

ANALISIS PERAMALAN PERSEDIAAN BARANG PADA UD KURNIAWAN DI KOTA GUNUNGSITOLI

By MAWARNIA LAWOLO

**ANALISIS PERAMALAN PERSEDIAAN BARANG PADA UD
KURNIAWAN DI KOTA GUNUNGSITOLI**

SKRIPSI



Oleh :

MAWARNIA LAWOLO

NIM.2319325

82

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NIAS

2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen persediaan barang adalah praktik bisnis penting yang berkaitan dengan pengelolaan, pengendalian, dan peramalan barang yang disimpan oleh toko untuk memenuhi permintaan pelanggan atau kebutuhan operasional. Proses ini melibatkan aspek perencanaan, pengadaan, penyimpanan, dan distribusi barang. Peramalan persediaan barang adalah elemen kunci dalam manajemen persediaan, yang bertujuan untuk meramalkan permintaan masa depan dan mengelola persediaan dengan efisien. Toko seperti UD Kurniawan yang bergerak di bidang distribusi barang, terutama di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, harus memahami dan mampu mengelola persediaan dengan cermat.

Menurut William J. Stevenson (2019:72), Peramalan adalah input dasar dalam proses pengambilan keputusan manajemen operasi dalam memberikan informasi tentang permintaan di masa mendatang dengan tujuan untuk menentukan berapa kapasitas atau persediaan yang diperlukan untuk membuat keputusan staffing, budget yang harus disiapkan, pemesanan barang dari supplier dan partner dari rantai pasok yang dibutuhkan dalam membuat suatu perencanaan. Proses peramalan persediaan yang baik sangat penting dalam menjaga kelancaran operasional, efisiensi, dan kepuasan pelanggan. Dengan peramalan yang tepat, toko dapat menghindari kekurangan persediaan artinya dengan memprediksi permintaan dengan akurat, toko dapat menghindari kekurangan persediaan yang dapat mengakibatkan hilangnya pelanggan dan penurunan pendapatan, mengurangi biaya persediaan artinya Persediaan berlebihan dapat mengikat modal dan meningkatkan biaya penyimpanan, meningkatkan efisiensi operasional artinya peramalan yang baik memungkinkan toko merencanakan produksi, pengadaan, dan distribusi dengan lebih baik, menghindari ketidakseimbangan persediaan, meningkatkan kepuasan pelanggan artinya dengan persediaan yang tepat dan ketersediaan produk yang konsisten, toko dapat memenuhi permintaan

pelanggan dengan baik, meningkatkan layanan pelanggan, dan membangun loyalitas pelanggan. Menurut Alexandri (2019:135), Persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam proses pengerjaan ataupun proses produksi bahkan persediaan bahan baku yang telah menunggu pemakaiannya didalam proses produksi. Menurut John Stuart Mill (2020:77), barang merupakan Suatu benda atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan manusia. Persediaan barang merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik toko dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam proses pengerjaan ataupun proses produksi bahkan persediaan bahan baku yang telah menunggu pemakaiannya didalam proses produksi.

Kota Gunungsitoli adalah salah satu kota penting di Pulau Nias dan memiliki posisi strategis dalam perekonomian regional. Sebagai sebuah pusat perdagangan, kota ini memiliki beragam toko yang bergerak dalam berbagai sektor industri, termasuk sektor perdagangan dan distribusi. Di dalam lingkungan bisnis yang dinamis ini, manajemen persediaan barang adalah faktor kunci dalam menjaga kelancaran operasional toko. Persediaan barang yang efisien dan efektif dapat meminimalkan biaya, meningkatkan layanan pelanggan, dan membantu perusahaan untuk bersaing dengan baik di pasar.

UD Kurniawan sebagai salah satu toko yang beroperasi di Kota Gunungsitoli, tidak terkecuali dari tantangan yang dihadapi oleh bisnis-bisnis lainnya. Untuk memastikan kelancaran operasional, UD Kurniawan harus memiliki sistem peramalan persediaan barang yang baik. Peramalan persediaan barang adalah proses kunci dalam manajemen persediaan yang memungkinkan toko untuk mengantisipasi permintaan pelanggan dan mengatur persediaan dengan cara yang efisien. Kota Gunungsitoli memiliki karakteristik tertentu yang mempengaruhi proses peramalan persediaan barang. Faktor-faktor seperti geografi, demografi, cuaca, dan tren pasar lokal dapat memiliki dampak signifikan pada permintaan barang dan strategi persediaan. Oleh karena itu, analisis peramalan persediaan barang di Kota

Gunungsitoli harus mempertimbangkan aspek-aspek lokal ini untuk mencapai hasil yang akurat dan efektif. Selain itu, penggunaan teknologi informasi dan sistem peramalan yang tepat sangat penting. Dalam era digital, perangkat lunak dan alat peramalan modern dapat membantu toko untuk mengoptimalkan persediaan mereka dan merespons perubahan pasar dengan cepat.

Tabel 1.1 Data persediaan Produk Susu SGM Pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli (Januari 2021- September 2023)

Tahun	Persediaan		
	Jumlah Barang Yang Dibeli	Jumlah/sisa Persediaan Barang Digudang	Jumlah Barang Rusak/Kadarluasa
2021	2.250 unit	187 unit	94 unit
2022	2.450 unit	204 unit	72 unit
2023	778 Unit	175 unit	30 Unit

Sumber : Data peramalan persediaan Produk Susu SGM pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli, Januari – September.

Tabel 1.1 menunjukkan data persediaan Produk Susu SGM pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli dari Januari 2021 hingga September 2023. Data tersebut mencakup jumlah barang yang dibeli, jumlah/sisa persediaan barang digudang, dan jumlah barang rusak/kadarluasa selama periode tersebut. Pada tahun 2021, UD Kurniawan membeli 2.250 unit barang. Dari jumlah tersebut, 187 unit tersisa di gudang, sedangkan 94 unit mengalami kerusakan atau kadarluasa. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan dalam pembelian menjadi 2.450 unit barang. Dari jumlah tersebut, 204 unit tersisa di gudang, sedangkan 72 unit mengalami kerusakan. Namun, pada tahun 2023, terjadi penurunan signifikan dalam pembelian menjadi 778 unit barang. Dari jumlah tersebut, hanya 175 unit yang tersisa di gudang, sementara 30 unit mengalami kerusakan atau kadarluasa. Secara keseluruhan, data menunjukkan fluktuasi dalam pembelian barang dari tahun ke tahun, dengan persentase barang yang rusak atau kadarluasa cenderung menurun pada tahun 2023. Hal ini mungkin membutuhkan evaluasi lebih lanjut terkait manajemen persediaan dan kontrol kualitas produk yang dilakukan oleh UD Kurniawan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kerugian akibat barang rusak.

Berdasarkan hasil observasi awal bahwa terdapat beberapa fenomena atau permasalahan yang kurang baik yang terjadi, itulah peneliti melihat adanya beberapa gejala pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli yaitu tidak efisiennya manajemen persediaan artinya UD Kurniawan masih mengalami kesulitan dalam mengelola persediaan barang secara efisien, yang dapat mengakibatkan biaya opsional akibat penumpukan stok yang tidak terjual atau kekurangan produk. Hal ini dapat mengganggu kelancaran operasional toko. kemudian tidak akuratnya peramalan permintaan artinya UD Kurniawan mungkin kesulitan dalam memprediksi dengan tepat tingkat permintaan produk mereka yang dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara tingkat persediaan dan permintaan yang sebenarnya yang berpotensi merugikan toko dalam hal biaya dan pelayanan pelanggan. Kemudian dampak negatif terhadap kepuasan pelanggan artinya ketidakmampuan UD Kurniawan untuk memenuhi permintaan pelanggan secara konsisten dapat berdampak pada kepuasan pelanggan ini dapat mengancam hubungan bisnis jangka panjang serta reputasi perusahaan, dan terakhir keterbatasan sumber daya: UD Kurniawan masih memiliki sumber daya terbatas.

⁷² Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengangkat judul “**Analisis Peramalan Persediaan Barang Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut Juliansyah (2019:28), penelitian yang berawal dari masalah faktual yang nyata di suatu organisasi atau lingkungan tertentu perlu diidentifikasi. Identifikasi ini berarti merinci masalah dengan jelas agar dapat dipahami dengan baik, dan sebaiknya dilengkapi dengan data pendukung.
²⁸ Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan meneliti permasalahan terkait Analisis Peramalan Persediaan Barang pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli.

1.3 Batasan Masalah

Menurut Sugiyono (2018: 290),⁷⁹ karena keterbatasan tenaga, dana, dan waktu, serta agar hasil penelitian lebih terarah, peneliti tidak akan meneliti seluruh aspek¹⁰⁰ yang ada pada objek atau situasi sosial tertentu, melainkan harus menetapkan fokus penelitian.⁷⁷ Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini dibatasi pada analisis peramalan persediaan barang di UD Kurniawan pada tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

1. Berapakah peramalan persediaan Produk Susu SGM di UD Kurniawan dari bulan Oktober-Desember tahun 2023?
2. Metode manakah yang paling efektif digunakan untuk peramalan persediaan Susu SGM pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peramalan persediaan Produk Susu SGM di UD Kurniawan dari bulan oktober-Desember tahun 2023⁵¹
2. Untuk mengetahui Metode manakah yang paling efektif digunakan untuk peramalan Persediaan Produk Susu SGM Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli

⁹ 1.6 Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

- a) Penelitian ini dapat membantu penulis untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahaman mereka dalam bidang manajemen persediaan dan analisis peramalan, serta mendapatkan pengalaman dalam melakukan penelitian akademis.

⁹⁷ Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk publikasi ilmiah, yang dapat meningkatkan reputasi akademis dan profesional penulis.

22

2) Bagi Objek Penelitian

- a) Hasil penelitian ini dapat membantu UD Kurniawan untuk memahami dan meningkatkan manajemen persediaan mereka. Dengan memahami tren permintaan dan melakukan peramalan yang akurat, mereka dapat mengoptimalkan stok barang mereka, menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan, dan meningkatkan efisiensi operasional.
- b) Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peramalan persediaan, UD Kurniawan dapat mengurangi biaya penyimpanan dan meningkatkan ketersediaan produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3) Bagi Universitas Nias

- a) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada basis pengetahuan Universitas Nias dalam bidang manajemen bisnis dan analisis peramalan persediaan. Hal ini dapat meningkatkan reputasi universitas sebagai lembaga yang mendukung penelitian akademis.
- b) Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan kualitas lulusan universitas dengan memberikan mereka pengalaman dalam menerapkan pengetahuan akademis mereka dalam konteks nyata.

28

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar atau referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama atau terkait. Peneliti selanjutnya dapat membangun penelitian mereka berdasarkan temuan dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Peramalan (*forecasting*)2.1.1 Pengertian Peramalan (*forecasting*)

Peramalan (*forecasting*) adalah proses meramalkan atau memprediksi peristiwa atau kondisi di masa depan berdasarkan data dan informasi yang tersedia saat ini. Ini adalah suatu teknik atau metode yang digunakan untuk mencoba memperkirakan apa yang mungkin terjadi di masa mendatang. Menurut Heizer dan Render (2015:113) mendefinisikan peramalan (*forecasting*) adalah suatu seni dan ilmu pengetahuan dalam memprediksi peristiwa pada masa mendatang sedangkan menurut Nafarin (2020:24), Pengertian ramalan penjualan menurut Nafarin adalah proses kegiatan memperkirakan produk yang akan dijual pada waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi dan atau tidak mungkin akan terjadi. Peramalan akan melibatkan pengambilan data historis (penjualan tahun lalu) dan memproyeksi mereka ke masa yang akan datang dengan model matematika. Penggunaan model matematika dalam peramalan mencerminkan pendekatan yang sering digunakan untuk mengolah data historis dan membuat perkiraan nilai masa depan. Model matematika tersebut dapat mencakup metode statistik, regresi, time series, atau model matematika lainnya yang sesuai dengan karakteristik data yang dianalisis.

Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2019:136), ada beberapa jenis model matematika yang umum digunakan dalam peramalan:

1. Metode statistik; Metode statistik melibatkan penggunaan teknik dan konsep statistik untuk menganalisis data historis dan membuat perkiraan. Contoh metode statistik yang umum digunakan adalah rata-rata sederhana, rata-rata bergerak, rata-rata tertimbang, dan eksponensial smoothing.

2. ⁶⁸ Regresi; Regresi digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Metode regresi linier sederhana atau berganda dapat digunakan untuk melakukan peramalan jika terdapat hubungan linier antara variabel-variabel tersebut.
3. ³⁴ Time series; Time series merupakan data yang diambil pada interval waktu yang teratur. Model time series menggunakan data historis sebagai dasar untuk memodelkan dan memprediksi pola, tren, musiman, dan komponen lainnya dalam data tersebut. Metode time series yang umum digunakan antara lain ²² moving average, exponential smoothing, ARIMA (*Autoregressive Integrated Moving Average*), dan model-proses stokastik.
4. Model matematika lainnya; Selain metode di atas, terdapat juga berbagai model matematika lainnya yang dapat digunakan tergantung pada sifat data dan konteks peramalan. Contohnya adalah model regresi non-linier, model ⁹¹ ARMA (*Autoregressive Moving Average*), model GARCH (*Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity*), dan model jaringan saraf tiruan (*neural network*).

Dalam konteks peramalan penjualan, misalnya, data historis penjualan tahun lalu ¹¹⁰ digunakan sebagai dasar untuk memprediksi penjualan di masa yang akan datang. Dengan menerapkan model matematika yang tepat, seperti model time series, yang teridentifikasi dalam data historis dapat digunakan untuk memproyeksikan penjualan di masa depan. Namun, perlu diingat bahwa peramalan tidak selalu memiliki tingkat keakuratan yang sempurna. Faktor-faktor seperti ketidakpastian, perubahan dalam lingkungan bisnis, dan faktor-faktor tidak terduga lainnya dapat mempengaruhi keakuratan perkiraan. Oleh karena itu, peramalan harus diperlakukan sebagai alat bantu pengambilan keputusan yang berdasarkan pada informasi yang tersedia, tetapi tetap memerlukan penilaian manusia dan pemahaman konteks bisnis yang luas.

45

2.1.2 Tujuan Peramalan (*Forecasting*)

25 Tujuan dari peramalan (*forecasting*) adalah untuk memberikan gambaran mengenai kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang berdasarkan data dan analisis saat ini. Menurut Sofyan (2020:15), 64 tujuan utama peramalan adalah memprediksi permintaan di masa depan sehingga bisa diperoleh perkiraan yang mendekati kondisi sebenarnya. Meskipun peramalan tidak bisa selalu akurat, hasilnya tetap memberikan panduan penting dalam proses perencanaan.

15

Menurut Heizer dan Render (2019:47), tujuan Peramalan (*Forecasting*) yaitu:

1. Untuk mengaji kebijakan perusahaan yang berlaku pada saat ini dan di masa lalu serta melihat sejauh mana pengaruhnya dimasa depan.
2. Peramalan diperlukan karena adanya time lag atau delay antara saat kebijakan perusahaan
3. ditetapkan dengan saat implementasi.
4. Peramalan merupakan dasar penyusunan bisnis pada suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan efektifitas suatu rencana bisnis.

Sedangkan Menurut Supranto (2020:80), ada beberapa tujuan peramalan (*Forecasting*) yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Bisnis: Salah satu tujuan utama peramalan adalah membantu organisasi merencanakan kegiatan bisnis mereka di masa depan. Ini termasuk perencanaan produksi, perencanaan persediaan, perencanaan keuangan, dan perencanaan strategis. Dengan informasi peramalan yang akurat, perusahaan dapat mengoptimalkan operasi mereka untuk menghadapi permintaan pasar yang diharapkan.
2. Pengambilan Keputusan: Peramalan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan. Hal ini membantu manajer dan pemimpin organisasi membuat keputusan yang lebih terinformasi 71

dalam berbagai aspek bisnis, seperti alokasi sumber daya, investasi, penentuan harga, dan kebijakan bisnis.

3. Pengelolaan Persediaan: Perusahaan menggunakan peramalan untuk mengelola persediaan barang. Dengan memprediksi permintaan di masa depan, perusahaan dapat menghindari stok yang terlalu besar atau terlalu kecil, sehingga mengurangi biaya penyimpanan atau kehilangan penjualan.
4. Penyusunan Anggaran: Peramalan digunakan dalam proses penyusunan anggaran perusahaan. Ini membantu organisasi merencanakan alokasi dana yang diperlukan untuk berbagai kegiatan dan proyek.
5. Peramalan Keuangan: Dalam konteks keuangan, peramalan digunakan untuk memprediksi kinerja keuangan masa depan suatu perusahaan, termasuk pendapatan, laba, dan aliran kas. Ini penting bagi investor, analis keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya.
6. Prediksi Kinerja Ekonomi: Peramalan juga digunakan untuk memprediksi kinerja ekonomi nasional atau global. Ini membantu pemerintah, bank sentral, dan organisasi non-profit dalam perencanaan kebijakan ekonomi.
7. Perencanaan Sumber Daya Manusia: Di bidang manajemen sumber daya manusia, peramalan digunakan untuk memprediksi kebutuhan tenaga kerja di masa depan, membantu perusahaan merencanakan rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan.
8. Analisis Risiko: Peramalan juga dapat membantu dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko bisnis. Dengan memahami potensi perubahan di masa depan, organisasi dapat mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak risiko yang mungkin terjadi.

Peramalan memiliki peran penting dalam membantu organisasi membuat keputusan yang lebih baik, merencanakan dengan efisien,

mengelola sumber daya dengan bijak, dan mengurangi ketidakpastian di masa depan.

