

ANALISIS FORECASTING PENJUALAN MIE INSTAN PADA UMKM TEMA MIE BANJARMASIN

Wulan Putri Maria Makalew¹, Teguh Wicaksono², Akhmad Samhudi³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al Banjari Banjarmasin, 19311159

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al Banjari Banjarmasin, 1116028801

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al Banjari Banjarmasin, 0006075902
E-mail : wulanputrimaria@gmail.com

ABSTRAK

Forecasting merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan, dengan forecasting perusahaan dapat mengetahui strategi apa yang akan digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya. Dengan mengetahui peramalan penjualan produk maka dapat membantu perusahaan dalam menentukan jumlah produk yang seharusnya disediakan Forecasting memang tidak selalu tepat karena masa depan mengandung masalah ketidakpastia, namun dengan pemilihan metode yang tepat dapat membantu peramalan dengan tingkat kesalahan yang kecil.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Tema Mie Banjarmasin. Pada penelitian ini, penulis membahas mengenai analisis forecasting penjualan mie instan pada bulan Juni 2023. Forecasting yang digunakan menggunakan dua metode yaitu metode least square dan metode trend moment dengan membandingkan tingkat kesalahan perkiraan (forecasting error) terkecil, maka metode yang terpilih yaitu metode least square dengan nilai Mean Absolut Deviation sebesar 520, Mean Square Error sebesar 3.244.800 dan, Mean Absolut Percentage Error sebesar 6%. Dari analisis pengolahan data yang telah dilakukan berdasarkan metode perkiraan yang terpilih, perkiraan penjualan terhadap produk mie instan adalah sebanyak 1.554 pada bula Juni 2023. Artinya pihak UMKM Tema Mie Banjarmasin harus menyediakan mie instan sebanyak 1.544 pada bulan Juni 2023.

Kata Kunci: *Forecasting, Metode Least Square, Metode Trend Moment.*

ABSTRACT

Forecasting is one of the important factors in the company, with *forecasting* companies can find out what strategies will be used to increase the number of sales of their products. By knowing product sales forecasting, it can help companies determine the number of products that should be provided *Forecasting* is not always right because the future contains uncertainty problems, but choosing the right method can help forecasting with a small error rate.

This research was conducted on UMKM Tema Mie Banjarmasin. In this study, the author discusses the analysis of instant noodle sales forecasting in June 2023. Forecasting is used using two methods, namely the least square method and

the trend moment method by comparing the smallest forecasting error rate, then the selected method is the *least square method* with a Mean Absolute Deviation value of 520, Mean Square Error of 3,244,800 and, Mean Absolute Percentage Error by 6%. From the analysis of data processing that has been carried out based on the selected forecast method, the estimated sales of instant noodle products are 1,554 in June 2023. This means that the UMKM Tema Mie Banjarmasin must provide 1,544 instant noodles by June 2023.

Keywords: Forecasting, Least Square Method, Trend Moment Method.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gaspersz, Vincent. (2011). *Total Quality Management (untuk Praktisi Bisnis dan Industri)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Heizer and Render. (2011). *Operations Management*. 10th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Heizer and Render. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Heizer dan Render. (2014). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Herdianto. (2013). *Prediksi Kerusakan Motor Induksi Menggunakan Metode Jaringan Saraf Tiruan Backpropagation*. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy, (2008), *Manajemen Operasi Edisi Ketiga*, Jakarta: Grasindo
- I. R. Yanto, I. N. Farida, and M. Bilal, "PENERAPAN METODE TREND MOMENT DALAM FORECASTING PENJUALAN KASUR BUSA DI MEBEL ANUGERAH CUKIR JOMBANG," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Ishak (2010). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu
- Ishak, A. (2013). *Manajemen Operasi*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nafarin, M. (2015). *Penganggaran Perusahaan*. Edisi tiga. Jakarta: Salemba Empat
- Nasution. (2008). "Perencanaan dan Pengendalian Produksi" Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rahmawati, Hikmah Is' Ada. (2013). *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan*. *Accounting Analysis Journal AAJ* 2 (1)
- Sofyan, D., K. (2013), *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Stevenson, William J. dan Chee Chuong, Sum. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia*, edisi 9, Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Swastha, B dan Handoko, T. H. (2019). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta
- Winardi. (2011). *Kepemimpinan dalam Manajemen*, PT. Rineka Cipta. Jakarta.