



# **ANALISIS FORCASTING**

**DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

By: Nia Kurniati Bachtiar, SE, S.SI, MSc



ColdFusion

# Definisi Forecasting

## Analisis

Untuk memperkuat sebuah keputusan perlu dilakukan dilakukan semacam forecasting atau peramalan jika keputusan tersebut dilakukan atau diputuskan.

Artinya ingin dilihat sejauh mana keputusan tersebut menjadi efektif dan efisien jika diterapkan atau dampak dari keputusan tersebut, termasuk bisa dijadikan antisipasi jika terjadinya suatu masalah

## Definisi

Adalah analisis peramalan penjualan yang mungkin bisa terjadi di masa yang akan datang.

Penggunaan analisis forecasting sangat penting karena dengan penggunaan analisis ini kita bisa memberikan perkiraan taksiran atau peramalan berapa penjualan yang mungkin bisa terjadi di masa depan.

Lebih jauh, pihak perusahaan juga bisa melakukan semacam antisipasi atau kebijakan untuk menciptakan target penjualan



# Sumber data untuk melakukan Analisis Forecasting

## Data Primer

Yaitu data yang bersumber dari wawancara, diskusi dengan pihak terkait. Data ini juga dapat dilakukan dengan penyebaran questionnaire yang berisi pertanyaan— pertanyaan yang harus dijawab oleh responden