2.1.3 Fungsi Peramalan (*Forecasting*)

Fungsi peramalan (*forecasting*) berperan penting dalam pengambilan keputusan, di mana keputusan yang baik didasarkan pada prediksi apa yang mungkin terjadi ketika keputusan tersebut diterapkan. Jika peramalan yang dibuat kurang akurat, hal ini dapat menyebabkan masalah yang sering dihadapi dalam proses pengambilan keputusan. Ginting (2007:22) menjelaskan bahwa peramalan memainkan peran kunci dalam mengantisipasi berbagai kemungkinan masa depan, yang kemudian menjadi dasar bagi keputusan yang lebih bijaksana dan tepat.

1. Mendukung perencanaan; Peramalan membantu dalam perencanaan kegiatan bisnis di masa depan. Dengan memiliki perkiraan yang akurat tentang nilai-nilai masa depan, perusahaan dapat merencanakan produksi, persediaan, penjualan, dan kegiatan lainnya secara lebih efisien. Perencanaan yang didasarkan pada peramalan yang baik dapat membantu menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menghadapi perubahan pasar dengan lebih baik.
2. Pengendalian operasional; Peramalan digunakan untuk mengendalikan operasional bisnis. Dengan membandingkan perkiraan dengan data aktual, perusahaan dapat mengidentifikasi penyimpangan dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Misalnya, jika penjualan aktual lebih rendah dari perkiraan, perusahaan dapat melakukan penyesuaian dalam perencanaan produksi, pengadaan bahan baku, atau strategi pemasaran.
3. Pengambilan keputusan taktis; Peramalan membantu dalam pengambilan keputusan taktis yang berkaitan dengan penentuan harga, alokasi sumber daya, dan strategi pemasaran. Informasi yang diperoleh dari peramalan dapat digunakan untuk menentukan harga

yang optimal, mengalokasikan sumber daya dengan efektif, dan merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

4. Identifikasi peluang bisnis; Peramalan membantu dalam mengidentifikasi dan peluang bisnis potensial. Dengan menganalisis data historis dan memproyeksikan nilai-nilai masa depan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi bisnis, mengembangkan produk atau layanan baru, dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memanfaatkan peluang bisnis yang muncul.

Menurut Heizer dan Render (2009:47), peramalan atau forecasting memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji kebijakan perusahaan yang berlaku saat ini dan di masa lalu serta melihat sejauh mana pengaruh di masa datang.
2. Peramalan diperlukan karena adanya time lag atau delay antara suatu kebijakan perusahaan ditetapkan dengan saat implementasi.
3. Peramalan merupakan dasar penyusunan bisnis pada suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan efektivitas suatu rencana bisnis.

Peramalan memiliki peran kunci dalam memberikan pandangan yang lebih baik tentang apa yang mungkin terjadi di masa depan, sehingga organisasi dapat merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan yang lebih baik sesuai dengan tujuan bisnis mereka.

2.1.4 Jenis-jenis Peramalan (*forecasting*)

Peramalan (*forecasting*) dapat dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan berbagai kriteria, seperti metode yang digunakan, jangka waktu, dan tujuan peramalan. Berdasarkan horizon waktu, peramalan (*forecasting*) dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu (Herjanto, 2008:78):

1. Peramalan jangka panjang, yaitu yang mencakup waktu lebih besar dari 18 bulan. Misalnya, peramalan yang diperlukan dalam

kaitannya dengan penanaman modal, perencanaan fasilitas dan perencanaan untuk kegiatan litbang.

2. Peramalan jangka menengah, yaitu mencakup waktu antara 3 sampai 18 bulan. Misalnya, peramalan untuk perencanaan penjualan, perencanaan produksi dan perencanaan tenaga kerja tidak tetap.
3. Peramalan jangka pendek, yaitu mencakup jangka waktu kurang dari 3 bulan. Misalnya, peramalan dalam hubungannya dengan perencanaan pembelian material, penjadwalan kerja dan penugasan karyawan.

Berdasarkan fungsi dan perencanaan operasi di masa depan, peramalan atau forecasting dibagi menjadi tiga jenis, yaitu (Heizer dan Render, 2009:47):

1. Peramalan ekonomi (economic forecast), peramalan ini menjelaskan siklus bisnis dengan memprediksi tingkat inflasi, ketersediaan uang, dana yang dibutuhkan untuk membangun perumahan dan indikator perencanaan lainnya.
2. Peramalan teknologi (technological forecast), peramalan ini memperhatikan tingkat kemajuan teknologi yang dapat meluncurkan produk baru yang menarik, yang membutuhkan pabrik dan peralatan yang baru.
3. Peramalan permintaan (demand forecast), adalah proyeksi permintaan untuk produk atau layanan perusahaan. Proyeksi permintaan untuk produk atau layanan suatu perusahaan. Peramalan ini juga disebut peramalan penjualan yang mengendalikan produksi, kapasitas, serta sistem penjadwalan dan menjadi input bagi perencanaan keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia.

Berdasarkan jenis data ramalan yang disusun, peramalan dibagi menjadi dua jenis, yaitu (Saputro dan Asri, 2000:148):

1. Peramalan kualitatif, yaitu peramalan yang didasarkan atas data kualitatif pada masa lalu. Hasil ramalan yang dibuat sangat tergantung pada orang yang menyusunnya. Hal ini penting karena

peramalan tersebut ditentukan berdasarkan pemikiran yang bersifat intuisi, pendapat, dan pengetahuan serta pengalaman dari penyusunnya. Biasanya peramalan secara kualitatif ini didasarkan atas hasil penyelidikan, seperti pendapat salesman, pendapat sales manager pendapat para ahli dan survey konsumen.

2. Peramalan kuantitatif, yaitu peramalan yang didasarkan atas data penjualan pada masa lalu. Hasil peramalan yang dibuat sangat tergantung pada metode yang dipergunakan dalam peramalan tersebut. Penggunaan metode yang berbeda akan diperoleh hasil yang berbeda pula.

Berdasarkan sifat penyusunannya, peramalan dibagi menjadi dua jenis, yaitu (Ginting, 2007)

1. Peramalan subjektif, yaitu peramalan yang didasarkan atas perasaan atau intuisi dari orang yang menyusunnya.
2. Peramalan objektif, yaitu peramalan yang didasarkan atas data yang relevan pada masa lalu, dengan menggunakan teknik-teknik dan metode-metode dalam penganalisaan data tersebut.

Dalam bisnis dan manajemen, pemilihan jenis peramalan yang sesuai sangat tergantung pada sifat data yang tersedia, tujuan peramalan, dan konteks penggunaannya. Kombinasi berbagai jenis peramalan mungkin diperlukan untuk memberikan wawasan yang komprehensif dan akurat dalam pengambilan keputusan.

2.1.5 Faktor-Faktor Peramalan (*forecasting*)

Peramalan (*forecasting*) merupakan proses yang kompleks, dan hasil peramalan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor ini perlu dipertimbangkan saat melakukan peramalan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Menurut Nasution dan Prasetyawan (2020:29), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Peramalan (*forecasting*), yaitu sebagai berikut:

1. Data Historis: Kualitas dan kuantitas data historis yang tersedia memiliki dampak besar pada akurasi peramalan. Data yang lengkap, relevan, dan berkualitas tinggi adalah fondasi dari peramalan yang baik.
2. Jenis Data: Jenis data yang dianalisis, apakah data deret waktu, data penjualan, data cuaca, atau jenis data lainnya, akan memengaruhi metode peramalan yang dipilih.
3. Metode Peramalan: Pemilihan metode peramalan yang sesuai dengan sifat data dan tujuan peramalan adalah faktor kunci. Metode statistik seperti rata-rata bergerak, regresi, atau eksponensial, serta metode kualitatif seperti Delphi, dapat digunakan tergantung pada konteks.
4. Perubahan Musiman dan Tren: Jika data menunjukkan pola musiman atau tren, maka perlu mempertimbangkan ini dalam peramalan. Metode yang dapat menangani musiman dan tren, seperti dekomposisi musiman atau model regresi, dapat diperlukan.
5. Siklus Ekonomi: Peramalan ekonomi dan faktor-faktor makroekonomi dapat memengaruhi peramalan bisnis. Fluktuasi dalam siklus ekonomi dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran, sehingga perlu diperhatikan.
6. Efek Khusus: Peristiwa atau faktor khusus, seperti perubahan regulasi, bencana alam, perubahan kompetisi pasar, atau perubahan dalam preferensi pelanggan, dapat memiliki dampak signifikan pada peramalan.
7. Pengetahuan Domain: Pengetahuan tentang industri atau bidang yang sedang dianalisis adalah faktor penting dalam memahami konteks peramalan dan membuat asumsi yang tepat.
8. Teknologi dan Alat: Penggunaan perangkat lunak dan teknologi yang tepat untuk analisis data dan peramalan dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi peramalan.
9. Partisipasi Tim Multidisiplin: Keterlibatan tim multidisiplin yang terdiri dari ahli statistik, ahli bisnis, dan ahli domain yang relevan

dapat menghasilkan peramalan yang lebih baik dan menggabungkan wawasan yang berbeda.

10. Perubahan Internal Perusahaan: Perubahan dalam strategi bisnis, operasi, atau kebijakan perusahaan dapat memengaruhi peramalan. Ini termasuk perubahan dalam produk, layanan, organisasi, atau target pasar.
11. Evaluasi dan Penyesuaian Berkelanjutan: Peramalan harus dievaluasi secara berkala, dan jika diperlukan, disesuaikan dengan hasil aktual. Proses ini memungkinkan perbaikan berkelanjutan dan peningkatan akurasi peramalan di masa depan.
12. Tingkat Ketidakpastian: Peramalan selalu memiliki tingkat ketidakpastian. Memahami sejauh mana peramalan dapat diandalkan penting untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Sedangkan Menurut Sumayang (2003:24),³ ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Peramalan (*forecasting*).¹¹ yaitu sebagai berikut:

1. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi umum seperti inflasi dan resesi yang berdampak cukup besar pada penjualan. Manajer harus mempelajari secara menyeluruh tentang perubahan politik, ekonomi, sosial dan teknologi untuk meramalkan penjualan yang lebih akurat. Selain itu, tren pasar masa lalu, preferensi konsumen, nasional pendapatan, pendapatan pribadi yang dapat dibelanjakan dan lain sebagainya harus dipertimbangkan sebelum memproyeksikan penjualan untuk periode berikutnya.

2. Demografi Konsumen

Demografi konsumen seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan harus dipertimbangkan sebelum memproyeksikan permintaan barang dan jasa tertentu. Kelompok sosial seperti keluarga atau lingkungan pertemanan juga mempengaruhi perilaku pembelian individu. Dengan demikian,

semua faktor ini harus dipelajari dengan cermat sebelum memperkirakan penjualan untuk periode tertentu.

3. Pesaing (Kompetitor)

Ada beberapa pesaing di pasar yang berurusan dengan jenis produk dan layanan serupa. Oleh karena itu, tim pemasaran harus mempelajari strategi penetapan harga, desain produk, peningkatan teknologi, skema promosi, kampanye iklan dan lain-lainnya dengan sangat hati-hati agar dapat bersaing dengan Kompetitor atau pesaing pada pasar yang sama. Perusahaan juga harus terus mencermati pendatang baru yang mungkin akan mengubah pangsa pasar perusahaan secara signifikan.

4. Perubahan Strategi Perusahaan

Perubahan dalam perusahaan juga dapat mempengaruhi penjualan, seperti perubahan kampanye periklanan, skema promosi dan kebijakan harga dapat membawa perubahan yang signifikan pada angka penjualan. Oleh karena itu, manajemen dituntut untuk mempelajari setiap perubahan terkait pengaruhnya terhadap penjualan keseluruhan perusahaan.

Kesimpulannya, peramalan yang baik mempertimbangkan semua faktor ini dengan cermat, dan memadukan analisis data yang baik dengan pemahaman yang mendalam tentang konteks bisnis dan eksternalnya. Ini membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih baik dan menghadapi perubahan pasar dengan lebih siap.

2.1.6 Karakteristik Peramalan (*forecasting*)

Karakteristik peramalan (*forecasting*) adalah sifat-sifat atau ciri-ciri yang menggambarkan proses peramalan dan hasilnya. Memahami karakteristik peramalan adalah penting untuk mengukur kualitas dan keandalan peramalan.

Menurut Scott Armstrong (2020:45), ada beberapa karakteristik peramalan (*forecasting*) yaitu sebagai berikut:

1. Masa Depan: Peramalan adalah proses meramalkan atau memprediksi kejadian atau nilai di masa depan. Ini bertujuan untuk memberikan pandangan ³³ tentang apa yang mungkin terjadi di waktu yang akan datang berdasarkan data dan informasi yang tersedia.
2. Data Historis: Peramalan sering menggunakan data historis sebagai dasar untuk membuat prediksi. Data masa lalu ⁶⁰ digunakan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan fluktuasi yang dapat membantu dalam meramalkan masa depan.
3. Tingkat Ketidakpastian: Semua ³⁸ peramalan memiliki tingkat ketidakpastian. Tidak mungkin untuk meramalkan masa depan dengan kepastian mutlak. Oleh karena itu, peramalan selalu disertai dengan tingkat keyakinan atau interval kepercayaan.
4. Tujuan Pengambilan Keputusan: Peramalan bertujuan untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Informasi yang dihasilkan dari peramalan digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk merencanakan operasi, strategi, dan alokasi sumber daya.
5. Relevansi Konteks: Peramalan harus relevan dengan konteks dan tujuan bisnis. Peramalan dapat memiliki berbagai tingkat detail dan fokus, tergantung pada kebutuhan pengambilan keputusan.
6. Akurasi: Salah satu tujuan utama peramalan adalah mencapai tingkat akurasi yang tinggi. Akurasi merupakan indikator sejauh mana peramalan sesuai dengan data aktual di masa depan.
7. Kerendahan Biaya: Proses peramalan seharusnya tidak memakan biaya yang tidak dapat dijustifikasi. Manajemen persediaan harus mengoptimalkan biaya persediaan dan pengadaan.
8. Dinamis: Peramalan sering diperbarui ¹¹⁷ secara berkala untuk mencerminkan perubahan dalam data historis, kondisi pasar, atau strategi bisnis. Peramalan yang statis dapat kehilangan relevansi seiring berjalannya waktu.
9. Metode dan Model: Peramalan menggunakan metode dan model statistik atau matematis yang sesuai dengan sifat data dan tujuan peramalan. Pemilihan metode peramalan yang tepat sangat penting.

10. Proses Berkelanjutan: Proses peramalan adalah suatu siklus yang berulang. Data aktual di masa depan digunakan untuk memperbarui dan memperbaiki peramalan, menciptakan proses peramalan berkelanjutan.
11. Partisipasi Tim Multidisiplin: Dalam organisasi besar, tim yang terdiri dari berbagai ahli dan pemangku kepentingan dapat terlibat dalam proses peramalan untuk memberikan wawasan yang lebih baik.
12. Tingkat Rincian: Peramalan dapat memiliki tingkat rincian yang bervariasi, dari peramalan global hingga peramalan produk atau wilayah tertentu, sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Sedangkan Menurut Nasution (2019:32). Karakteristik peramalan yang baik sebagai berikut:

- 1) Akurasi Diukur dengan kebiasaan dan kekonsistenan peramalan tersebut.
- 2) Biaya Biaya yang diperlukan dalam pembuatan suatu peramalan adalah tergantung dari jumlah item yang diramalkan, lama periode, metode peramalan yang dipakai.
- 3) Kemudahan Penggunaan metode peramalan yang sederhana, mudah dibuat, dan mudah diaplikasikan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan

Kesimpulan dari karakteristik peramalan yang baik adalah bahwa peramalan harus memberikan visi tentang masa depan, relevan dengan tujuan bisnis, dan akurat. Ini juga harus mengoptimalkan biaya dan efisien serta bisa disesuaikan dengan perubahan. Dalam proses peramalan, penggunaan metode yang sesuai dan partisipasi tim multidisiplin dapat meningkatkan efektivitasnya.

2.1.7 Teknik Peramalan

Untuk meramalkan kondisi di masa depan yang belum diketahui oleh perusahaan, langkah pertama yang penting adalah mengidentifikasi pola

data dari periode sebelumnya. Metode kualitatif tidak mengandalkan pola data karena ketiadaan data yang dapat digunakan sebagai pola, sehingga lebih mengutamakan pendapat para ahli di bidang terkait. Sebaliknya, metode kuantitatif memiliki pola data karena menggunakan data historis permintaan yang dapat diolah untuk mengidentifikasi pola tersebut. Berikut ini adalah prosedur dalam melakukan peramalan:

1. Plot data permintaan vs waktu
2. Pilih beberapa metode peramalan
3. Evaluasi kesalahan peramalan
4. Pilih metode peramalan dengan kesalahan peramalan terkecil
5. Interpretasi hasil peramalan

Jenis-jenis pola data yang sering ditemukan dalam peramalan:
Keterangan:

1. Horizontal, adalah data permintaan yang berbentuk fluktuatif dengan rentang waktu yang pendek.
2. Trend, pola data ini mempunyai jangka waktu yang panjang untuk mendasari pertumbuhan suatu data runtut waktu. Pola data ini memiliki pergerakan data yang sedikit demi sedikit meningkat ataupun menurun.
3. Siklikal, adalah pola data yang terjadinya setiap beberapa tahun sekali. Fluktuasi dari runtut waktu karena perubahan kondisi ekonomi.
4. Musiman (seasonal), pola data musiman berulang pada jangka waktu tertentu. Fluktuasi musiman sering dijumpai pada data kuartal bulanan atau mingguan.

