

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri yang semakin kompetitif dalam dunia bisnis dan retail mengharuskan sebuah perusahaan memiliki kemampuan untuk mengantisipasi perubahan yang akan terjadi dimasa depan. Kebutuhan perusahaan dalam menganalisis peramalan yang relevan di tengah permintaan yang dinamis dan penuh ketidakpastian menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian produk, khususnya di Rumah Kemas Batiwakkal yang memilih pendekatan peramalan (*forecasting*) dalam melakukan pembelian produk . Penjualan produk dalam jumlah besar menjadi indikator utama dalam penilaian kinerja Rumah Kemas Batiwakkal setiap tahunnya. Fluktuasi penjualan produk yang terjadi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti menjaga kualitas produk dan strategi pemasaran, tetapi juga di pengaruhi oleh tren pasar, musim, hingga sektor pariwisata (Zulfikar 2022).

Rumah Kemas Batiwakkal merupakan salah satu Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM) dan *Community Enterprise Development* (CED) PT Berau Coal sebagai wadah bagi pelaku UMKM di Kabupaten Berau untuk memasarkan produknya. Rumah Kemas Batiwakkal membangun citra sebagai "Pusat Oleh-Oleh Kabupaten Berau" berkontribusi dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat dan pelaku UMKM di Kabupaten Berau. Salah satu program pemberdayaan UMKM ini adalah melakukan pendampingan mulai dari pelatihan legalitas produk seperti penyuluhan keamanan pangan, PIRT, halal, BPOM dan kemasan premium. Rumah Kemas Batiwakkal sebagai wadah promosi dan pemasaran berdiri pada tahun 2019 dan telah bekerjasama dengan 93 pelaku UMKM dan memasarkan lebih dari 300 produk UMKM. Hal ini mendorong Rumah Kemas Batiwakkal untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang sangat pesat. Salah satunya adalah dengan cara memperhatikan manajemen persediaan dengan ketepatan peramalan permintaan. Peramalan permintaan merupakan metode sistematis yang dapat memperkirakan nilai atau kondisi di masa yang akan datang berdasarkan data historis.

Meningkatnya pertumbuhan UMKM di Kabupaten Berau memicu semangat ekonomi terus berkembang. Mengantisipasi dampak persediaan yang tidak menentu, Rumah Kemas Batiwakkal memerlukan manajemen persediaan yang tepat untuk dapat mengoptimalkan promosi dan meraih keuntungan sebesar-besarnya. Penjualan produk unggulan di Rumah Kemas Batiwakkal menjadi puncak kegiatan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Rumah Kemas

Batiwakkal seringkali menghadapi tantangan target penjualan produk yang tidak sesuai dengan apa yang direncanakan, diantaranya dikarenakan permintaan produk yang fluktuatif karena kurang akurat dalam memprediksi permintaan dimasa depan yang menjadi fokus utama perkembangan Rumah Kemas Batiwakkal yakni meningkatkan penjualan produk lokal UMKM Berau. Pada suatu periode tertentu suatu produk seperti souvenir dapat sulit terjual sehingga mengakibatkan *dead stock* sehingga keuntungan menjadi tidak maksimal. Sebaliknya, produk makanan *savory* dan *sweet* mengalami perputaran cepat sehingga sulit untuk mempertahankan *safety stock* dibawah 20%. Berikut ini adalah target penjualan produk periode Januari 2024 – Juni 2025 pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Rumah Kemas Batiwakkal Januari 2024 – Juni 2025 (Data penulis)

No.	Bulan	Tahun	Penjualan Produk
1	Januari 2024	2024	4.769
2	Februari 2024	2024	3.423
3	Maret 2024	2024	4.095
4	April 2024	2024	2.385
5	Mei 2024	2024	4.479
6	Juni 2024	2024	4.022
7	Juli 2024	2024	4.041
8	Agustus 2024	2024	4.925
9	September 2024	2024	8.809
10	Oktober 2024	2024	5.477
11	November 2024	2024	5.137
12	Desember 2024	2024	4.471
13	Januari 2025	2025	3.578
14	Februari 2025	2025	3.679
15	Maret 2025	2025	8.529
16	April 2025	2025	4.094
17	Mei 2025	2025	3.827
18	Juni 2025	2025	3.678
Total			83.418

