penelitian ini adalah Analisis Peramalan Penjualan Pada UD. Bintang Mas.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut latar belakang, identifikasi masalah di fokuskan pada peramalan penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana perkiraan jumlah penjualan pada bulan Juni 2024 pada UD. Bintang Mas dengan peramalan?

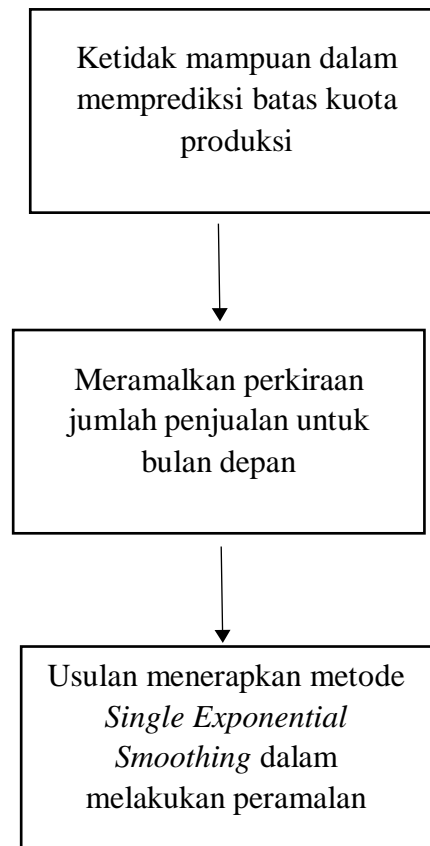
1.4 Tujuan Penelitian

Meramalkan perkiraan jumlah penjualan untuk 1 bulan kedepan di UD. Bintang Mas.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Penelitian yang dilakukan menggunakan data penjualan historis pada UD. Bintang Mas.
- b. Data Penjualan menggunakan data bulan Desember 2022 – Mei 2024.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memperbanyak pengetahuan dalam meramalkan jumlah penjualan pada UD. Bintang Mas.
- b. Bisa dijadikan sebagai sumber informasi penelitian yang relevan

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemilik UD. Bintang Mas, dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam meramalkan atau melakukan perencanaan produksi dengan tepat.