Pada hal ini menggunakan pola data musiman terdapat metode-metode peramalan sebagai berikut:

1. Moving average
2. Single moving average

2.1.8 Metode Peramalan²⁶

Menurut Heizer dan Render (2019:117-118), terdapat dua pendekatan utama dalam peramalan, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Pendekatan kualitatif didasarkan pada faktor-faktor penting seperti intuisi, pengalaman pribadi, dan sistem nilai pengambilan keputusan. Sementara itu, peramalan kuantitatif menggunakan berbagai model matematika yang bergantung pada data historis untuk memprediksi permintaan atau penjualan. Peramalan kualitatif mengandalkan intuisi pengambil keputusan, perasaan, pengalaman, serta sistem nilai untuk membuat prediksi. Beberapa perusahaan hanya menggunakan salah satu metode, namun kombinasi kedua pendekatan sering kali menjadi yang paling efektif dalam praktik.

a. Opini Eksekutif: Dalam metode ini, pendapat dari sejumlah kecil manajer atau ahli senior dikombinasikan dengan model statistik untuk menghasilkan perkiraan permintaan. Sebagai contoh, Bristol-Myers Squibb melibatkan 220 ilmuwan terkemuka untuk memperoleh pandangan tentang tren masa depan dalam riset medis.

b. Metode Delphi: Metode ini melibatkan tiga jenis partisipan, yaitu pengambil keputusan, karyawan, dan responden. Pengambil keputusan biasanya terdiri dari 5 hingga 10 ahli yang bertugas membuat peramalan. Karyawan mendukung proses dengan menyebarkan, mengumpulkan, dan merangkum kuesioner serta hasil survei. Responden adalah kelompok yang memberikan masukan kepada pengambil keputusan sebelum ramalan dilakukan, sering kali berada di lokasi yang berbeda. Misalnya, negara bagian Alaska menggunakan metode Delphi untuk meramalkan ekonomi jangka panjangnya, dengan partisipasi pakar dari berbagai bidang terkait.

c. Komposit Tenaga Penjualan: Dalam pendekatan ini, setiap tenaga penjualan memperkirakan potensi penjualan di wilayah mereka.

Perkiraan ini kemudian ditinjau untuk memastikan keakuratannya, dan setelah itu digabungkan di tingkat wilayah dan nasional untuk membentuk ramalan keseluruhan.

- d. **Survei Pasar:** Metode ini mengandalkan masukan dari konsumen terkait rencana pembelian mereka di masa depan. Selain membantu membuat prediksi, survei ini juga berguna dalam perbaikan desain produk dan perencanaan yang lebih baik. Namun, hasilnya bisa kurang akurat jika input dari konsumen terlalu optimistis. Sebagai contoh, runtuhnya industri telekomunikasi pada tahun 2001 disebabkan oleh ekspansi berlebihan yang berdasarkan percakapan informal dengan konsumen tentang permintaan yang diperkirakan akan meningkat pesat.

3 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah metode peramalan yang sangat mengandalkan pola data historis yang ada. Peramalan kuantitatif ini digunakan jika kondisi berikut terpenuhi (Wardhani, 2019): a. Tersedia informasi tentang data masa lalu. b. Informasi tersebut dapat dikuantitatifkan dalam bentuk data. c. Informasi tersebut diasumsikan bahwa pola masa lalu akan terus berlanjut di masa depan.

Metode peramalan kuantitatif dalam perhitungannya menggunakan pendekatan matematis. Ada dua jenis metode peramalan kuantitatif, yaitu:

1) Metode Deret Waktu (Time Series Models)

Metode deret waktu berfokus pada nilai suatu variabel yang diatur secara periodik sepanjang waktu, di mana perkiraan permintaan diproyeksikan. Model deret waktu membuat prediksi dengan asumsi bahwa masa depan adalah fungsi dari masa lalu, yaitu apa yang terjadi selama periode sebelumnya digunakan untuk meramalkan masa depan.

Contohnya, jika kita ingin memperkirakan penjualan mesin pemotong rumput, kita akan menggunakan data penjualan minggu lalu.

Beberapa metode dalam pendekatan deret waktu menurut Sofyan (2019:21), antara lain:

1. Pendekatan Awan (Naive Approach): Teknik ini mengasumsikan bahwa permintaan pada periode mendatang akan sama dengan permintaan pada periode saat ini.
2. Metode Rata-Rata Bergerak (Moving Average): Moving average adalah metode umum dan mudah untuk digunakan dalam analisis teknikal. Metode ini menggunakan sejumlah data aktual masa lalu untuk menghasilkan peramalan. Moving average berguna ketika diasumsikan bahwa permintaan pasar stabil. Terdapat beberapa jenis moving average:

Single Moving Average: Peramalan untuk satu periode ke depan berdasarkan rata-rata data pada beberapa periode sebelumnya.

Rumusnya:

$$F_{t+1} = \frac{X_t + X_{t-1} + \dots + X_{t-n+1}}{N}$$

$$F_{t+1} = \frac{X_t + X_{t-1} + \dots + X_{t-n+1}}{N}$$

Di mana:

X_t = Data permintaan pada periode t

N = Jumlah periode yang digunakan

F_{t+1} = Nilai peramalan periode $t+1$

¹⁰⁴ Linier Moving Average: Metode yang menghitung rata-rata data masa lalu secara linier. Langkah-langkah perhitungannya termasuk menghitung variabel t dan $t+1$ untuk menghasilkan peramalan periode ke depan.

⁹⁰ Weighted Moving Average: Metode moving average yang memberikan bobot lebih besar pada data yang lebih baru. Rumusnya:

$$F_t = w_1 \cdot X_{t-1} + w_2 \cdot X_{t-2} + \dots + w_n \cdot X_{t-n} \quad \text{di mana } w_1 + w_2 + \dots + w_n = 1$$

Di mana w adalah bobot yang diberikan pada data tiap periode.

3. Metode Penghalusan Eksponensial (Exponential Smoothing): Metode ini menggabungkan data terbaru dengan penyesuaian dari kesalahan ramalan sebelumnya. Ada beberapa variasi metode ini:

²³ Single Exponential Smoothing: Menggunakan rumus:

$$F_{t+1}' = \alpha \cdot X_t + (1-\alpha) \cdot F_t'$$

Di mana:

X_t = Data aktual pada periode t

α = Konstanta pemulusan

F_{t+1}' = Nilai peramalan periode $t+1$

Double Exponential Smoothing (DES): Melibatkan dua parameter, salah satunya untuk penyesuaian tren. Metode ini digunakan untuk deret waktu dengan tren linier.

Exponential Smoothing Musiman: Digunakan ketika terdapat pola musiman pada data, seperti penjualan selama liburan atau awal tahun ajaran baru.

2) Metode Kausal

Metode kausal memperkirakan permintaan berdasarkan analisis hubungan antara variabel yang diperkirakan dengan variabel lain yang memengaruhinya. Metode ini membantu meramalkan perubahan jangka panjang dan menengah. Beberapa jenis metode kausal adalah:

1. **Analisis Regresi:** Metode statistik yang menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel untuk memprediksi nilai variabel yang tidak diketahui.
2. **Model Ekonometri:** Digunakan untuk menjelaskan sektor aktivitas penjualan atau ekonomi melalui persamaan regresi.
3. **Model Input-Output:** Menganalisis aliran antar sektor ekonomi untuk memperkirakan input yang diperlukan guna memenuhi output yang diinginkan.
4. **Model Simulasi:** Mencoba mereplikasi perilaku proses dengan mengembangkan model dan melakukan percobaan, misalnya simulasi perilaku konsumen terhadap harga dan iklan.

Metode-metode di atas digunakan dalam peramalan untuk membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dalam manajemen persediaan, produksi, dan perencanaan strategi bisnis.

2.1.9 Metode Error Peramalan

Kualitas peramalan diukur berdasarkan seberapa besar perbedaan (error) antara hasil estimasi dan data aktual. Menurut Febrina et al. (2013), keakuratan setiap model peramalan (seperti rata-rata bergerak, penghalusan eksponensial, atau metode lainnya) dapat dinilai dengan membandingkan nilai yang diprediksi dengan nilai aktual. Kesalahan peramalan dihitung menggunakan rumus berikut (Heizer & Render, 2019:148):

$$\text{Kesalahan Peramalan} = \text{Permintaan Aktual} - \text{Nilai Peramalan}$$

Beberapa metode umum untuk menghitung kesalahan peramalan meliputi:

a. Mean Absolute Error (MAE): MAE adalah rata-rata nilai absolut dari kesalahan peramalan, dihitung dengan mengukur perbedaan antara nilai yang diprediksi dan nilai aktual. Rumusnya adalah:

$$\text{MAE} = \sum |X_t - S_t| / N$$

b. Mean Squared Error (MSE): MSE adalah rata-rata kuadrat dari selisih antara nilai yang diramalkan dan nilai yang diamati. Rumusnya adalah:

$$\text{MSE} = \sum (\text{Kesalahan Peramalan})^2 / N$$

c. Mean Absolute Percentage Error (MAPE): MAPE mengukur rata-rata persentase kesalahan absolut dari peramalan. Rumusnya adalah:

$$\text{MAPE} = (100 / n) \sum |(X_t - F_t) / X_t|$$

atau

$$\text{MAPE} = \Sigma \text{Kesalahan Persen Absolut} / N$$

³
Keterangan: X_t = Data aktual penjualan F_t = Hasil peramalan n =
Jumlah Periode

Dalam konteks metode peramalan penjualan menggunakan time series, penulis memilih dua metode, yaitu single moving average dan exponential smoothing. Metode single moving average lebih fokus pada pengamatan terbaru, menjadikannya lebih responsif terhadap perubahan mendadak dalam data, cocok untuk peramalan jangka pendek. Sedangkan exponential smoothing juga memberi bobot lebih pada data terbaru, mengikuti perubahan jangka pendek dalam data.

Kedua metode ini adalah teknik peramalan yang relatif sederhana dan mudah dipahami tanpa memerlukan analisis statistik yang kompleks. Penelitian Suhardi et al. (2020) dengan judul "Peramalan Penjualan Keramik Menggunakan Metode Moving Average dan Exponential Smoothing Pada Usaha Agus Keramik" menunjukkan bahwa metode Moving Average dengan periode 5 bulan memiliki kesalahan terkecil dan akurasi yang mendekati nilai penjualan aktual. Ini menandakan bahwa metode Moving Average, meskipun sederhana, efektif dalam memprediksi penjualan, sesuai dengan temuan bahwa metode tersebut, meskipun sederhana, dapat memberikan hasil yang baik dalam situasi tertentu.

15 2.2 Konsep Persediaan Barang

2.2.1 Persediaan Barang

Persediaan barang, dalam konteks bisnis dan manufaktur, merujuk pada kuantitas barang yang disimpan oleh perusahaan atau organisasi untuk digunakan dalam proses produksi, distribusi, atau penjualan di masa depan. Persediaan adalah aset penting bagi banyak perusahaan karena memungkinkan mereka untuk menjaga kelancaran operasi dan memenuhi permintaan pelanggan. Persediaan barang dapat berupa berbagai jenis barang, termasuk bahan baku, bahan dalam proses (barang setengah jadi), dan barang jadi yang siap untuk dijual. Menurut Stice (2020:571), “Persediaan ditujukan untuk barang-barang yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan bisnis normal, dan dalam kasus perusahaan manufaktur, maka persediaan ditujukan untuk barang dalam proses produksi atau, yang ditempatkan dalam kegiatan Produksi. Hal serupa diungkapkan Horngren dan Harrison (2019:244), “Persediaan (inventory) adalah barang dagang yang disimpan oleh perusahaan untuk dijual kepada pelanggan”.

Menurut Rangkuti (2019:22), “Persediaan adalah bahan-bahan, bagian yang disediakan, dan bahan-bahan dalam proses yang terdapat dalam perusahaan untuk proses produksi, serta barang-barang jadi atau produk yang disediakan untuk memenuhi permintaan dari konsumen atau pelanggan setiap waktu”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persediaan adalah barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau untuk diproduksi dan selanjutnya dijual kembali yang merupakan aktiva bagi perusahaan.

36 2.2.2 Tujuan Persediaan Barang

Tujuan dari persediaan barang adalah untuk memastikan ketersediaan produk atau barang tertentu dalam jumlah yang cukup

dan pada waktu yang tepat untuk memenuhi permintaan pelanggan atau kebutuhan operasional perusahaan. Tujuan utama dari menjaga persediaan barang adalah untuk mengoptimalkan operasi bisnis dan memberikan layanan pelanggan yang baik.

Menurut Jacobs dan Chase (2018:518), tujuan persediaan barang adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjaga independensi operasional.

Pasokan material di dalam pusat kerja memungkinkan untuk memusatkan fleksibilitas pada kegiatan operasional. Misalnya, karena ada biaya untuk membuat setiap pengaturan produksi baru, persediaan ini memungkinkan manajemen untuk mengurangi jumlah pengaturan.

2. Untuk mencapai variasi dalam permintaan produk.

Jika suatu permintaan akan produk diketahui dengan pasti, ada kemungkinan untuk memproduksi produk untuk memenuhi permintaan. Biasanya, bagaimanapun, permintaan tidak diketahui secara pasti, dan safety stock atau buffer stock (persediaan pengaman) harus dijaga untuk menahan variasi tersebut.

3. Untuk memungkinkan fleksibilitas dalam penjadwalan produksi.

Persediaan yang tersedia mengurangi tekanan pada sistem produksi untuk memproduksi barang. Hal ini menyebabkan waktu tunggu yang lebih lama, yang memungkinkan perencanaan produksi untuk aliran yang lebih lancar dan biaya operasi yang lebih rendah melalui produksi ukuran lot yang lebih besar. Biaya pemasangan yang tinggi, misalnya, mendukung produksi unit yang lebih besar setelah pengaturan dilakukan.

4. Menyediakan perlindungan terjadinya variasi pada waktu pengiriman bahan baku.

Ketika material dipesan melalui vendor, keterlambatan dapat terjadi dengan berbagai alasan; variasi waktu pengiriman, kekurangan persediaan pada vendor yang mengakibatkan tumpukan pengerjaan, kerusakan yang tidak terprediksi pada vendor atau perusahaan pengiriman lainnya, pesanan yang hilang, atau kesalahan pengiriman atau material yang cacat.

5. Mengambil keuntungan dari ukuran pesanan ekonomis.

Terdapat biaya yang harus dikeluarkan ketika melakukan pesanan; tenaga kerja, panggilan telepon, pengetikan, pengiriman, dan lainnya. Jadi, semakin besar pesanan, semakin sedikit pesanan yang perlu ditulis. Selain itu, semakin banyak jumlah pesanan, biaya pengiriman per unit akan semakin rendah.

6. Alasan domain lain yang bersifat spesifik.

Tergantung pada situasi, persediaan perlu dibawa. Sebagai contoh, persediaan yang sedang transit adalah material yang sedang bergerak dari pemasok ke pelanggan dan tergantung pada jumlah pesanan dan lead time transitnya.

20

Menurut Agus Ristono (2009:4) tujuan pengelolaan persediaan adalah sebagai berikut yaitu:

1. Untuk dapat memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen dengan cepat (memuaskan konsumen).
2. Untuk menjaga kontinuitas produksi atau menjaga agar perusahaan tidak mengalami kehabisan persediaan yang mengakibatkan terhentinya proses produksi.
3. Untuk mempertahankan dan bila mungkin meningkatkan penjualan dan laba perusahaan.) Menjaga agar pembelian secara kecil-kecilan dapat dihindari, karena dapat mengakibatkan ongkos pesan menjadi besar.
4. Menjaga supaya penyimpanan dalam emplacement tidak besar-besaran, karena akan mengakibatkan biaya menjadi besar.

Menurut ¹⁷ Sunyoto (2012:15), ada beberapa tujuan persediaan diantaranya:

1. Menghilangkan pengaruh ketidakpastian.
2. Memberi waktu luang untuk pengelolaan produksi dan pembelian.
3. Untuk mengantisipasi perubahan pada permintaan dan penawaran.
4. Menghilangkan/mengurangi risiko keterlambatan pengiriman bahan.
5. Menyesuaikan dengan jadwal produksi.
6. Menghilangkan/mengurangi resiko kenaikan harga.
7. Menjaga persediaan bahan yang dihasilkan secara musiman.
8. Mengantisipasi permintaan yang dapat diramalkan.
9. Mendapatkan keuntungan dari quantity discount.
10. Komitmen terhadap pelanggan.

Kesimpulan dari pernyataan ini adalah bahwa pengelolaan persediaan barang bertujuan untuk menjaga ketersediaan, efisiensi operasional, dan pelayanan pelanggan yang baik sambil menghindari biaya yang tidak perlu. Ini melibatkan berbagai strategi dan kebijakan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan.

²⁶ 2.2.3 Jenis-jenis Persediaan Barang

Persediaan barang merupakan salah satu elemen penting dalam manajemen rantai pasokan dan operasi bisnis. Terdapat beberapa jenis persediaan barang, yang dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya. Menurut ¹⁴ Sofyan (2013:50), persediaan dibagi atas 5 (lima) jenis, yaitu:

1. Persediaan bahan baku (raw material stock), yaitu barang-barang yang dibeli dari pemasok (supplier) dan akan digunakan

atau diolah menjadi produk jadi yang akan dihasilkan oleh perusahaan.