Rumah Kemas Batiwakkal pada Tahun 2024 memiliki target penjualan produk sebanyak 5.000 pcs setiap bulannya dan 10.000 pcs merupakan target

penjualan produk di Tahun 2025. Pencapaian penjualan produk terbesar yang melampaui target penjualan terjadi pada September 2024 yakni sebanyak 8.809 pcs produk, sedangkan penjualan terkecil adalah pada April 2024 yakni sebesar 2.485 pcs produk.

Penyebab tidak tercapainya target penjualan salah satunya karena terjadi flutuasi *demand* yang tidak teratur. Adapun gap antara penjualan produk tertinggi dan penjualan produk terendah mengalami penurunan tajam. Dampak negatif hal ini menyebabkan Rumah Kemas Batiwakkal berpotensi kehilangan kepercayaan untuk dapat memberikan produk khas terbaik untuk dijadikan souvenir oleh *costumer* lokal maupun non lokal. Untuk itu diperlukan suatu metode yang akurat sebagai upaya meningkatkan keuntungan dengan suatu penelitian tentang peramalan permintaan menggunakan metode yang efektif untuk membantu memprediksi kebutuhan pelanggan di masa depan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka masalah yang didapat dalam penelitian ini adalah metode yang tepat untuk digunakan sehingga dapat mengefektifkan kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis fokus pada penjualan produk bulanan mulai bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juni 2025 yang semua produknya memiliki tingkat permintaan yang berfluktuasi sehingga menimbulkan permintaan pelanggan yang tidak terpenuhi. Penelitian bertujuan untuk memprediksi jumlah permintaan produk agar mendapatkan jumlah produk yang pasti atau mendekati *actual* peramalan permintaan tersebut. Oleh sebab itu penulis mengambil judul penelitian "Analisis Efektifitas Metode *Forecasting Naive Approach, Moving Average Dan Exponential Smoothing Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Di Rumah Kemas Batiwakkal, Berau, Kalimantan Timur*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan tiga metode peramalan permintaan *time series* yang terdiri dari metode *naïve*, *moving average* dan *exponential smoothing* dalam memprediksi permintaan produk berdasarkan data *history* di Rumah Kemas Batiwakkal?
2. Bagaimana menentukan perbandingan metode peramalan terbaik terhadap jumlah permintaan produk untuk masa periode bulan berikutnya?

1.3 Batasan Masalah

Agar pengerjaan penelitian lebih terarah pada maksud dan tujuan penelitian maka batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Data yang diambil adalah data historikal *demand* selama periode satu tahun enam bulan yakni pada bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juni 2025.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *naive*, *moving average* dan *exponential smoothing*.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di Rumah Kemas Batiwakkal, Jl. Pemuda No. 74, Tahung Redeb, Berau, Kalimantan Timur.
4. Aplikasi yang digunakan untuk menghitung MAD, MSE, SEE, dan MAPE adalah *software* POM QM.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana metode *naive*, *moving average* dan *exponential smoothing* dapat meramalkan permintaan produk di Rumah Kemas Batiwakkal.
2. Untuk mengetahui metode yang paling efektif untuk meramalkan permintaan produk di Rumah Kemas Batiwakkal.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan
Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai tinjauan informasi terhadap strategi yang dapat digunakan sebagai peramalan permintaan yang lebih akurat dan efektif dalam mengendalikan persediaan terkait jumlah persediaan produk dan *safety stock* yang sesuai dengan kebutuhan di Rumah Kemas Batiwakkal.
2. Bagi dunia akademik
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan peneliti yang akan melakukan penelitian pada objek atau masalah yang serupa dan sebagai bahan bacaan untuk memperluas pemahaman terkait objek yang diteliti secara lebih mendalam.