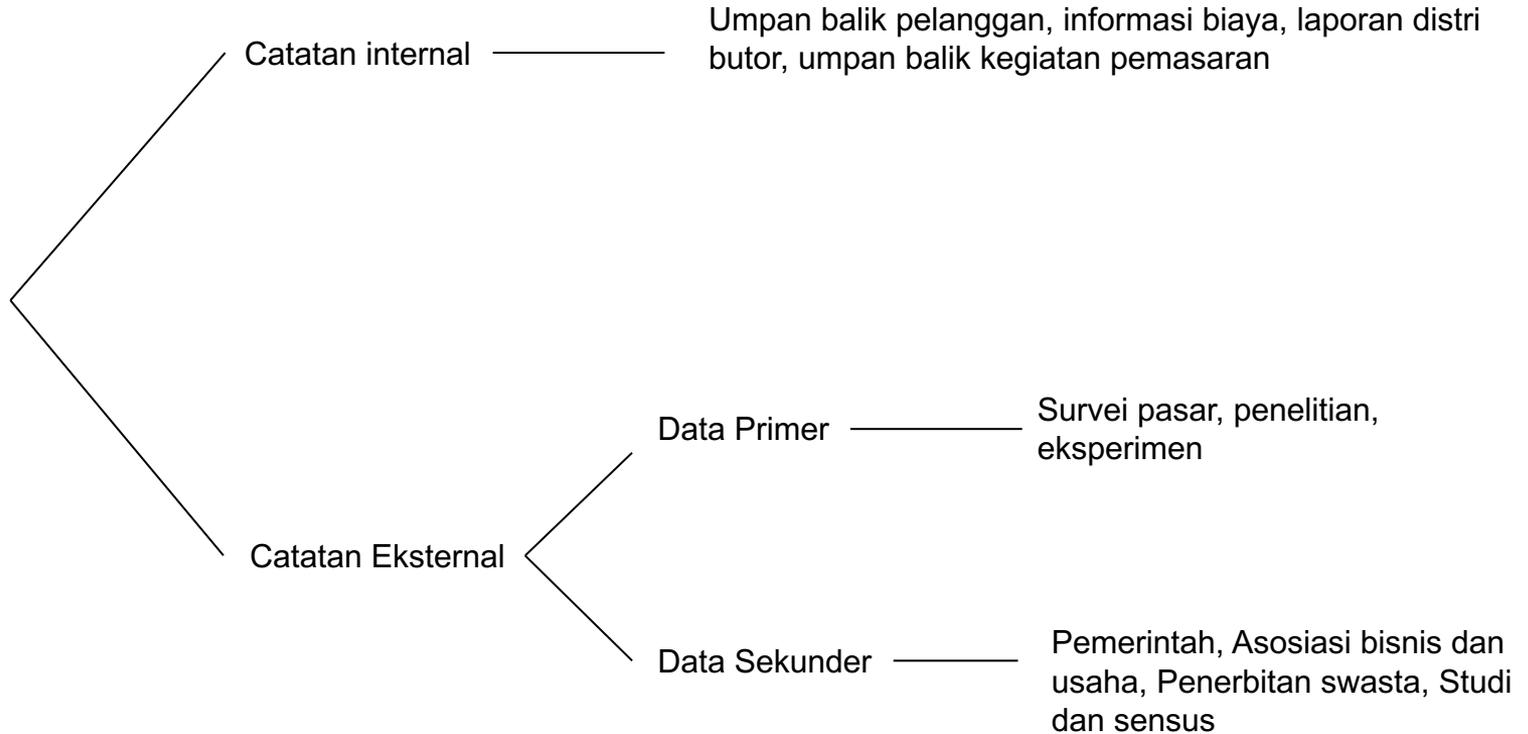
## Data Sekunder

Yaitu data yang bersumber dari laporan tertulis. Seperti laporan penjualan, laporan keuangan, kajian literature dan sejenisnya yang sifat laporan tersebut sudah dinyatakan layak digunakan

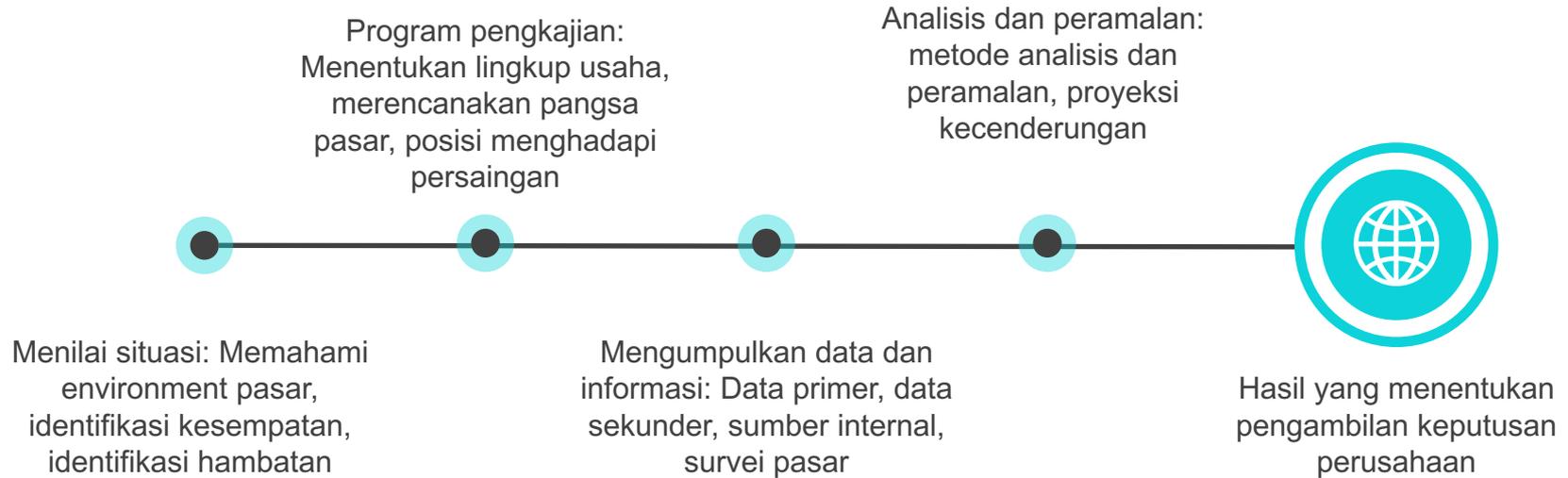
# Sumber Data pada Pengkajian Aspek Pasar