2. Persediaan barang setengah jadi atau barang dalam proses (work in process/progress stock), yaitu bahan baku yang sudah diolah atau dirakit menjadi komponen namun masih membutuhkan langkah-langkah selanjutnya agar produk dapat selesai dan menjadi produk akhir.
3. Persediaan bagian produk atau parts yang dibeli (component stock), yaitu persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen (parts) yang diterima dari perusahaan lain, yang dapat secara langsung dirakit dengan parts lain, tanpa proses produksi sebelumnya.
4. Persediaan barang jadi (finished goods), yaitu barang yang telah diproses dan siap untuk disimpan di gudang, kemudian dijual atau didistribusikan ke lokasi pemasaran.
5. Persediaan bahan-bahan pembantu atau barang-barang perlengkapan (supplies stock), yaitu barang-barang yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan produksi, namun tidak menjadi bagian produk akhir yang dihasilkan perusahaan.

18

Menurut Ristono (2020:7-8), Pembagian jenis persediaan berdasarkan tujuannya terdiri dari:

1. Persediaan Pengamanan (safety stock)

Persediaan pengamanan atau sering pula disebut sebagai safety stock adalah persediaan yang dilakukan untuk mengantisipasi unsur ketidakpastian permintaan dan penyediaan. Apabila persediaanpengaman tidak mampu mengantisipasi ketidakpastian tersebut, akan terjadi kekurangan persediaan (stockout).

2. Persediaan Antisipasi

Persediaan antisipasi disebut sebagai stabilization stock merupakan persediaan yang dilakukan untuk menghadapi

fluktuasi permintaan yang sudah dapat diperkirakan sebelumnya.

3. Persediaan dalam Pengiriman

Persediaan dalam pengiriman disebut work-in process stock.

Dengan adanya berbagai jenis persediaan, perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis mereka. Hal ini penting untuk memastikan kelancaran operasi dan pelayanan kepada pelanggan.

2.2.4 Fungsi-Fungsi Persediaan Barang

Persediaan barang dalam manajemen rantai pasokan dan operasi bisnis memiliki beberapa fungsi penting. Menurut Rangkuti (2019:15), fungsi-fungsi persediaan barang yaitu:

1. Fungsi Independensi Persediaan memiliki fungsi agar perusahaan dapat melakukan proses produksi meski supplier tidak dapat menyanggupi jumlah dan waktu pemesanan barang yang dilakukan perusahaan dengan cepat.
2. Fungsi Ekonomis Persediaan memiliki fungsi agar perusahaan dapat menggunakan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.
3. Fungsi Antisipasi Persediaan memiliki fungsi agar perusahaan dapat melakukan antisipasi pada perubahan permintaan konsumen.

Menurut Muslich (2019:77), ada beberapa fungsi-fungsi persediaan barang yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Pelindung (Protective Function): Persediaan barang berfungsi sebagai pelindung terhadap ketidakpastian dalam permintaan dan pasokan. Ini mencakup persediaan keselamatan (safety stock) yang digunakan untuk mengatasi fluktuasi dalam permintaan atau pasokan, sehingga perusahaan dapat

menghindari kekurangan persediaan yang dapat menyebabkan hilangnya penjualan atau gangguan dalam produksi.

2. Fungsi Pelayanan (Service Function): Persediaan barang memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Dengan memiliki persediaan yang cukup, perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat dan menghindari penundaan dalam pengiriman.
3. Fungsi Ekonomis (Economic Function): Persediaan barang dapat membantu perusahaan mengambil keuntungan dari ukuran pesanan ekonomis. Dengan memesan barang dalam jumlah yang lebih besar, biaya pesanan per unit dapat ditekan, sehingga mengurangi biaya operasional. Selain itu, dengan memesan dalam jumlah besar, perusahaan dapat memperoleh diskon pembelian dalam jumlah besar.
4. Fungsi Produksi (Production Function): Persediaan barang bahan baku dan barang dalam proses adalah komponen penting dalam proses produksi. Mereka memungkinkan perusahaan untuk menjaga kelancaran produksi tanpa terganggu oleh fluktuasi dalam pasokan bahan baku.
5. Fungsi Pemasaran (Marketing Function): Persediaan barang jadi memungkinkan perusahaan untuk menjawab permintaan pasar yang bervariasi. Ini memungkinkan perusahaan untuk menjaga stok produk yang siap dikirim kepada pelanggan dengan cepat.
6. Fungsi Keuangan (Financial Function): Persediaan barang dapat memengaruhi aliran kas perusahaan. Terlalu banyak persediaan dapat mengikat modal perusahaan, sementara terlalu sedikit persediaan dapat mengganggu kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen persediaan perlu mempertimbangkan keseimbangan antara biaya persediaan dan likuiditas.
7. Fungsi Manajemen Risiko (Risk Management Function): Persediaan barang, termasuk persediaan pengaman, dapat

digunakan untuk mengelola risiko dalam rantai pasokan. Ini mencakup melindungi perusahaan dari risiko ketidakpastian dalam pasokan atau permintaan.

8. Fungsi Produksi dan Persediaan (Production and Inventory Function): Persediaan barang dalam proses merupakan bagian integral dalam pengaturan proses produksi. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan proses produksi dengan menjaga aliran kerja yang efisien.
9. Fungsi Pengelolaan Persediaan (Inventory Management Function): Persediaan barang memerlukan pengelolaan yang cermat. Fungsi ini mencakup perencanaan persediaan, pemantauan persediaan, pengendalian persediaan, dan pengoptimalan persediaan.
10. Fungsi Penjualan (Sales Function): Persediaan barang jadi memungkinkan perusahaan untuk menjawab permintaan pelanggan dengan produk yang siap dikirim, yang dapat memengaruhi penjualan dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya, persediaan barang memiliki peran penting dalam manajemen rantai pasokan dan operasi bisnis yang mencakup aspek perlindungan, pelayanan, ekonomi, produksi, pemasaran, keuangan, manajemen risiko, produksi, pengelolaan persediaan, dan penjualan. Fungsi-fungsi ini membantu perusahaan dalam menjalankan operasinya dengan efisien dan efektif serta menghadapi ketidakpastian dalam bisnis.

2.2.5 Manajemen Persediaan Barang

Manajemen persediaan barang adalah serangkaian proses, praktik, dan kebijakan yang dirancang untuk mengelola dan mengendalikan persediaan barang atau produk dalam perusahaan atau organisasi. Tujuan utama dari manajemen persediaan adalah memastikan ketersediaan barang yang cukup untuk memenuhi

permintaan pelanggan, menjaga aliran produksi yang lancar, mengoptimalkan biaya persediaan, dan menghindari kekurangan persediaan atau tumpukan barang yang tidak perlu. Menurut Assuari (2019:2), Manajemen persediaan adalah kegiatan perusahaan dalam menentukan komposisi persediaan agar perusahaan dapat melakukan pengaturan dan pengawasan atas pelaksanaan pemesanan dan penyimpanan barang yang diperlukan oleh perusahaan berdasarkan jumlah dan waktu yang dibutuhkan dengan biaya paling rendah".

Menurut Ristono (2018:3), ada beberapa manajemen persediaan barang melibatkan beberapa tugas dan tanggung jawab, termasuk yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Persediaan: Proses perencanaan persediaan melibatkan perhitungan seberapa banyak barang yang harus dibeli atau diproduksi, kapan harus membeli atau memproduksi, dan berapa banyak yang perlu disimpan dalam stok. Ini melibatkan peramalan permintaan, analisis musiman, dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti waktu pengiriman, risiko ketidakpastian, dan biaya pesanan.
2. Pengadaan Barang: Bagian dari manajemen persediaan adalah mengatur pembelian atau produksi barang dengan benar. Ini termasuk negosiasi dengan pemasok, pengawasan pemasok, dan memastikan bahwa barang yang dipesan sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan.
3. Penyimpanan dan Penyusunan Barang: Persediaan perlu disimpan dengan benar dalam fasilitas penyimpanan yang sesuai. Ini melibatkan pengorganisasian stok di gudang agar mudah diakses dan menghindari kerusakan atau kadaluwarsa.
4. Pemantauan dan Pengendalian Persediaan: Manajemen persediaan melibatkan pemantauan berkelanjutan terhadap jumlah barang di stok. Ini mencakup pemantauan tingkat persediaan aktual, pengecekan kualitas barang, dan deteksi

kekurangan persediaan atau tumpukan barang yang tidak diperlukan.

5. Pengoptimalan Persediaan: Manajemen persediaan berusaha mencapai keseimbangan yang tepat antara memenuhi permintaan pelanggan dan mengurangi biaya persediaan. Ini mencakup aspek-aspek seperti menentukan ukuran pesanan ekonomis, mengelola persediaan pengaman, dan merencanakan persediaan berdasarkan faktor musiman atau perubahan pasar.
6. Manajemen Siklus Hidup Barang: Ini melibatkan pemantauan dan manajemen barang selama siklus hidupnya, termasuk pembelian, produksi, penyimpanan, distribusi, dan penghapusan barang yang sudah tidak terpakai atau kadaluwarsa.
7. Manajemen Kualitas: Memastikan bahwa barang dalam persediaan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga produk akhir yang dihasilkan juga memenuhi standar kualitas yang diinginkan.
8. Manajemen Risiko: Mengidentifikasi dan mengelola risiko-risiko yang terkait dengan persediaan, termasuk risiko perubahan harga, risiko ketidakpastian dalam pasokan, dan risiko perubahan dalam permintaan.

Dengan manajemen persediaan yang efisien, perusahaan dapat mencapai kinerja yang lebih baik, kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dan profitabilitas yang lebih besar. Selain itu, manajemen persediaan juga berperan dalam menjaga kelancaran produksi dan meminimalkan risiko terkait dengan pasokan dan permintaan.

2.2.6 Keputusan Dalam Manajemen Persediaan

Keputusan dalam manajemen persediaan adalah langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan untuk mengelola, mengawasi, dan mengoptimalkan persediaan barang. Keputusan ini

bertujuan untuk memastikan ketersediaan barang yang cukup, menjaga aliran produksi yang lancar, dan menghindari kekurangan atau tumpukan barang yang tidak diperlukan.

²¹ Menurut Yamit (2020:219) biaya dalam keputusan persediaan terdapat lima kategori, sebagai berikut:

1. Biaya pemesanan (Ordering Cost) Adalah biaya yang dikaitkan dengan usaha untuk mendapatkan bahan baku atau barang dari luar.
2. Biaya penyimpanan (Carrying Cost atau Holding Cost) Adalah biaya yang memiliki komponen utama yaitu biaya modal, biaya simpan, dan biaya resiko.
3. Biaya kekurangan persediaan (Stock-Out Cost) Adalah biaya yang terjadi apabila persediaan tidak tersedia di gudang ketika dibutuhkan untuk produksi atau ketika langganan memintanya.
4. Biaya yang dikaitkan dengan kapasitas Adalah biaya yang terjadi karena perubahan dalam kapasitas produksi.
5. Biaya bahan atau barang itu sendiri Adalah harga yang harus dibayar atas item yang dibeli. Biaya ini akan dipengaruhi oleh besarnya diskon yang diberikan oleh supplier.

Ketika mengambil keputusan persediaan, perusahaan harus mempertimbangkan keseimbangan antara biaya-biaya ini. Keputusan yang baik dalam manajemen persediaan akan mencoba untuk mengoptimalkan ³³ biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya kekurangan persediaan, dan biaya lainnya, sambil meminimalkan biaya keseluruhan yang terkait dengan persediaan.

3.3 Hasil Penelitian Terdahulu

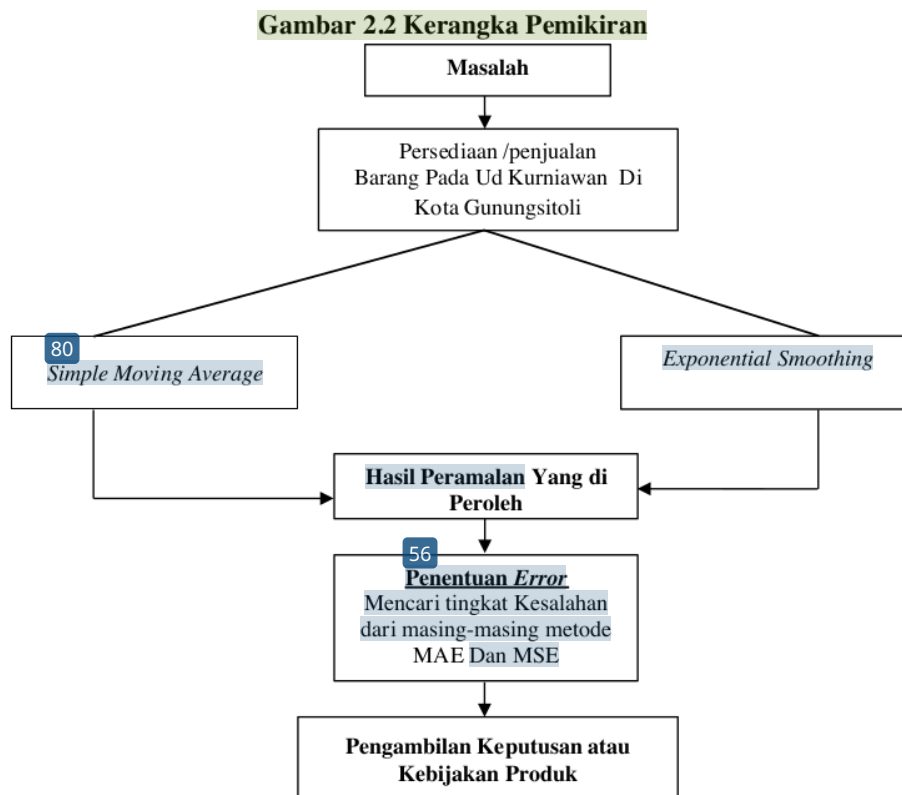
No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Keterangan
1	John Doe	2018	"Analisis Peramalan Persediaan di Sektor Manufaktur di kota medan"	Menyajikan model peramalan berbasis regresi linier. pada Skala dan Ruang Lingkup: Analisis Peramalan Persediaan di Sektor Manufaktur di kota medan sedangkan yang kedua Khusus mempertimbangkan peramalan persediaan barang di UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli artinya Perbedaan: Penelitian pertama memiliki ruang lingkup yang lebih luas, sementara penelitian kedua lebih spesifik terkait dengan satu perusahaan.
2	Yuliana Setiawan	2018	Manajemen Persediaan: Studi Kasus UD Kurniawan Palembang	Penelitian yang berfokus pada manajemen persediaan di cabang UD Kurniawan di Palembang. Artinya Manajemen Persediaan: Studi Kasus UD Kurniawan Palembang": Terlihat dari judulnya, penelitian ini mungkin lebih menekankan pada manajemen persediaan secara umum, dengan fokus pada UD Kurniawan di Palembang. Mungkin mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan stok, pengadaan

				<p>barang, dan strategi manajemen persediaan sedangkan Analisis Peramalan UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli. Fokus penelitian ini lebih khusus pada analisis peramalan persediaan barang di UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli. Mungkin melibatkan metode peramalan untuk memprediksi kebutuhan persediaan di lokasi tersebut.</p>
3	Michael Johnson	2018	<p>Analisis Metode Peramalan Terbaik dalam Manajemen Persediaan di Surabaya</p>	<p>Mengidentifikasi metode peramalan eksponensial yang efektif artinya Penelitian pertama menekankan pencarian metode peramalan terbaik dalam manajemen persediaan, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada analisis peramalan persediaan di UD Kurniawan. Ini mencerminkan tujuan penelitian yang berbeda kemudian dalam Skala Organisasi adalah Penelitian pertama tidak secara khusus menyebutkan organisasi yang diteliti, sementara penelitian saya menyebutkan UD Kurniawan. Ini memberikan konteks spesifik tentang organisasi yang menjadi fokus penelitian.</p>

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran, sering disebut juga sebagai "kerangka konseptual" atau "kerangka teoritis," adalah suatu konsep atau landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian atau studi untuk memberikan panduan dan dasar pemikiran. Menurut Sugiyono (2019:95), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka Pemikiran sebagai berikut:



Sumber. Olah Penulis, 2024

Keterangan:

Garis \longrightarrow : Langkah/prosedur

Garis --- : Metode

Sesuai dengan uraian latar belakang, kerangka pemikiran ini fokus pada permasalahan persediaan/penjualan barang pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli. Metode peramalan yang digunakan termasuk Simple Moving Average dan Exponential Smoothing. Analisis dilakukan terhadap hasil peramalan yang diperoleh, dengan penentuan tingkat kesalahan menggunakan Metode Mean Absolute Error (MAE) dan Mean Squared Error (MSE). Tingkat kesalahan yang dihitung dari kedua metode tersebut memberikan gambaran mengenai seberapa akurat peramalan yang telah dilakukan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk pengambilan keputusan atau kebijakan terkait produk, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi persediaan dan penjualan.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis data berbasis peramalan kuantitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan karakteristik populasi tertentu atau fenomena secara rinci. Metode ini juga fokus pada pemecahan masalah yang ada saat ini berdasarkan data yang dikumpulkan di lapangan. Sugiyono (2019:9) menyatakan bahwa metode kuantitatif adalah “metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini disebut positivistik karena hanya mengandalkan fakta-fakta konkret yang diperoleh dari lapangan. Data berbentuk angka yang telah dianalisis menjadi informasi yang akurat dalam penelitian.

Arikunto (2019:9) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif melibatkan langkah-langkah seperti pengumpulan data, klasifikasi data, analisis data, pengolahan data, dan penyusunan kesimpulan serta saran. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran objektif atau deskriptif mengenai kondisi tertentu.

