

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan selalu menghadapi masa depan dalam aktivitasnya, setiap aktivitas perusahaan mempunyai berbagai tujuan, antara lain: membuka lapangan kerja, membuka produk untuk memenuhi konsumen, mendapatkan keuntungan dan mempertahankan serta meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu, setiap perusahaan membutuhkan pemimpin yang mampu dan dapat menetapkan keputusan yang tepat dalam menghadapi masa depan yang penuh ketidakpastian agar perusahaan dapat meraih keberhasilan.

Seiring dengan munculnya perdagangan bebas (*Free Trade Agreement/TFA*) antara sesama negara di ASEAN serta antara ASEAN dan Cina akan mengakibatkan persaingan perusahaan industri baik di dalam maupun di luar. Persaingan yang terjadi di antaranya adalah persaingan yang berkaitan dengan kualitas produk, kemampuan perusahaan dalam menyediakan memenuhi target waktu sesuai pesanan, kemampuan pemesanan, serta persaingan harga produk.

Prakiraan adalah seni maupun ilmu untuk memprediksikan keadaan yang mungkin saja akan dihadapi di masa depan. Dengan menggunakan metode-metode peramalan atau prakiraan yang sesuai dan dapat digunakan akan memudahkan para manajer dalam memperoleh hasil peramalan atau prakiraan yang mungkin lebih bisa dipercaya ketepatannya. Karena perbedaan dari masing-masing metode peramalan, sehingga penggunaannya harus lebih berhati-hati khususnya dalam memilih metode yang digunakan dalam hal tertentu. Pertimbangan ini diperlukan

karena tidak ada satu pun dari metode peramalan atau perkiraan yang bisa digunakan secara umum bagi seluruh situasi atau keadaan. Selain itu, juga perlu diperhatikan bahwa perkiraan atau peramalan tidak selalu benar, dimana sangat jarang terjadi bahwa apa yang diprakirakan atau diramalkan misalnya tentang jumlah penjualan akan memiliki jumlah yang sama persis dengan yang terjadi dalam penjualan aktual atau sebenarnya. Assauri (2000).

Penjualan produk perusahaan dipengaruhi adanya pemasaran dan distributor. Karena adanya itu maka produk dapat sampai kepada konsumen, sehingga diketahui tingkat penjualan produk terhadap konsumen serta dapat diketahui apakah ada peningkatan atau penurunan penjualan terhadap produk perusahaan. Untuk menentukan besarnya penjualan yang dapat menunjukkan peningkatan atau penurunan penjualan maka diperlukan peramalan penjualan untuk masa yang akan datang dengan cara melihat data penjualan di masa lalu.

Kebutuhan akan air bersih merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Sebagai produk kebutuhan manusia yang sangat penting, maka penyediaan air bersih menjadi salah satu tuntutan yang harus dipenuhi oleh pemerintah karena segala macam aktivitas membutuhkan air bersih.

Menurut Stevenson, William J (2009:72) menjelaskan peramalan atau forecasting adalah dasar dalam menentukan arah keputusan perusahaan di masa depan. Mampu memberikan informasi terkait permintaan di masa depan yang bertujuan untuk menentukan kapasitas produksi, persediaan, budgeting, pengadaan barang dan jasa hingga rantai pasok.

Menurut Swastha (2012:99) ramalan penjualan adalah estimasi realistis tentang penjualan actual dalam rupiah atau unit yang diharapkan akan dicapai perusahaan dalam periode mendatang menurut rencana pemasaran serta kondisi lingkungan ekstern yang terantisipasi.

Menurut Makridakis (dalam Pujiati 2016) Pemulusan eksponensial merupakan suatu langkah atau metode yang memperlihatkan 3 pembobotan yang menurun secara exponential pada nilai observasi yang lebih lama, maka dari itu metode ini juga dikatakan sebagai prosedur exponential smoothing. Sama seperti metode moving average, exponential smoothing juga terdiri dari exponential smoothing tunggal dan exponential smoothing ganda, dan metode lain yang lebih rumit. Semua memiliki sifat yang sama, yakni nilai yang terbaru akan diberikan bobot relatif lebih besar dibandingkan dengan nilai observasi yang lebih lama.

Dalam segala keadaan, peramalan akan memiliki derajat ketidakpastian. Fakta ini dapat kita ketahui dengan memasukkan unsur error kedalam sebuah perumusan ramalan time series. Penyimpangan peramalan tidak hanya terjadi karena unsur error, namun juga karena ketidaksanggupan model ramalan dalam mengidentifikasi unsur lain dari deret data yang juga mempengaruhi besar penyimpangan dalam peramalan. Maka besar penyimpangan hasil ramalan dapat terjadi karena besar faktor yang tidak terduga (outliers) dimana tidak ada metode dari peramalan yang bisa memperoleh hasil peramalan yang akurat, atau dapat juga terjadi karena metode peramalan yang dipakai tidak dapat memprediksikan dengan tepat komponen trend, musiman, atau siklus yang mungkin saja ada dalam deret

data, yang berarti bahwa metode yang dipakai untuk melakukan peramalan tidak tepat. Bowerman dan O'Connell dalam Sungkawa dan Megasari (2011).

