

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di antara berbagai industri dan perusahaan, terlepas dari persamaan atau perbedaan mereka di era globalisasi kontemporer ini, sangat sengit [1]. Kemajuan teknologi informasi yang cepat dan tanpa henti semakin memperumit lanskap persaingan dalam sektor bisnis [2]. Fungsi penting bagi organisasi dalam merumuskan strategi penjualan adalah proses peramalan penjualan [3]. Peramalan penjualan merupakan komponen penting dari perencanaan perusahaan karena mempengaruhi perumusan rencana anggaran penjualan, yang pada gilirannya berdampak pada pengembangan produk, estimasi biaya operasional, perkiraan laba rugi, dan keseluruhan laporan keuangan organisasi [4].

Di bidang bisnis, peramalan diakui sebagai faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan [5]. *Forecast* adalah peramalan apa yang akan terjadi contohnya seperti peramalan jumlah produk yang akan laku terjual pada periode berikutnya [6]. *Trend Moment and Forecasting* merupakan teknik pengambilan data canggih yang menunjukkan tingkat akurasi dan kemanjuran yang tinggi dalam mengatasi masalah yang terkait dengan kumpulan data yang luas [7]. Metodologi *Trend Momen* menggunakan teknik komputasi statistik dan matematika khusus untuk menggantikan garis bergerigi yang berasal dari data historis perusahaan dengan fungsi garis lurus [8].

Kemanjuran metodologi *Trend Momen* dinilai melalui penerapan Analisis Tren. Analisis Tren menggambarkan pergerakan arah jangka panjang, baik ke atas atau ke bawah, yang berasal dari rata-rata perubahan yang diamati dari waktu ke waktu [9]. Perubahan rata-rata ini dapat mencerminkan peningkatan atau penurunan [10]. Jika perubahan rata-rata menunjukkan peningkatan, itu diklasifikasikan sebagai tren positif atau kecenderungan naik. Sebaliknya, penurunan perubahan rata-rata dikategorikan sebagai tren negatif atau kecenderungan turun [11].

Toko Star Communicator adalah salah satu toko di kota Medan yang bergerak di bidang penjualan berbagai jenis merek *smartphone* beserta aksesorisnya. Saat ini, toko Star Communicator masih menggunakan sistem konvensional untuk melakukan pencatatan data penjualannya. Staf admin akan melakukan pencatatan data penjualan produk ke dalam sebuah *file* Microsoft Excel. Kemudian, pada akhir bulan, akan dibuat rekapitulasi penjualan kepada pemilik toko. Penerapan sistem ini memiliki kelemahan dimana pemilik perusahaan tidak dapat

mengetahui produk yang lebih diminati oleh *customer* pada periode tertentu. Oleh karena itu, perlu diterapkan sistem prediksi pada data penjualan di toko Star Communicator.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk menerapkan sistem prediksi penjualan dengan menggunakan metode *Trend Moment* pada Star Communicator dengan mengambil judul penelitian yaitu **“Penerapan Metode *Trend Moment* dalam Sistem Forecasting untuk Memprediksi Jumlah Penjualan pada Toko Star Communicator”**.

1.2 Perumusan Masalah

Mengingat konteks yang disebutkan di atas, rumusan penelitian membahas bagaimana memperkirakan penjualan produk untuk periode mendatang menggunakan metodologi Momen Tren.

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup tugas akhir ini adalah:

1. Input sistem mencakup data produk dan data penjualan.
2. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan produk pada toko Star Communicator.
3. *Dataset* akan diambil dari data penjualan mulai dari periode 2022 sampai 2023 pada toko Star Communicator.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan metode *Trend Moment* dalam melakukan proses prediksi penjualan produk pada toko Star Communicator.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dengan selesainya penelitian ini :

A. Bagi penulis

1. Mengetahui kinerja dari metode *Trend Moment*.
2. Mengetahui cara penerapan metode *Trend Moment* dalam memprediksi penjualan produk.

B. Bagi pembaca (mahasiswa)

1. Menjadi bahan referensi untuk pembelajaran dan penelitian dalam proses prediksi.

C. Bagi perusahaan

1. Memperoleh informasi prediksi penjualan untuk setiap produk pada periode berikutnya, sehingga dapat melakukan pengontrolan pemesanan produk.
2. Mempermudah pemilik perusahaan dalam mengambil keputusan dalam rangka meningkatkan omset penjualan perusahaan.