3.1.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa perantara. Data ini dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur, menurut Sugiyono (2019), yaitu wawancara yang dilakukan tanpa pedoman sistematis dan lengkap. Wawancara ini dilakukan dengan Manager, Koordinator, Wakil

Koordinator, Kepala, dan Staf Gudang UD Kurniawan, serta mencakup struktur organisasi, deskripsi jabatan, dan data persediaan selama tiga tahun terakhir.

2. ⁷⁰ Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga yang mencatat data tersebut. ³⁴ Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder meliputi data permintaan atau penjualan barang di UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli dari Januari 2021 hingga September 2023.

³ 3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada elemen-elemen atau konsep-konsep yang diteliti dalam suatu studi. Variabel-variabel ini dapat berupa karakteristik, kondisi, sifat, atau fenomena yang diamati, diukur, dan dianalisis dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Variabel penelitian adalah faktor-faktor yang diamati atau diukur dalam sebuah penelitian. ³⁸ Menurut Sugiono (2020:3), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dimana variabel penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu permintaan atau penjualan barang dengan menggunakan metode peramalan kuantitatif.

⁶⁷ 3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam konteks penelitian atau analisis statistik merujuk pada keseluruhan individu atau objek yang menjadi fokus kajian. Secara umum, populasi berarti ⁸⁶ kelompok individu, objek, atau elemen yang memiliki karakteristik atau ciri tertentu dalam suatu studi. Menurut Arikunto (2019), ⁴⁶ populasi adalah keseluruhan subjek yang menjadi objek penelitian.

Sedangkan menurut Sugiyono (2019), populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi adalah sekumpulan objek penelitian atau beberapa sampel dengan karakteristik khusus. Dalam penelitian ini, populasi mencakup keseluruhan peramalan persediaan barang di UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian dan statistik, penggunaan sampel sering diperlukan karena pengumpulan data dari seluruh populasi bisa jadi tidak mungkin atau tidak praktis. Menurut Arikunto (2019), sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang sedang diteliti. Di sisi lain, Sugiyono (2019) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut..

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, karena Persediaan Barang Pada UD Kurniawan banyak diminati atau dibeli oleh konsumen karena dari segi harga dan kualitasnya baik dan aman untuk digunakan dimana sampel dalam penelitian ini adalah Peramalan Persediaan Barang dari Januari 2020 sampai September 2023, sehingga total sampel adalah 45 bulan. Perlu diingat bahwa pemilihan frekuensi sampel (misalnya, bulanan) harus didasarkan pada tujuan penelitian dan karakteristik data yang ada. Dalam kasus ini, penelitian bertujuan untuk memahami tren dan perubahan dalam Peramalan Persediaan Barang selama periode waktu yang spesifik, maka pengambilan sampel per bulan merupakan pendekatan yang sesuai.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merujuk pada alat atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk memastikan data yang dikumpulkan tepat, akurat, dan relevan.

Menurut Sugiyono (2019:102), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati, yang secara khusus disebut sebagai variabel penelitian. Hardani dkk (2020:116) menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif, instrumen bisa berupa tes, pedoman wawancara, pedoman observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi, wawancara tidak terstruktur, dan analisis dokumen sebagai instrumen penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap krusial dalam penelitian, mengingat tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Dalam penelitian kuantitatif, teknik-teknik seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sering digunakan. Menurut Sugiyono (2019:224), "Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis yang sangat penting dalam penelitian, karena pencapaian tujuan penelitian bergantung pada kualitas data yang dikumpulkan. Tanpa memahami metode yang tepat untuk mengumpulkan data, peneliti tidak akan mendapatkan informasi yang sesuai dengan standar yang ditetapkan." Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam penelitian ini, Peneliti akan melakukan observasi atau pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian yaitu UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli untuk melihat bagaimana persediaan barang dagang dengan dokumentasi berupa foto.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterber dalam Sugiyono 2017:114). Dalam penelitian ini, Peneliti akan melakukan wawancara dengan para informan, yaitu manajer dan karyawan bagian persediaan UD Kurniawan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai peramalan persediaan barang dagangnya.

3. Analisa Dokumen

Menganalisa dan mengolah data-data yang diberikan oleh pihak perusahaan agar sesuai dengan metode yang dimiliki.

3.6 Teknik Analisa data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Peramalan *Single Moving Average (Rata-rata Bergerak Tunggal)* dan *Exponential Smoothing (Penghalusan Eksponensial)*. Metode yang digunakan untuk Peramalan Persediaan Barang Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli adalah metode peramalan *Single Moving Average* dan pemulusan eksponensial (*exponential smoothing*), Untuk meramalkan Persediaan Barang tahun 2023 yang akan datang, yaitu metode yang menghasilkan nilai *moving average*, 3 bulanan dan 5 bulanan serta nilai dari *exponential smoothing*.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

UD Kurniawan, Jln Pelud binaka Km. 17.1 No. 21 Idanotae Kec. Gunungsitoli Idanoi

3.7.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini di lakukan selama 2 bulan, mulai dari bulan September sampai dengan bulan Oktober 2024. Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Jadwal																									
	April 2024			Mei 2024				Juni 2024			Juli 2024				Agus 2024			Sept 2024			Okt 2024			Nov 2024		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2
Kegiatan proposal skripsi	■	■	■																							
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
Pendaftaran seminar proposal skripsi																		■								
Pengumpulan Data																					■	■	■	■	■	■
Penulisan Naskah skripsi																					■	■	■	■	■	■
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing																					■	■	■	■	■	■
Penulisan																								■	■	■

menyediakan peralatan elektronik rumah tangga, peralatan kantor, dan perlengkapan listrik.

Pada tahun 2010, UD Kurniawan merespon kebutuhan pasar yang berkembang dengan membuka cabang baru di beberapa lokasi strategis di Gunungsitoli. Ini membantu perusahaan untuk lebih dekat dengan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Seiring dengan perkembangan teknologi dan permintaan pasar yang berubah, UD Kurniawan terus mengikuti tren dan memperbarui inventaris mereka dengan produk-produk terbaru dan inovatif. Mereka juga memperluas jangkauan bisnis mereka dengan memasarkan produk-produk mereka secara online melalui platform e-commerce.

4.1.2 Visi Misi UD Kurniawan Dikota Gunungsitoli

Visi :

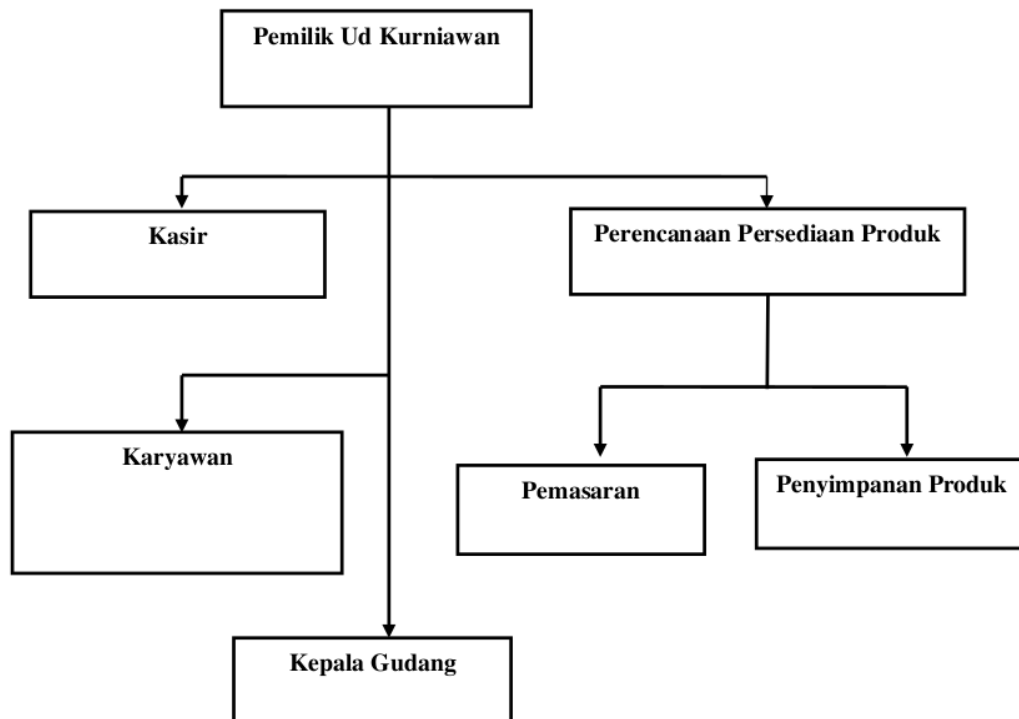
Menjadi mitra terpercaya dalam memenuhi kebutuhan elektronik dan elektrikal di Kota Gunungsitoli, menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang mencari kualitas, layanan, dan inovasi.

Misi :

1. Menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif, sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif kepada setiap pelanggan, baik secara langsung di toko maupun melalui platform online.
3. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memastikan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka serta memberikan solusi yang tepat waktu atas masalah dan pertanyaan yang muncul.
4. Berkontribusi secara positif pada perkembangan ekonomi lokal dengan mendukung produk-produk lokal dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat.

5. Mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar sehingga terus mampu menyediakan produk-produk terbaru dan inovatif kepada pelanggan.
6. Membangun hubungan yang kuat dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya untuk memastikan pasokan barang yang stabil dan berkualitas.

4.1.3 Struktur Organisasi UD Kurniawan Dikota Gunungsitoli



48

Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD Kurniawan Dikota Gunungsitoli.

4.1.4 Tugas Pokok dan Fungsi Pemilik dan Karyawan UD Kurniawan Dikota Gunungsitoli.

1. Pemilik UD Kurniawan

1. Bertanggungjawab dan memimpin UD Kurniawan
2. Memimpin kegiatan usaha secara keseluruhan.
3. Menetapkan langkah-langkah pokok dalam melaksanakan kebijakan.
4. Melihat laporan stok barang pada UD Kurniawan.
5. Membaca dan menganalisis laporan bisnis dan menindaklanjutinya
6. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dipimpinnya.

2. Kasir

1. Melayani Transaksi Penjualan

Tugas kasir toko yang paling utama tentu saja adalah membantu para konsumen dengan melayani segala transaksi penjualan dan penerimaan pembayaran. Seorang kasir harus mampu berkomunikasi dengan pelanggan secara ramah dan menyenangkan. Kasir toko juga harus teliti mengecek segala penerimaan pembayaran melalui cash ataupun menggunakan kartu kredit/debit agar tidak keliru.

2. Melakukan Packing Barang

Seorang kasir sebaiknya juga bisa melakukan packing barang-barang belanjaan konsumen yang telah dibayarkan di kasir. Dalam hal ini, kasir diharapkan untuk melakukannya dengan cepat tapi tetap berhati-hati. Pastikan barang belanjaan konsumen bisa dikemas dengan rapi dan ada yang tertinggal satu pun di area kasir.

3. Memberikan Informasi yang Dibutuhkan Konsumen

Tugas kasir toko bukan hanya sekadar melayani transaksi barang namun juga harus mampu memberikan informasi mengenai produk-produk yang ada di toko.

4. Mencatat Seluruh Transaksi dengan Cermat

Meskipun saat ini sudah banyak toko yang dilengkapi dengan mesin kasir yang canggih, namun seorang kasir tetaplah harus selalu berhati-hati dan teliti dalam mencatat seluruh transaksi pelanggan. Kasir juga harus berhati-hati dalam memasukkan nilai pembayaran yang harus dibayar pelanggan agar tidak keliru dan menimbulkan kerugian.

5. Membersihkan Area Kasir

Sebelum memulai transaksi, kasir harus memastikan semua area di sekitarnya bersih dan nyaman. Mesin kasir yang kurang terjaga kebersihannya akan memberikan kesan yang kurang baik di mata konsumen. .

6. Menyetorkan Uang Hasil Penjualan

Setelah jam kerja tugas kasir toko usai, kasir perlu untuk menyetorkan seluruh transaksi penjualan kepada atasan dan seluruh bukti-bukti pembayaran transaksi dari mesin kasir.

2. Perencanaan Persediaan Produk

13 1. Menerima barang/bahan baku produk yang sesuai dengan surat jalan dari petugas pengantar.

Peran/wewenang: Memeriksa kelengkapan dan harga barang / bahan baku tersebut, melaporkan kepada pihak terkait / menolak pengiriman barang jika terdapat kecurigaan barang tersebut tidak dipesan atau tanpa surat jalan.

31 2. Mengawasi barang/bahan pada saat diturunkan dan dibongkar. Peran/wewenang: Ikut menghitung barang /bahan pada saat, menuliskan keadaan barang yang diterima pada surat jalan yang ditandatangani oleh petugas pengantar barang, meminta form/bukti penerimaan barang kepada petugas pengantar, memastikan jumlah yang diantar sesuai dengan pesanan.

13 3. Mempersiapkan barang yang akan dikirim ke konsumen.

13

Peran/wewenang: Mengeluarkan barang yang akan dikirim dari tempat penyimpanan (gudang), membuat surat jalan untuk Bagian Pengiriman.

13

4. Bertanggung jawab atas keamanan, kebersihan dan tata cara penyimpanan barang.

Peran/wewenang: Menjamin barang terhindar dari resiko rusak atau hilang.

5. Menyediakan bahan yang selalu diperlukan di Toko

13

Peran/wewenang: Menjamin ketersediaan bahan/barang yang selalu dibutuhkan, jika kehabisan stok maka harus segera dilaporkan kepada Manajer Keuangan untuk segera diadakan/disediakan kembali.

13

6. Membuat laporan bulanan mengenai posisi dan jumlah persediaan barang secara keseluruhan yang ada di gudang.

Peran/wewenang: Mendata stok bahan baku/barang.

1

3. Pemasaran

1. Merespons Kebutuhan Pelanggan

Tugas divisi pemasaran tak hanya sekedar menciptakan strategi dan melaksanakannya, tapi lebih kepada merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tugas divisi ini adalah memperhatikan apa yang ada di pasar dan mengidentifikasi masalah yang mungkin dialami pelanggan perusahaan.

Misalnya dengan memberikan informasi tentang produk dan layanan baru. Kemudian meminta umpan balik lewat survei atau wawancara setelah meluncurkan produk atau layanan.

Hasil survei ini berguna untuk membantu memahami perasaan pelanggan tentang produk tersebut. Selain itu, tugas pemasaran adalah menjalin komunikasi dengan klien untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

2. Melakukan dan Mengelola Kampanye Pemasaran

Salah satu tugas pemasaran adalah melakukan kampanye pemasaran. Kampanye ini bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk atau layanan baru hingga meningkatkan moral karyawan.

Tim pemasaran bertanggung jawab untuk mengelola berbagai kampanye pemasaran dan inisiatif perusahaan. Manajer pemasaran diharapkan terbiasa dengan semua aspek proses pemasaran mulai dari pengembangan ide melalui riset konsumen hingga peluncuran produk.

3. Mengawasi Vendor dan Agen

Pemasaran juga bertanggung jawab untuk mengawasi pekerjaan vendor dan agen dari luar perusahaan. Sangat penting bagi manajer divisi pemasaran mengawasi pekerjaan vendor sehingga mereka tidak menyimpang dari rencana yang telah disepakati atau gagal memenuhi harapan pelanggan.

4. Memantau dan Mengelola Media Sosial

Salah satu tugas pemasaran adalah mendesain konten media sosial dan mengawasi konten yang diposting di akun medsos perusahaan. Pemasaran dituntut bekerja sama untuk memastikan merek (brand) produk terwakili dengan benar setiap saat.

Media sosial pun bisa dimanfaatkan tim divisi pemasaran untuk mendapatkan umpan balik, komentar, ide dan saran dari pelanggan. Sehingga perusahaan bisa mengetahui bagaimana mereka bisa meningkatkan produk dan layanan mereka sesuai keinginan pelanggan.

5. Mengawasi Tren dan Mengawasi Persaingan

Pemasaran tak melulu soal analisis dan sintesis informasi, tapi juga mengawasi tren dan aktivitas pesaing. Tak hanya itu divisi pemasaran juga harus mampu menganalisis tren

dan aktivitas pesaing, dan memprioritaskan delegasi tugas untuk tim.

6. Mengkomunikasikan Pekerjaan dan Nilai Merek dengan Tim

Tanggung jawab utama divisi pemasaran adalah mengkomunikasikan pekerjaan dan nilai merek (brand value). Kunci utama tim pemasaran adalah harus berkomunikasi secara efektif dengan karyawan, pelanggan, dan mitra tentang value dan persepsi produk.

Prioritas kunci itu meliputi reputasi, dan inovasi. Seorang ahli pemasaran pun harus memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang mendorong bisnis ke depan dan mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut secara efektif.

7. Mengembangkan Strategi Bisnis

Pemasaran adalah tentang pertumbuhan perusahaan. Tugas seorang profesional pemasaran adalah menciptakan strategi yang akan meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi perusahaan.

Strategi bisnis ini membantu untuk menjangkau sekelompok pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan. Oleh karenanya dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk menghasilkan pendapatan maksimum.

8. Membuat Konten dan Menyediakan Website Toko

Kerja sama antara tim pemasaran merupakan kolaborasi terbaik untuk mengoptimalkan website toko. Selain itu, konten juga diharapkan memberikan informasi berguna, relevan dan menarik bagi pencarinya.

9. Mendefinisikan dan Mengelola Merek Perusahaan

Pemasaran juga bertanggung jawab untuk mendefinisikan citra merek organisasi perusahaan. Divisi pemasaran yang efektif akan memiliki rencana terperinci yang menguraikan

seperti apa tampilan merek perusahaan di media sosial, website, dan media.