CV. Tirta Angkasa ini salah satu sebuah perusahaan baru yang mulai memasarkan produknya secara menyeluruh ke masyarakat luas pada Desember 2021 tahun lalu dan diantara semua produk yang ditawarkan kepada masyarakat, memproduksi dan memasarkan beberapa produk air minum dalam kemasan dengan ukuran yang berbeda-beda seperti Cup 220 ml, Botol 250 ml, Botol 350 ml, Botol 600 ml, Botol 1500 ml, Galon 19 L dan lain-lain.

Tabel 1.1
Data Penjualan Bulan Januari - Desember 2022

BULAN	KUANTITI	TOTAL DISKON	AMOUNT	PAJAK	DPP
Januari	17.268	7.911.000	286.195.450	25.461.405	254.614.045
Februari	20.606	11.923.200	319.905.750	27.849.614	278.496.136
Maret	73.303	28.257.900	889.373.973	78.555.816	785.558.157
April	14.250	0	229.640.215	9.846.772	90.493.443
Mei	79.068	15.140.850	1.003.496.342	97.956.124	890.510.218
Juni	77.000	22.601.750	930.852.565	91.200.164	829.092.401
Juli	81.758	26.704.650	1.113.614.602	107.718.204	979.256.398
Agustus	90.880	34.064.650	1.192.374.034	115.651.030	1.051.373.004
September	98.818	42.915.200	1.339.639.421	129.882.195	1.180.747.226
Oktober	95.513	35.775.850	1.277.468.477	125.192.732	1.138.115.745
November	89.731	45.488.450	1.189.451.035	116.443.526	1.058.577.509
Desember	93.593	50.072.400	1.254.002.191	123.423.190	1.122.029.001

Sumber : CV. Tirta Angkasa 2022

Dari tabel diatas, menunjukkan tentang data penjualan pada CV. Tirta Angkasa. Dimana setiap bulannya mengalami turun naik nya penjualan, hal ini termasuk efektif sehingga mampu menjalankan peramalan penjualannya.

CV. Tirta Angkasa merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) untuk memenuhi kebutuhan pasar makan

perusahaan harus mengetahui berapa peramalan penjualan yang akan datang sehingga perusahaan dapat memproduksi barang sesuai dengan penjualan yang telah di ramalkan. Peramalan penjualan membantu perusahaan meminimalkan biaya dalam memproduksi barang yang dihasilkan, karena dengan mengetahui beberapa penjualan pada periode berikutnya perusahaan dapat memproduksi barang secara tidak berlebihan. Berdasarkan penelitian dan metode yang telah dikemukakan diatas, penelitian ini difokuskan untuk memberikan solusi terhadap masalah yang telah dipaparkan dengan judul ***“ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN AIR MINUM DALAM KEMASAN PADA CV. TIRTA ANGKASA”***.

1.2 Rumusan Masalah

1. Berapakah peramalan penjualan produk di CV. Tirta Angkasa divisi AMDK dengan Metode *Single Moving Average*, *Exponential Smoothing*, *Weighted Moving Average* dan Trend Analisis pada bulan Januari 2023?
2. Berapakah *Forecast Error* dari hasil peramalan dengan ke empat metode di atas?
3. Metode peramalan apa yang tepat untuk menentukan penjualan produk pada CV. Tirta Angkasa divisi AMDK pada bulan Januari 2023?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peramalan penjualan produk pada CV. Tirta Angkasa divisi AMDK dengan menggunakan metode *Single Moving Average*, *Exponensial Smoothing*, *Weighted Moving Average* dan Trend Analisis pada bulan Januari 2023.

2. Untuk mengetahui *Forecast Error* dari hasil peramalan dengan ke empat metode di atas.
3. Untuk mengetahui metode peramalan yang tepat dalam menentukan besarnya penjualan produk pada CV. Tirta Angkasa divisi AMDK pada bulan Januari 2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah kontribusi penelitian anda terhadap bidang keilmuan yang dipelajari, bisa juga manfaat untuk budaya atau masyarakat tertentu. Sesuatu yang Anda hasilkan dalam penelitian bisa membawa dampak tertentu terhadap pembaca (harapannya untuk hal yang positif) terhadap permasalahan penelitian anda.

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian untuk ini yaitu khususnya perusahaan manufaktur dan akademisi. Dalam penelitian, manfaat dibagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoretis merupakan manfaat yang berhubungan dengan pengembangan ilmu, dalam hal ini adalah ilmu linguistik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu bahasa, khususnya dalam bidang pragmatik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan mengenai studi tentang pelanggaran prinsip kesantunan dan implikatur percakapan berdasarkan pelanggaran prinsip kesantunan khususnya dalam tuturan yang bersifat komedi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini oleh peneliti itu sendiri dan pembaca. Dengan cara menganalisis secara langsung tuturan yang ada di dalam komik tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan acuan untuk melengkapi dalam penyediaan tambahan bacaan dan pengetahuan serta bisa dijadikan pelajaran untuk mengetahui bagaimana peramalan penjualan air minum dalam kemasan pada CV. Tirta Angkasa.

2. Bagi Pihak Lain

Sebagai masukan untuk penelitian yang mengambil topik permasalahan, menambah pemahaman mengenai penelitian-penelitian yang berkaitan dengan peramalan.