

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi memegang peranan yang semakin penting seiring dengan perkembangan zaman [1], [2], [3], [4] dalam bisnis, salah satunya adalah peran sistem informasi pada industri makanan dan minuman di Indonesia, khususnya minuman dan es krim. Minuman dan *Ice Cream* telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Merek-merek internasional dan lokal telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, salah satunya adalah Mixue.

Mixue adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis es krim dan teh, serta telah dikenal luas oleh masyarakat. Perusahaan ini didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997 dan saat ini telah memiliki gerai lebih dari 21.000 gerai di seluruh dunia, termasuk lebih dari 1.000 gerai yang tersebar di Indonesia. Mixue mulai dikenal luas dan memperoleh popularitas tinggi di kalangan masyarakat [5], [6], [7]. Perusahaan ini mulai hadir di Indonesia sejak tahun 2020.

Masalah yang sering terjadi adalah faktor cuaca dan musim. Penjualan bisa menurun drastis saat cuaca dingin, sedangkan permintaan cenderung meningkat saat musim panas atau liburan, sehingga pihak Mixue dapat kesulitan dalam mengatur persediaan atau mengoptimalkan promosi yang dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan yang tidak stabil. Dan *Ice Cream Mixue* juga membutuhkan bahan baku yang segar dan bahan penunjang yang harus selalu tersedia. Jika pasokan bahan baku terganggu, baik karena masalah pengiriman atau fluktuasi harga, sehingga dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan dan penurunan loyalitas pelanggan.

Untuk memprediksi penjualan maupun persediaan salah satu metode yang dapat digunakan adalah Metode Trend Moment [8], [9], [10], [11]. Yang mana *metode trend moment* ini untuk memprediksi penjualan dan kebutuhan bahan baku, serta merancang strategi promosi yang tepat sehingga pemantauan penjualan secara real-time dan optimasi pengadaan bahan baku juga dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi pemborosan, dan memastikan kualitas produk tetap terjaga, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dengan ini judul yang diajukan adalah “Penerapan Metode Trend Moment untuk Memprediksi Tingkat Penjualan Ice Cream Mixue”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana penerapan Metode Trend Moment dalam memprediksi tingkat penjualan *Ice Cream Mixue*?
- Seberapa akurat Metode Trend Moment dalam mengidentifikasi tren serta pola musiman yang ada untuk meningkatkan penjualan?
- Apa saja faktor eksternal dan internal dalam mempengaruhi prediksi tingkat penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- Penelitian ini bertujuan menerapkan metode trend moment untuk memperkirakan tingkat penjualan *Ice Cream Mixue*, guna membantu perusahaan dalam mengelola persediaan stok, mengatur strategi pemasaran, dan memprediksi kebutuhan pasar.
- Memberikan rekomendasi strategi berdasarkan hasil prediksi untuk meningkatkan penjualan di masa depan.
- Membantu perusahaan dalam mengoptimalkan produksi dan distribusi berdasarkan prediksi permintaan.
- Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi seperti musiman, promosi, cuaca, dan memahami dampaknya terhadap tren penjualan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam rangka menjaga fokus penelitian, beberapa batasan masalah yang diterapkan adalah:

- Berfokus untuk meningkatkan penjualan menggunakan Metode Trend Moment.
- Objek penelitian ini hanya berfokus pada *Ice Cream Mixue*.
- Berfokus pada data penjualan dalam 1 tahun 4 bulan terakhir, dari bulan Juni 2023 sampai dengan September 2024.

- Implementasi pada sistem berbasis webside dengan menggunakan bahasa pemograman JavaScript dan php.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

- Dengan adanya penelitian ini maka peluang kepada pelaku bisnis dapat lebih mudah untuk memprediksi *trend* di masa depan guna meningkatkan penjualan.
- Dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan terkait penetapan harga, promosi, dan pengembangan produk.
- Dapat menjadi bahan untuk mengevaluasi kinerja penjualan dari waktu ke waktu, untuk menilai keberhasilan strategi yang diharapkan.
- Memberikan wawasan bagi peneliti dalam menggunakan Metode Trend Moment.