10. Melakukan Riset Pelanggan dan Pasar

Peran lain dari divisi pemasaran adalah melakukan riset pasar yang membantu perusahaan untuk memahami target audiens pasar mereka, pesaing, dan pasar pada umumnya. Divisi pemasaran harus bisa mengidentifikasi kebutuhan, keinginan pelanggan, dan seberapa baik produk atau jasa mereka memenuhi tuntutan ini.

11. Memproduksi Materi Pemasaran dan Promosi

Tak kalah penting divisi pemasaran juga bertanggung jawab untuk membuat dan mendistribusikan materi promosi produk dan layanan perusahaan. Pemasaran biasanya juga membuat barang-barang promosi (merchandise) berupa pena, buku catatan, cangkir, dan lainnya dengan logo perusahaan yang bisa digunakan sebagai hadiah atau pameran.

4. Penyimpanan Produk

1. Bertanggung Jawab Atas Bongkar Muat Barang

Aktivitas di penyimpanan produk tidak lepas dari kegiatan bongkar muat barang. Adapun yang bertanggung jawab atas kegiatan tersebut yaitu bagian staf itu sendiri.

Job desk staf penyimpanan produk meliputi pencatatan dan pengawasan pada setiap barang yang dibongkar muat. Pencatatannya barang berdasarkan pada jumlah, nama, jenis, nama pengirim atau penerima, hingga waktu pengiriman.

2. Menandatangani Surat Penerimaan Barang

Selain melakukan pencatatan dan pengawasan bongkar muat barang di gudang, staf penyimpanan produk juga bertugas menandatangani surat penerimaan barang. Surat

penerimaan barang ini bisa dari produsen, eksportir, dan lain-lain.

Semua proses¹⁶ tentunya harus dilakukan sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan dari Toko. Selain itu, jenis surat yang bisa ditandatangani oleh staf penyimpanan produk hanya yang berkaitan dengan aktivitas barang di gudang dan jika memang diperlukan saja.

3. Melakukan Pengecekan Barang di Gudang

Satu lagi job desk penyimpanan produk adalah melakukan pengecekan barang di gudang. Dalam hal ini, penyimpanan produk akan memeriksa kualitas dan kuantitas barang yang di dalam gudang. Mulai dari ruang penyimpanan, pembongkaran, atau ruang lainnya di dalam gudang.

Mereka harus memastikan³² bahwa barang-barang tersebut sesuai dengan data yang sudah ada atau belum. Tujuannya juga memastikan kondisi dan jumlah barang untuk pencatatan dan pelaporan secara berkala.

4. Menyiapkan Pengiriman dan Penyimpanan Barang

Tugas penyimpanan produk lainnya adalah menyiapkan¹⁹ pengiriman dan penyimpanan barang. Mulai dari persiapan alamat tujuan, kelengkapan administrasi, penghitungan barang, packing barang, hingga pengangkutan barang. Semua ini termasuk dalam kegiatan operasional gudang.

5. Membuat Laporan Secara Berkala

Membuat laporan secara berkala merupakan job desk penyimpanan produk. Semua pencatatan terkait kondisi barang di gudang, nantinya akan dibuat laporan secara berkala dan terperinci.

Hal-hal yang harus dimasukkan ke dalam laporan adalah data barang masuk dan keluar, data barang yang rusak, data pengembalian barang, hingga data stok barang yang tersedia

di gudang. Semua hal tersebut harus ada di dalam laporan yang dibuat secara harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.

6. Berkoordinasi dengan Divisi Lain atau Klien

Job desk penyimpanan produk yang tidak kalah penting adalah melakukan koordinasi dengan divisi lain, pihak manajemen, sampai klien. Seorang staff gudang harus bisa

menjalin hubungan baik dengan mereka.

Sebab tugas penyimpanan produk juga meliputi bagian penjualan, bagian produksi, dan lainnya. Seorang penyimpanan produk harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan klien untuk memastikan prosedur, jumlah, dan kondisi barang yang akan dikirim.

5. Kepala Gudang

Untuk seorang kepala gudang juga harus mengerti apa saja yang akan diperbuat ketika menjabat sebagai staff kepala gudang dan paham apa yang dapat dilakukan agar semuanya dapat berjalan dengan sesuai keinginan perusahaan dengan permintaan perusahaan dan tugas pokok dalam kepala gudang antara lain:

1. Membuat perencanaan

Pada setiap planning yang di bahas disini adalah mulai dari perolehan barang, penyimpanan barang hingga pendistribusian barang secara cepat dan kembali kepada konsumen. Untuk staff kepala gudang harus membuat planning terlebih dahulu agar pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan benar tanpa adanya kesalahan dan kendala.

2. Menjadi pemimpin

Ini adalah menjadi tugas yang penting, karena memang untuk seorang kepala gudang juga adalah seorang pemimpin untuk karyawan bawahannya. Agar menjadi pemimpin yang baik bagi staff dan karyawan, karena ini merupakan hal yang

sangat bagus untuk menjadi salah satu contoh dan panutan yang baik bagi staff karyawan yang bekerja dengan kamu.

3. Mengevaluasi semua kegiatan

Hal ini akan menjadi sesuatu yang sangat penting karena dengan mengulas akan paham tentang apa saja yang harus diperbaiki juga di lakukan dan mana yang harus diperbaiki. Baiknya evaluasi ini yang dilakukan selama satu bulan satu kali atau tiga bulan satu kali. Jangan terlalu lama untuk melakukan memperbaiki dalam bekerja, agar gudang kamu bisa lebih maju dengan evaluasi-evaluasi yang efisien pada saat akan dilakukan rapat evaluasi.

4. Melakukan hal yang tercatat dalam SOP

Mulai dari pemeriksaan barang, pengecekan barang harus diawasi dengan sangat teliti dan tentunya memakai standart SOP ketika akan melakukan hal tersebut agar tidak melanggar dari aturan yang sudah di rencanakan dan harus dilaksanakan dengan baik sesuai dengan perintah.

5. Tugas Tambahan Kepala Gudang

Memastikan tujuan barang dan barang yang ada lokasi agar sama, di cek kembali setiap akhir bulan. Setiap barang masuk, yang belum ada tujuan pengirimannya, segera di update setelah barang tersusun dengan rapi.

1. Karyawan

6

1. Menyambut pelanggan yang datang

Tugas pertama karyawan adalah menyambut pelanggan yang datang ke toko. Mereka wajib memasang ekspresi ramah agar pelanggan merasa nyaman ketika memasuki toko maupun kedai. Berikan senyuman dan obrolan yang sopan sehingga toko kamu memiliki kesan yang baik sejak pertama kali pelanggan masuk.

2. Memberi pelayanan terbaik kepada pelanggan

6 pembeli harus mendapatkan pelayanan terbaik agar mereka merasa dihargai sehingga terdorong untuk membeli produk jualan. serta memberikan pelayanan, karyawan wajib memiliki komunikasi yang baik sehingga bisa melayani berbagai macam jenis pembeli. Selain itu, shopkeeper juga harus paham semua informasi yang berkaitan dengan toko, termasuk soal stok barang maupun promo.

3. Menjawab pertanyaan pelanggan

Terkait tugas di atas, yang tak kalah penting ialah menjawab pertanyaan pelanggan. karyawan wajib bisa menjawab semua pertanyaan dari pembeli, baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti WhatsApp misalnya.

6 4. Menjaga kebersihan dan keamanan toko

Tugas dan tanggung jawab keempat dari shopkeeper adalah menjaga kebersihan dan keamanan toko. Shopkeeper bertanggung jawab menata kembali barang yang telah dilihat pembeli, menjaga kebersihannya, serta keamanannya. Toko atau kedai yang bersih dan aman tentu menjadi poin positif bagi pembeli.

5. Menyampaikan informasi promo

Membagikan informasi promo juga menjadi tugas dan tanggung jawab karyawan karena bagaimana pun pembeli menyukai hal ini.

6 6. Menerima informasi dengan baik

Terkadang, akan ada informasi seperti dokumen maupun surat yang dikirimkan untuk pemilik toko. Nah, shopkeeper wajib memahami hal itu dan harus bisa menyampaikannya dengan baik kepada kamu selaku pemilik toko tersebut.

7. Memantau ketersediaan stok produk

Karyawan adalah memantau ketersediaan stok produk. Karyawan harus paham mana saja barang yang habis, barang yang mendekati kadaluwarsa, hingga mana barang yang rusak. Sehingga, konsumen nggak akan salah mengambil barang.

4.2 Pembahasan Penelitian

UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli bisa mengungkap beragam aspek terkait perusahaan tersebut, baik dari segi sejarah, operasional, pasar, hingga dampaknya terhadap ekonomi lokal. Dalam penelitian ini membahas tentang peramalan penjualan Unibis periode yang akan datang. Dalam perhitungan peramalan persediaan menggunakan data persediaan pada bulan mei tahun 2022 s.d bulan april tahun 2023 untuk di analisis. Metode yang digunakan adalah metode Single Moving Averages, Exponential Smoothing.

Dengan membandingkan hasil peramalan dari dua metode, diharapkan akan memperoleh tingkat kesalahan atau error terkecil, sehingga dapat dijadikan pedoman untuk melakukan periode mendatang.

4.2.1 Peramalan Penjualan Produk Susu SGM Untuk Menentukan Persediaan Pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli.

Dalam melakukan peramalan penjualan untuk persediaan Produk Susu SGM, diperlukan data historis persediaan pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli. Data persedian produk Produk Susu SGM dari bulan mei 2022 s/d april 2023. Data yang digunakan data historis terakhir terhitung 1 tahun (bulan mei 2022 s/d april 2023). Yang tertera pada tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Data Jumlah Persediaan Produk Susu SGM

Tahun 2022 / 2023	Persediaan (Unit)
Mei 2022	208

Juni 2022	235
Juli 2022	212
Agustus 2022	205
September 2022	226
Oktober 2022	234
November 2022	272
Desember 2022	268
Januari 2023	226
Februari 2023	234
Maret 2023	272
April 2023	251
Total	2.843

Sumber : Data UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli, 2024

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa persediaan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan dalam persediaan. Maka akan dilakukan plot data sebelum data diolah, supaya dapat mengetahui pola aliran data yang akan diramal (*forcest*) sehingga dapat mempermudah dalam proses peramalan. Persediaan Produk Susu SGM di plotkan kedalam grafik seperti gambar dibawah ini:

4.2.1 Analisis Peramalan Persediaan Produk Susu SGM Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli

Untuk mengetahui metode peramalan Produk Barang Unibis dalam menentukan jumlah persediaan di UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli dilakukan perhitungan dengan menggunakan *time series* atas metode *Single moving Average* dan *smoothing exponential*. Dari beberapa metode peramalan yang digunakan di hitung tingkat kesalahan peramalan menggunakan *Mean Absolute Deviation* (MAD), *Mean Square Error* (MSE), dan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) dipilih metode peramalan yang mempunyai kesalahannya nilai error). Berikut tabel perhitungan metode tersebut:

1. Metode Peramalan *Single Moving Average* 3 Periode

Rata – rata bergerak tunggal (*Single moving*) merupakan suatu peramalan yang menggunakan n (Jumlah deret waktu yang digunakan) untuk meramalkan periode berikutnya. Dengan dilakukan pengeolahan data dengan rata – rata bergerak tunggal (*Single Moving Average*) untuk peramalan persediaan Produk Susu SGM bulan Mei tahun 2022 s/d bulan april tahun 2023.

63

Tabel 4.2

Hasil Perhitungan *Single Moving Averages* 3 periode Tahun 2022/2023

Bulan	Persediaan	Peramalan 3 Periode	Error	Abs Error MAD	Error ² MSE	% Error MAPE
Mei 2022	208					
Juni 2022	235					
Juli 2022	212					
Agst 2022	205	218,33	-13,33	13,33	177,7778	6,5
Sept 2022	226	217,33	8,67	8,67	75,11111	3,83
Okt 2022	234	214,33	19,67	19,67	386,7778	8,4
Nov 2022	272	221,67	50,33	50,33	2533,444	0,18
Des 2022	268	244,00	24,00	24,00	576	8,95
Jan 2023	226	258,00	-32,00	32,00	1024	14,15
Feb 2023	234	255,33	-21,33	21,33	455,1111	9,11
Maret 2023	272	242,67	29,33	29,33	860,4444	10,78
April 2023	251	244,00	7,00	7,00	49	27,8
Next Forcest		252,33				
Jumlah	2.843		72,33	205,6	6137,667	89,7
Nilai Error				22,84	681,963	9,96
Tingkat Error				MAD	MSE	MAPE

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Dari Tabel 4.2 diperoleh hasil peramalan untuk periode yang akan datang sebesar 252,33 dan hasil dari perhitungan akurasi kesalahan dengan nilai MAD sebesar 22,84 nilai MSE sebesar 681,963 dan nilai MAPE sebesar 9,96.

Adapun cara matematis persamaan yang digunakan adalah:

Menurut Sofyan (2019:22) Rumus peramalan metode (Single Moving Average) ini sebagai berikut:

$$F'_{t+1} = \frac{X_t + X_{t+1} + \dots + X_{t-n+1}}{N}$$

3
Keterangan:

X_t = Data permintaan pada periode t

N = Jumlah deret waktu yang digunakan

F'_{t+1} = Nilai peramalan periode t+1

12
Metode yang digunakan adalah *Single Moving Averages* 3 bulanan, maka untuk meramalkan dengan 3 periode bulanan dimulai dari bulan ke 4 (Agustus 2022) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$F_{\text{agustus}} = \frac{F_{\text{juli}} + F_{\text{juni}} + F_{\text{mei}}}{N = \text{selama 3 periode}}$$

$$F_{\text{agustus}} = \frac{205 + 212 + 235}{3}$$

$$F_{\text{agustus}} = \frac{655}{3}$$

$$F_{\text{agustus}} = 218,33 \text{ (Hasil Peramalan bulan agustus 2022)}$$

$$F_{\text{September}} = \frac{F_{\text{agustus}} + F_{\text{juli}} + F_{\text{juni}}}{N = \text{selama 3 periode}}$$

$$F_{\text{September}} = \frac{212 + 235 + 208}{3}$$

$$F_{\text{September}} = \frac{652}{3}$$

$$F_{\text{September}} = 217,33 \text{ (Hasil Peramalan bulan September$$

2022)

Untuk perhitungan pada peramalan selanjutnya (*Next Forecast*) pada bulan : Mei 2023

$$F_{\text{Mei2023}} = \frac{F_{\text{April2023}} + F_{\text{maret2023}} + F_{\text{februari2023}}}{N = \text{selama 3 periode}}$$

$$F_{\text{Mei}} = \frac{251 + 272 + 234}{3}$$

$$F_{\text{Mei}} = 757$$

$$F_{\text{Mei}} = 252,33 \text{ (Hasil Peramalan bulan Mei)}$$

12 Untuk perhitungan peramalan (*Forecast*) bulan berikutnya sama seperti diatas yaitu dengan menjumlahkan data persediaan selama 3 bulan, data diambil 3 bulan sebelum peramalan, dan dibagi n yaitu 3.

Perhitungan nilai error nya sebagai berikut:

12 1. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAD (*Mean Absolute Deviation*) yakni:

$$\begin{aligned} \text{MAD} &= \sum \left[\frac{A_t - F_t}{n} \right] \\ &= \frac{205,6}{9} \\ &= 22,84 \end{aligned}$$

47 2. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MSE (*Mean Squared Error*) yakni:

$$\begin{aligned} \text{MSE} &= \sum \frac{(A_t - F_t)^2}{n} \\ &= \frac{6137,667}{9} \\ &= 681,963 \end{aligned}$$

23 3. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) yakni:

$$\begin{aligned} \text{MAPE} &= \frac{\sum_{t=1}^n \frac{|X_t - F_t|}{X_t} \times 100}{n} \\ &= \frac{89,7}{9} \\ &= 9,96 \end{aligned}$$

2. Metode Peramalan *Single Moving Average* 5 Periode

Tabel 4.3

Hasil Perhitungan *Single Moving Averages* 5 periode Tahun 2022/2023

Bulan	Persediaan	Peramalan 3 Periode	Error	Abs Error MAD	Error ² MSE	% Error MAPE
Mei 2022	208					
Juni 2022	235					
Juli 2022	212					
Agst 2022	205					
Sept 2022	226					
Okt 2022	234	217,20	16,80	16,80	282,24	7,17
Nov 2022	272	222,40	49,60	49,60	2460,16	18,23
Des 2022	268	229,80	38,20	38,20	1459,24	14,25
Jan 2023	226	241,00	-15,00	15,00	225	-6,6
Feb 2023	234	245,20	-11,20	11,20	125,44	-4,7
Maret 2023	272	246,80	25,20	25,20	635,04	92,65
April 2023	251	254,40	-3,40	3,40	11,56	-1,3
Next Forcast		250,2				
Jumlah	2.843		100,20	159,4	5198,68	119,7
Nilai Error Tingkat Error				22,77	742,668	17,1
				MAD	MSE	MAPE

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Dari Tabel 4.2 diperoleh hasil peramalan untuk periode yang akan datang sebesar 250,2 dan hasil dari perhitungan akurasi kesalahan dengan nilai MAD sebesar 22,77 nilai MSE sebesar 742,668 dan nilai MAPE sebesar 17,1 %.

12 Metode yang digunakan adalah *Single Moving Averages* 5 bulanan, maka untuk meramalkan dengan 5 periode bulanan dimulai dari bulan ke 4 (Oktober 2022) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } F'_{t+1} = \frac{X_t + X_{t+1} + \dots + X_{t-n+1}}{N}$$

$$F_{\text{Oktober}} = \frac{F_{\text{sep}} + F_{\text{Agustus}} + F_{\text{juli}} + F_{\text{juni}} + F_{\text{mei}}}{N = \text{selama 5 periode}}$$

$$F_{\text{Oktober}} = \frac{226 + 205 + 212 + 235 + 208}{5}$$

$$F_{\text{Oktober}} = \underline{1086}$$

5

$$F_{\text{Oktober}} = 217,20 \text{ (Hasil Peramalan bulan Oktober 2022)}$$

$$F_{\text{November}} = \frac{F_{\text{Oktober}} + F_{\text{sep}} + F_{\text{Agustus}} + F_{\text{juli}} + F_{\text{juni}}}{N = \text{selama 5 periode}}$$

$$F_{\text{November}} = \frac{226 + 205 + 212 + 235 + 208}{5}$$

$$F_{\text{November}} = \underline{1112}$$

5

$$F_{\text{November}} = 222,40 \text{ (Hasil Peramalan bulan November 2022)}$$

Untuk perhitungan pada peramalan selanjutnya (*Next Forecast*) pada bulan : Mei 2023

$$F_{\text{Mei 2023}} = \frac{F_{\text{April 2023}} + F_{\text{Maret 2023}} + F_{\text{Feb 2023}} + F_{\text{Jan 2023}} + F_{\text{Des 2022}}}{N = \text{selama 5 periode}}$$

$$F_{\text{Mei}} = \frac{251 + 272 + 234 + 226 + 268}{5}$$

$$F_{\text{Mei}} = \underline{1251}$$

5

$$F_{\text{Mei}} = 250,2 \text{ (Hasil Peramalan bulan Mei 2023)}$$

Perhitungan nilai error nya sebagai berikut:

12 Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAD (*Mean Absolute Deviation*) yakni:

$$\text{MAD} = \sum \left[\frac{|A_t - F_t|}{n} \right]$$

$$= \frac{159,4}{7}$$

$$= 22,77$$

2. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MSE (*Mean Squared Error*) yakni:

$$\text{MSE} = \sum \frac{(A_t - F_t)^2}{n}$$

$$= \frac{5198,68}{7}$$

$$= 742,668$$

3. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) yakni:

$$\text{MAPE} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{|X_t - F_t|}{X_t} \times 100}{n}$$

$$= \frac{17,1}{9}$$

$$= 17,1$$

4.2.2 Peramalan Metode *Exponential Smoothing*

Peramalan dengan Metode *Exponential Smoothing* ini menggunakan pemulusan α (alpha) = 0,1; dan α (alpha) = 0,5;

Tabel 4.4 7
Peramalan Perencanaan Persediaan dengan menggunakan *Exponential Smoothing* dengan nilai $\alpha = 0,1$

Periode	Persediaan	Forecast	Error	Abs Error MAD	Error ² MSE	% Error MAPE
Mei 2022	208					
Juni 2022	235	208	27	27	12,98	12,98
Juli 2022	212	210,7	1,3	1,3	6,17	6,17
Agst 2022	205	210,83	-5,83	5,83	2,76	2,76
Sept 2022	226	210,24	15,76	15,76	7,49	7,49
Okt 2022	234	210,81	23,19	23,19	9,91	9,91
Nov 2022	272	213,12	58,88	58,88	21,64	21,64
Des 2022	268	219,30	48,70	48,70	18,17	18,17
Jan 2023	226	224,17	1,83	1,83	0,8	0,8
Feb 2023	234	225,31	8,69	8,69	3,71	3,71
Maret 2023	272	224,35	47,65	47,65	17,5	17,5
April 2023	251	229,97	21,03	21,03	8,37	8,37
Berikutnya		229,07				
Jumlah				259,86	10181,0254	109,5
Nilai Error				23,62	925.547.763	9,95

7 Tingkat Error		MAD	MSE	MAPE
-----------------------	--	-----	-----	------

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Dari Tabel 4.4 diperoleh hasil peramalan untuk periode yang akan datang sebesar 229,07 dan hasil dari perhitungan akurasi kesalahan dengan nilai MAD sebesar 23,62 nilai MSE sebesar 925.547.763, dan nilai MAPE sebesar 11. Dari hasil perhitungan peramalan *exponential smoothing* dengan kedua nilai α yang berbeda, yang mempunyai kesalahan terkecil berdasarkan nilai MAPE ialah metode $\alpha = 0,1$ yaitu sebesar 9,95 %.

Adapun hitungan matematis persamaan yang digunakan adalah:

$$F_t = F_{t-1} + \alpha (A_{t-1} - F_{t-1})$$

Untuk membuat peramalan bulan juni belum cukup melengkap data sehingga digunakan data bulan Mei. Perhitungan bulan berikutnya adalah:

$$\begin{aligned} F_{\text{Juni}} &= F_{\text{Mei}} + \alpha (A_1 - F_{\text{Mei}}) \\ &= 208 + (0,1) \cdot (208 - 208) \\ &= 208 + 0,1 \cdot (0) \\ &= 208 + 0 \\ &= 208 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} F_{\text{Juli}} &= F_{\text{Juni}} + \alpha (A_2 - F_{\text{Juni}}) \\ &= 208 + (0,1) \cdot (235 - 208) \\ &= 208 + 0,1 \cdot (27) \\ &= 208 + 2,7 \\ &= 210,7 \end{aligned}$$

4. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAD (*Mean Absolute Deviation*) yakni:

$$MAD = \sum \left[\frac{A_t - F_t}{n} \right]$$

$$= \frac{259,86}{11}$$

$$= 23,62$$

47

5. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MSE (*Mean Squared Error*) yakni:

$$\text{MSE} = \sum \frac{(A_t - F_t)^2}{n}$$

$$= \frac{10181,0254}{11}$$

$$= 925.547.763$$

23

6. Perhitungan tingkat kesalahan secara matematis yang digunakan pada MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) yakni:

$$\text{MAPE} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{|X_t - F_t|}{X_t} \times 100}{n}$$

$$= \frac{109,5}{11}$$

$$= 9,95$$

Tabel 4.5

7

Peramalan Perencanaan Persediaan dengan menggunakan *Exponential Smoothing* dengan nilai $\alpha = 0,5$

Periode	Persediaan	Forecast	Error	Abs Error MAD	Error ² MSE	% Error MAPE
Mei 2022	208					
Juni 2022	235	208	27	27	729	12,98
Juli 2022	212	221,5	-9,5	9,5	90,25	4,28
Agst 2022	205	216,75	-11,75	5,83	138,0625	2,68
Sept 2022	226	210,87	15,13	15,13	228,9169	7,17

Okt 2022	234	218,43	15,57	15,57	242,4249	6,65
Nov 2022	272	226,21	45,79	45,79	2096,724	16,83
Des 2022	268	249,10	18,90	18,9	357,21	7,05
Jan 2023	226	258,55	-32,55	32,55	1059,503	14,3
Feb 2023	234	247	-13,00	13	169	5,2
Maret 2023	272	240,50	31,50	31,5	992,25	11,58
April 2023	251	256,25	-5,25	5,25	27,5625	8,37
Berikutnya		253,62				
Jumlah				220,02	6130,9034	97,09
Nilai Error				20,00	557.354.854	8,82
Tingkat Error				MAD	MSE	MAPE

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Dari Tabel 4.5 diperoleh hasil peramalan untuk periode yang akan datang sebesar 253,62 dan hasil dari perhitungan akurasi kesalahan dengan nilai MAD sebesar 20,00 nilai MSE sebesar 557.354.854, dan nilai MAPE sebesar 8,82.

Dari hasil perhitungan peramalan *exponential smoothing* dengan dua nilai α yang berbeda, yang mempunyai kesalahan terkecil berdasarkan nilai MAPE ialah metode $\alpha = 0,5$ yaitu sebesar 8,82 %. Sedangkan nilai $\alpha = 0,1$ sebesar 11 %.

4.3 Hasil Analisa Pembahasan

4.3.1 Peramalan persediaan Produk Susu SGM pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli Tahun 2023 Dengan Menggunakan Metode *Single Moving Average* 3 periode dan 5 periode.

Pada penelitian di UD Kurniawan di kota gunungsitoli menggunakan sistem peramalan (*forecasting*) dimana peneliti meramalkan dat historis Produk Susu SGM. Menurut Heizer dan Render (2015:113) mendefinisikan peramalan (*forecasting*) adalah

suatu seni dan ilmu pengetahuan dalam memprediksi peristiwa pada masa mendatang sedangkan menurut Nafarin (2020:24), Pengertian ramalan penjualan menurut Nafarin adalah proses kegiatan memperkirakan produk yang akan dijual pada waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuahkan berdasarkan data yang pernah terjadi dan atau tidak mungkin akan terjadi, untuk itu dalam peramalan ini menggunakan periode (bulan) pada data historis persediaan Produk Susu SGM dari bulan Mei 2022 s.d April 2023 dengan menggunakan metode *Single Moving Average* 3 periode dan 5 periode. Menurut (Sofyan 2020:15), tujuan utama peramalan (Forecasting) adalah untuk meramalkan permintaan dimasa yang akan datang, sehingga diperoleh suatu perkiraan yang mendekati keadaan yang sebenarnya. Metode ini menentukan nilai t, semakin besar nilai t maka peramalan yang dihasilkan akan semakin menjauhi pola data. Berdasarkan hasil pengujian atau perhitungan peramalan perencanaan Produk Susu SGM pada metode *Single Moving Average* dengan 3 periode ditemukan hasil adalah:

a. Metode *Single Moving Average* 3 periode

- Hasil nilai 252,33 adalah perhitungan nilai Peramalan Persediaan produk bulan april 2023 yang akan di ramalkan pada bulan mei 2023 kedepan. Dimana nilai 252,33 jumlah (Produk Susu SGM) yang akan di rencanakan persediannya pada bulan Mei 2023 oleh UD Kurniawan Kota Gunungsitoli.
- Hasil nilai MAD (*Mean Absolute Devition*) merupakan Perhitungan nilai MAD, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah *Absolute error* (MAD) 205,6 dibagi sembilan (jumlah total bulan: agustus 2022 s.d april 2023) maka didapatkan hasil sebesar 22,84.
- Hasil nilai MSE (*Mean Square Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah $Error^2$ (MSE) sebesar 6137,667

dibagi sembilan (jumlah total bulan: agustus 2022 s.d april 2023) maka didapatkan hasil sebesar 681,963

- Hasil nilai MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) merupakan Perhitungan nilai (MAPE), tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah % Error (MAPE) sebesar 89,7 dibagi sembilan (jumlah total bulan: agustus 2022 s.d april 2023) maka didapatkan hasil sebesar 9,96 %.

Berdasarkan hasil pengujian atau perhitungan peramalan prencanaan produk Produk Susu SGM pada metode *Single Moving Average* dengan 5 periode ditemukan hasil adalah :

b. Metode *Single Moving Average* 5 periode

- Hasil 254,40 perhitungan nilai Peramalan Persediaan produk buln april 2023 yang akan di ramalkan pada bulan mei 2023 kedepan. Dimana nilai 254,40 jumlah (Produk Susu SGM) yang akan di rencanakan persediannya pada bulan Mei 2023 oleh UD Kurniawan Kota Gunungsitoli.
 - Hasil nilai MAD (*Mean Absolute Devition*) merupakan Perhitungan nilai MAD, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah *Absolute error* (MAD) sebesar 159,4 dibagi tujuh (jumlah total bulan: Oktober 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 22,77.
 - Hasil nilai MSE (*Mean Square Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah $Error^2$ (MSE) sebesar 5198,68 dibagi sembilan (jumlah total bulan: Oktober 2022 s.d 2023) maka didapatkan hasil sebesar 742,668.
 - Hasil nilai MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) merupakan Perhitungan nilai (MAPE), tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah % Error (MAPE) sebesar 119,7 dibagi tujuh (jumlah total bulan: oktober 2022 s.d 2023) maka didapatkan hasil sebesar 17,1 %.

Penelitian Terdahulu

Yuliana Setiawan 2018 Manajemen Persediaan: Studi Kasus UD Kurniawan Palembang Penelitian yang berfokus pada manajemen persediaan di cabang UD Kurniawan di Palembang. Artinya Manajemen Persediaan: Studi Kasus UD Kurniawan Palembang": Terlihat dari judulnya, penelitian ini mungkin lebih menekankan pada manajemen persediaan secara umum, dengan fokus pada UD Kurniawan di Palembang. Mungkin mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan stok, pengadaan barang, dan strategi manajemen persediaan sedangkan Analisis Peramalan Persediaan Barang pada UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli": Fokus penelitian ini lebih khusus pada analisis peramalan persediaan barang di UD Kurniawan di Kota Gunungsitoli. Mungkin melibatkan metode peramalan untuk memprediksi kebutuhan persediaan di lokasi tersebut. Michael Johnson 2018 Analisis Metode Peramalan Terbaik dalam Manajemen Persediaan di Surabaya Mengidentifikasi metode peramalan eksponensial yang efektif artinya Penelitian pertama

menekankan pencarian metode peramalan terbaik dalam manajemen persediaan, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada analisis peramalan persediaan di UD Kurniawan. Ini mencerminkan tujuan penelitian yang berbeda kemudian dalam Skala Organisasi adalah Penelitian pertama tidak secara khusus menyebutkan organisasi yang diteliti, sementara penelitian saya menyebutkan UD Kurniawan. Ini memberikan konteks spesifik tentang organisasi yang menjadi fokus penelitian.

Perbandingan hasil penelitian sekarang

Pada penelitian di UD Kurniawan Kota Gunungsitoli untuk menentukan perencanaan persediaan Produk Susu SGM dengan menggunakan metode *Single Moving Average* 3 periode dan 5 periode. Peneliti menemukan bahwa metode *Single Moving Average* 3 periode dan 5 periode tidak efektif untuk digunakan pada peramalan (*forecasting*) dikarenakan tingkat nilai kesalahan (*error*) sangat tidak efisien untuk dilakukan peramalan (*forecasting*) pada Produk Susu SGM Kota Gunungsitoli.

4.3.2 Peramalan Persediaan Produk Barang Unibis Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli Tahun 2023 Dengan Menggunakan Metode *Exponential Smoothing* dengan α 0,1 dan α 0,5.

Pada penelitian UD Kurniawan Kota Gunungsitoli menggunakan sistem peramalan (*forecasting*) dimana peneliti

meramalkan data historis Produk Susu SGM. Metode peramalan menurut (Heizer & Render, 2019:117-118) bahwa terdapat dua pendekatan umum untuk peramalan sebagaimana dua cara mengatasi model peramalan dibagi ke dalam dua kategori utama, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Peramalan kualitatif memanfaatkan faktor-faktor penting seperti intuisi, pengalaman pribadi dan sistem nilai pengambilan keputusan. peramalan merupakan suatu dugaan terhadap permintaan yang akan datang berdasarkan pada beberapa variabel berdasarkan data deret waktu historis, untuk itu dalam peramalan ini menggunakan periode (bulan) pada data historis persediaan Produk Susu SGM dari bulan Mei 2022 s.d April 2023 dengan menggunakan metode *Exponential smoothing* $\alpha: 0,1$ dan $\alpha: 0,5$.

Berdasarkan hasil pengujian atau perhitungan peramalan prencanaan Produk Susu SGM pada metode *Exponential Smoothing* dengan $\alpha 0,1$ ditemukan hasil adalah:

a. Metode *Exponential Smoothing* $\alpha 0,1$

- Hasil 229,07 adalah perhitungan nilai Peramalan Persediaan produk bulan april 2023 yang akan di ramalkan pada bulan mei 2023 kedepan. Dimana nilai 229,07 jumlah (Produk Susu SGM) yang akan di rencanakan persediannya pada bulan Mei 2023 oleh UD Kurniawan Kota Gunungsitoli.
- Hasil MAD (*Mean Absolute Devition*) merupakan Perhitungan nilai MAD, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah *Absolute error* (MAD) sebesar 259,86 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 23,62.
- Hasil MSE (*Mean Square Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah $Error^2$ (MSE) sebesar 1081,0254 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 925,547,763

- Hasil ²⁶ MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah % Error (MAPE) sebesar 109,5 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 9,95 %

Sedangkan hasil pengujian atau perhitungan peramalan prencanaan Produk Susu SGM pada ²⁸ metode *Exponential Smoothing* dengan α 0,5 ditemukan hasil adalah :

b. Metode *Exponential Smoothing* α 0,5

- Hasil 253,62 adalah perhitungan nilai Peramalan Persediaan produk bulan april 2023 yang akan di ramalkan pada bulan mei 2023 kedepan. Dimana nilai 253,62 jumlah (Produk Susu SGM) yang akan di rencanakan persediannya pada bulan Mei 2023 oleh UD Kurniawan Kota Gunungsitoli.
- Hasil MAD (*Mean Absolute Devition*) merupakan Perhitungan nilai MAD, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah *Absolute error* (MAD) sebesar 220,02 86 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 22,00.
- Hasil MSE (*Mean Square Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah $Error^2$ (MSE) sebesar 6130,9034 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 557,354,854.
- Hasil ²⁶ MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) merupakan Perhitungan nilai MSE, tingkat error pada perhitungan keseluruhan Nilai jumlah % Error (MAPE) sebesar 97,09 dibagi sebelas (jumlah total bulan: juni 2022 s.d April 2023) maka didapatkan hasil sebesar 8,82 %.

4.3.3 Metode Peramalan yang paling efektif di gunakan untuk Perencanaan Persediaan peramalan Persediaan Produk Susu SGM Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli.

Dari hitungan metode diatas, diketahui bahwa hasil perhitungan yang paling efektif dengan menggunakan metode *exponential smoothing* ($\alpha=0,5$) lebih baik diterapkan oleh UD Kurniawan Kota Gnungsitoli dalam meramalkan persediaan Produk Susu SGM pada bulan Mei 2023, karena metode *exponential smoothing* ($\alpha=0,5$) memiliki tingkat kesalahan lebih rendah dibandingkan dari metode diatas. Adapun tingkat kesalahan peramalan, MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 20,00 dan MSE (*Mean Square Error*) sebesar 557,354,854, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 8,82 % dengan hasil peramalan untuk bulan Mei 2023 sebesar 253,62.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 KESIMPULAN

Dengan selesainya tugas akhir dengan judul “Analisis Peramalan Persediaan Barang Pada UD Kurniawan Di Kota Gunungsitoli” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Peramalan jumlah persediaan Produk Susu SGM pada Tahun 2022 s.d 2023 dengan menggunakan Metode *Single Moving AVERAGE* 3 periode. Metode *Single Moving AVERAGE* 3 periode diperoleh nilai (*forcest*) pada bulan mei sebesar 252,33, MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,84, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 681,963, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 9,96 %. Dan Metode *Single Moving AVERAGE* 5 periode diperoleh nilai (*forcest*) pada bulan mei sebesar 254,40, MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,77, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 742,668, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 17,1 %.

2. Peramalan jumlah persediaan Produk Susu SGM pada Tahun 2022 s.d 2023 dengan menggunakan Metode *Exponential Smoothing*.

Metode *Exponential Smoothing* α 0,1 periode diperoleh nilai (*forcast*) pada bulan Mei sebesar 229,07, MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 23,62, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 925,547.763, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 9,95%. Dan Metode *Exponential Smoothing* α 0,5 diperoleh nilai (*forcast*) pada bulan Mei sebesar 253,62, MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,00, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 557,354,854, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 8,82 %.

3. Metode peramalan yang paling efektif untuk diterapkan oleh ANALISIS PERAMALAN PERSEDIAAN BARANG PADA UD KURNIAWAN DI KOTA GUNUNGSITOLI Gunungsitoli untuk Produk Susu SGM adalah metode *Exponential Smoothing* ($\alpha = 0,5$), dengan MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,00, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 557,354,854, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 8,82 %.

karena memiliki tingkat kesalahan lebih rendah yakni 8,82 % dibanding *Single Moving AVERAGE* 3 periode, dengan nilai MAD (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,84, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 681,963, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 9,96 %. *Single Moving AVERAGE* 5 periode. (*Mean Absolute Devition*) sebesar 22,77, MSE (*Mean Square Error*) sebesar 742,668, MAPE (*Mean Absolute Percent Error*) sebesar 17,1 %.

1.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis peramalan persediaan barang pada UD Kurniawan di kota gunungsitoli dalam membuat kebijakan peramalan persediaan Produk Susu SGM. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mencegah pemesanan persediaan Produk Susu SGM perlu melakukan peramalan persediaan dengan menggunakan data akurat dan relevan, sehingga dapat meminimalisir kesalahan ramalan dan dapat

membantu pengambilan keputusan dalam penyediaan produk beras bulog di UD Kurniawan Kota Gunungsitoli.

2. Bila melakukan peramalan beras bulog sebaiknya UD Kurniawan Kota Gunungsitoli menerapkan metode peramalan *Exponential Smoothing* ($\alpha = 0,5$) dibanding dengan Metode *Single Moving Average* 3 periode, *Single Moving Average* 5 periode dan metode *Exponential Smoothing* ($\alpha = 0,1$).
3. UD Kurniawan Kota Gunungsitoli agar lebih memperhatikan dalam penyediaan Produk Susu SGM dengan melakukan peramalan baik jangka panjang maupun jangka pendek, agar penjualan produk dapat terjual sesuai target dan kebutuhan konsumen (pelanggan).

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, A. (2019). Manajemen Persediaan. Makasar.
- Armstrong, J. Scott (2020). Prinsip-Prinsip Peramalan: Panduan untuk Peneliti dan Praktisi. Bandung.
- Assuari. (2019). Manajemen Persediaan. Penerbit Pustaka. Jakarta selatan.
- Ginting, A. (2007). Manajemen Perencanaan dan Peramalan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Heizer, Jay, & Render, Barry. (2015). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. Pearson.
- Herjanto, H.C. (2008). Peramalan dan Perencanaan Jangka Panjang. Jakarta.
- Hornigren, C. T., & Harrison, W. T. (2019). Akuntansi Keuangan. Pearson.
- Ishak, Aulia. 2020. "Analisis Manajemen Persediaan: Studi Kasus tentang Indikator Persediaan Barang.

- Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2018). *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan: Inti*. McGraw-Hill.
- John, C. (2018). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Michael, B. (2018). *Informasi dan Masyarakat (The MIT Press Essential Knowledge Series)*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Muslich. 2019. *Fungsi-fungsi Persediaan Barang dalam Manajemen Persediaan*. Bandung.
- Nasution, A., & Prasetyawan, Y. (2020). "Teknik Peramalan: Teori dan Aplikasi." Penerbit Andi.
- Rangkuti, F. (2019). *Manajemen Persediaan Total Terpadu*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2019. "Manajemen Rantai Pasokan dan Operasi Bisnis." Penerbit XYZ.
- Ristono, Agus. (2009). *Manajemen Persediaan*. Penerbit ABC.
- Saputro, S. D., & Asri, A. (2000). *Mendalami Peramalan Bisnis*. Jawa barat.
- Sofyan. (2013). *Manajemen Rantai Pasokan: Strategi dan Konsep*. Penerbit Erlangga.
- Stevenson, W. J. (2019). *Operations Management*. Bandung.
- Stice, E. K. (2020). *Akuntansi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta selatan.
- Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2019). *Metode Penelitian*. Penerbit Pustaka Setia.
- Sumayang, V. (2003). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peramalan (Forecasting)*. Dalam *Manajemen Bisnis Modern*. Penerbit Terkemuka.

Sunyoto. (2012). Manajemen Persediaan: Konsep, Teknik, dan Kasus. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Uma, S. (2018). Metodologi Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.

Yamit. (2020). "Manajemen Persediaan: Teori dan Praktik." Penerbit Abadi.

LAMPIRAN

DRAFT WAWANCARA

1. **Pertanyaan:** Bagaimana UD Kurniawan saat ini melakukan proses peramalan persediaan barangnya?

Respon: Menyediakan gambaran umum tentang metode atau alat yang digunakan, serta faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan dalam melakukan peramalan.

2. **Pertanyaan:** Bagaimana hasil peramalan persediaan barang digunakan dalam pengambilan keputusan operasional di UD Kurniawan?

Respon : Menyebutkan konkrete contoh bagaimana hasil peramalan memengaruhi keputusan terkait manajemen persediaan atau kebijakan produk.

3. **Pertanyaan:** Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi UD Kurniawan dalam melakukan peramalan persediaan barang?

Respon: Mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa menjadi kendala dalam menghasilkan peramalan yang akurat.

4. Pertanyaan: Bagaimana UD Kurniawan mengevaluasi kinerja peramalan, dan apakah ada tindakan perbaikan yang diambil jika terdapat ketidaksesuaian?

Respon : Memberikan gambaran tentang metode evaluasi yang digunakan dan contoh tindakan yang diambil untuk meningkatkan akurasi peramalan.

5. Pertanyaan: Bagaimana peramalan persediaan barang berkontribusi pada efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis UD Kurniawan?

Respon : Menyebutkan cara peramalan mempengaruhi manajemen persediaan, kepuasan pelanggan, dan potensi peningkatan keuntungan.

ANALISIS PERAMALAN PERSEDIAAN BARANG PADA UD KURNIAWAN DI KOTA GUNUNGSITOLI

ORIGINALITY REPORT

45%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	finance.detik.com Internet	581 words — 4%
2	syahrulramadhaan.blogspot.com Internet	380 words — 2%
3	repository.upbatam.ac.id Internet	321 words — 2%
4	sarjanaekonomi.co.id Internet	300 words — 2%
5	bbs.binus.ac.id Internet	278 words — 2%
6	www.selly.id Internet	266 words — 2%
7	www.ojs.serambimekkah.ac.id Internet	256 words — 2%
8	j-innovative.org Internet	247 words — 2%
9	123dok.com Internet	245 words — 2%

10	berikutyang.com Internet	241 words — 1%
11	ilmumanajemenindustri.com Internet	221 words — 1%
12	digilib.uns.ac.id Internet	208 words — 1%
13	www.scribd.com Internet	190 words — 1%
14	ejournal.unsrat.ac.id Internet	165 words — 1%
15	eprints.unpak.ac.id Internet	165 words — 1%
16	www.kitalulus.com Internet	161 words — 1%
17	www.aspiyuwanda.space Internet	142 words — 1%
18	eprints.poltektegal.ac.id Internet	141 words — 1%
19	pdfcoffee.com Internet	137 words — 1%
20	core.ac.uk Internet	134 words — 1%
21	konsultasiskripsi.com Internet	126 words — 1%

www.coursehero.com

22	Internet	116 words — 1%
23	id.123dok.com Internet	109 words — 1%
24	repository.unpas.ac.id Internet	79 words — < 1%
25	lovelyristin.com Internet	78 words — < 1%
26	repository.ub.ac.id Internet	71 words — < 1%
27	astirizki.blogspot.com Internet	70 words — < 1%
28	text-id.123dok.com Internet	67 words — < 1%
29	dinamillatuljazilah10.blogspot.com Internet	57 words — < 1%
30	unars.ac.id Internet	57 words — < 1%
31	repository.ipb.ac.id Internet	55 words — < 1%
32	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	54 words — < 1%
33	docplayer.info Internet	48 words — < 1%
34	lib.unnes.ac.id	

Internet

46 words — < 1%

35 dspace.uii.ac.id

Internet

44 words — < 1%

36 repository.uin-suska.ac.id

Internet

41 words — < 1%

37 guruakuntansi.co.id

Internet

40 words — < 1%

38 www.slideshare.net

Internet

39 words — < 1%

39 stt-wastukencana.ac.id

Internet

37 words — < 1%

40 jurnal.stmikroyal.ac.id

Internet

35 words — < 1%

41 jurnal.utb.ac.id

Internet

35 words — < 1%

42 magussudrajat.blogspot.com

Internet

34 words — < 1%

43 adoc.pub

Internet

31 words — < 1%

44 eprints.walisongo.ac.id

Internet

29 words — < 1%

45 repository.president.ac.id

Internet

29 words — < 1%

46 afidburhanuddin.wordpress.com

Internet

27 words — < 1%

47 eprintslib.ummgl.ac.id

Internet

27 words — < 1%

48 etd.iain-padangsidempuan.ac.id

Internet

24 words — < 1%

49 vdocuments.net

Internet

24 words — < 1%

50 repository.stipjakarta.ac.id

Internet

23 words — < 1%

51 sisformik.atim.ac.id

Internet

23 words — < 1%

52 repository.iainkudus.ac.id

Internet

22 words — < 1%

53 Muhammad Hizam Anshori, Atikha Sidhi Cahyana. "Forecasting Analysis of Raw Material Demand in the Battery Breaker Production Process at PT IMLI", *Procedia of Engineering and Life Science*, 2024

Crossref

21 words — < 1%

54 ejournal.upbatam.ac.id

Internet

20 words — < 1%

55 Dhiti Wahyuni, Zus Oktriani. "PREDIKSI BENCANA BANJIR DENGAN MENGGUNAKAN SINGLE MOVING AVERAGE DI PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG", *Fraction: Jurnal Teori dan Terapan Matematika*, 2023

Crossref

19 words — < 1%

56	eprints.uns.ac.id Internet	19 words — < 1%
57	repository.uiad.ac.id Internet	19 words — < 1%
58	anzdoc.com Internet	18 words — < 1%
59	eprints.binadarma.ac.id Internet	18 words — < 1%
60	toffeedev.com Internet	18 words — < 1%
61	repository.uhn.ac.id Internet	17 words — < 1%
62	Betaria Safitri, Savira Dwi Gustina, Reynaldi Abdillah, Eka Wulansari Fridayanthie, Rifky Permana. "Analisis Sistem Informasi Inventory Menggunakan Metode Single Moving Average Pada PT. Inkolanggeng Makmur Jakarta", Jurnal INSAN - Journal of Information System Management Innovation, 2023 Crossref	16 words — < 1%
63	Luluk Sarifah, Siti Kamilah, Siti Khotijah. "Penerapan Metode Single Moving Average Dalam Memprediksi Jumlah Penduduk Miskin Pada Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Pamekasan", Zeta - Math Journal, 2023 Crossref	16 words — < 1%
64	karnilaali.files.wordpress.com Internet	16 words — < 1%

kc.umn.ac.id

65	Internet	16 words — < 1%
66	ojs.unikom.ac.id Internet	16 words — < 1%
67	repository.upi.edu Internet	15 words — < 1%
68	www.klingon-empire.com Internet	15 words — < 1%
69	Rizal Khadarusman, Kusriani, Kusnawi. "Penerapan Metode Moving Average untuk Memprediksi Stok Parfum", bit-Tech, 2024 Crossref	14 words — < 1%
70	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet	14 words — < 1%
71	perpusteknik.com Internet	14 words — < 1%
72	repository.umsu.ac.id Internet	14 words — < 1%
73	www.asdf.id Internet	14 words — < 1%
74	Martani, Grace Yohana Ngantung. "STRATEGI PEMASARAN INDIBIZ JAKARTA TIMUR MELALUI MEDIA SOSIAL DI PT. TELKOM INDONESIA", Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 2024 Crossref	13 words — < 1%
75	alliyasayang.blogspot.com Internet	13 words — < 1%

76	eprints.umsb.ac.id Internet	13 words — < 1%
77	eprints.uny.ac.id Internet	13 words — < 1%
78	frangao.net Internet	13 words — < 1%
79	repository.radenintan.ac.id Internet	13 words — < 1%
80	repository.upstegal.ac.id Internet	13 words — < 1%
81	eprints.umg.ac.id Internet	12 words — < 1%
82	mauraval.blogspot.com Internet	12 words — < 1%
83	ojs.ikipgunungsitoli.ac.id Internet	12 words — < 1%
84	rigalstore.blogspot.com Internet	12 words — < 1%
85	zombiedoc.com Internet	12 words — < 1%
86	artikelpendidikan.id Internet	11 words — < 1%
87	en.indonetwork.co.id Internet	11 words — < 1%
88	eprints.uty.ac.id	

Internet

11 words — < 1%

89 id.svdequip.com

Internet

11 words — < 1%

90 jutif.if.unsoed.ac.id

Internet

11 words — < 1%

91 link.springer.com

Internet

11 words — < 1%

92 pt.scribd.com

Internet

11 words — < 1%

93 Zhiguo Zhou, Lijing Huang, Ruliang Lin.
"Predictive Health Status Assessment of a Launch
Vehicle Engine in an Ascending Flight Based on Vibration
Signals", IEEE Transactions on Aerospace and Electronic
Systems, 2023

Crossref

10 words — < 1%

94 aksaragama.com

Internet

10 words — < 1%

95 archive.org

Internet

10 words — < 1%

96 brother-quiet.xyz

Internet

10 words — < 1%

97 digilib.uinsby.ac.id

Internet

10 words — < 1%

98 jurnal.upnyk.ac.id

Internet

10 words — < 1%

99	jurnalrisetkomunikasi.org Internet	10 words — < 1%
100	kkg-gugus5cililin.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
101	sukipbinsowan.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
102	adoc.tips Internet	9 words — < 1%
103	bram001.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
104	dokumen.tech Internet	9 words — < 1%
105	e-theses.iaincurup.ac.id Internet	9 words — < 1%
106	eprints.undip.ac.id Internet	9 words — < 1%
107	fdocuments.net Internet	9 words — < 1%
108	fedepemalang.org Internet	9 words — < 1%
109	repository.stei.ac.id Internet	9 words — < 1%
110	www.researchgate.net Internet	9 words — < 1%

111	Internet	9 words — < 1%
112	Abilio De Jesus Martin, Sri Rahayuningsih, Imam Safi'i. "PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI", JURMATIS : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri, 2020 Crossref	8 words — < 1%
113	Amrin Hakim Rambe, Irvan Irvan, Yulia Agustina Dalimunthe. "PENERAPAN METODE TIME SERIES DALAM MEMPREDIKSI PENJUALAN GALON AIR", Syntax : Journal of Software Engineering, Computer Science and Information Technology, 2024 Crossref	8 words — < 1%
114	bacindul.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
115	gudangseragam.com Internet	8 words — < 1%
116	id.scribd.com Internet	8 words — < 1%
117	islamicmarkets.com Internet	8 words — < 1%
118	journal.wima.ac.id Internet	8 words — < 1%
119	suaratangsel.com Internet	8 words — < 1%
120	travel.or.id Internet	8 words — < 1%

121 www.neliti.com 8 words — < 1%
Internet

122 www.rifandi.id 8 words — < 1%
Internet

123 Titania Masengi, Indrie Debbie Palandeng. 6 words — < 1%
"ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN
BAKU TEPUNG PADA TOKO ROTI ACONG MENGGUNAKAN
ECONOMIC ORDER QUANTITY", Jurnal EMBA : Jurnal Riset
Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023
Crossref

124 jurnal.uts.ac.id 6 words — < 1%
Internet

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF
EXCLUDE MATCHES OFF