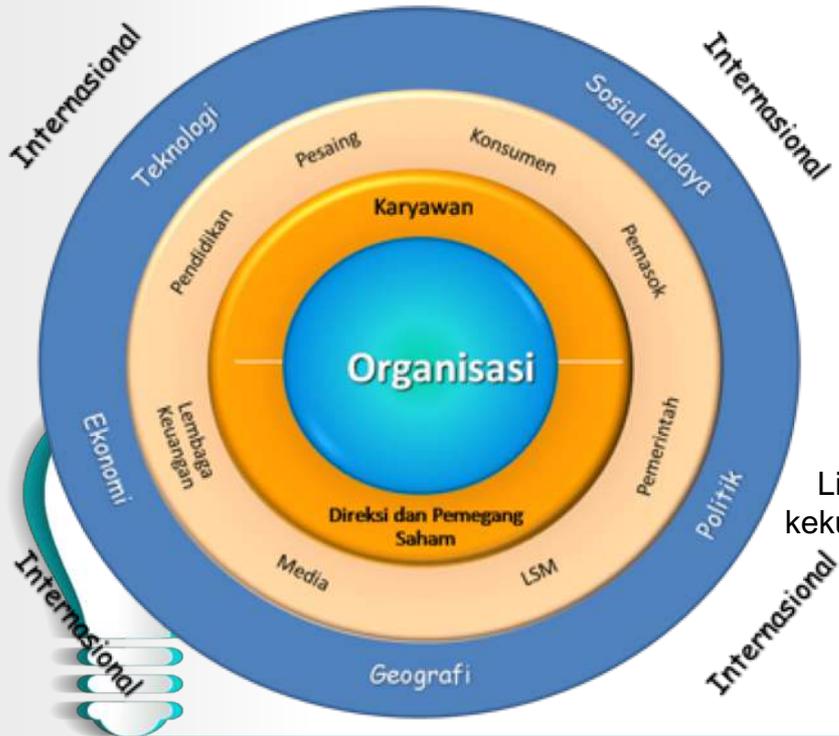
Sumber data



# Proses Pengkajian Aspek Pasar



# Marketing Environment dan Pengambilan Keputusan



1

**Lingkungan mikro** adalah kekuatan-kekuatan yang dekat dari perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya melayani konsumen, pemasok, perusahaan jalur pemasaran, pasar pelanggan, pesaing, dan masyarakat

2

**Lingkungan makro** adalah kekuatan sosial yang lebih besar yang mempengaruhi lingkungan mikro: kekuatan demografis, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya

Lingkungan pemasaran suatu perusahaan terdiri dari para pelaku dan kekuatan-kekuatan di luar pemasaran yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan memelihara hubungan yang sukses dengan pelanggan targetnya

# Hukum Permintaan & Penawaran



## Hukum Permintaan

Menyatakan bahwa ketika jumlah yang ditawarkan terjadi peningkatan maka harga akan menurun.



1. Pergerakan kurva sangat dipengaruhi oleh jumlah barang yang tersedia di pasar

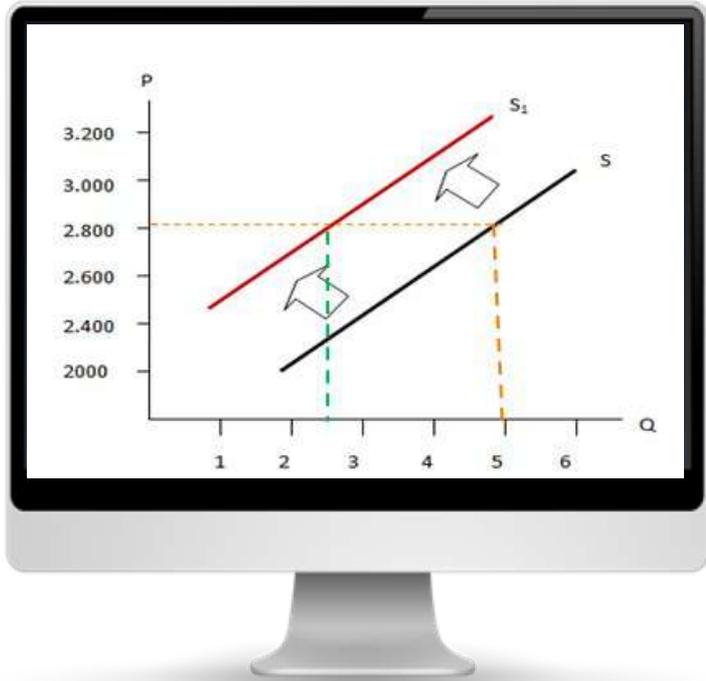


2. Artinya, bila jumlah barang melimpah maka harga akan turun



3. Sebaliknya, bila jumlah barang terbatas maka harga akan meningkat

# Hukum Permintaan & Penawaran



## Hukum Penawaran

Menunjukkan apa yang terjadi pada kuantitas barang yang ditawarkan ketika harganya berubah



1. Pergerakan kurva sangat dipengaruhi oleh jumlah barang yang tersedia di pasar

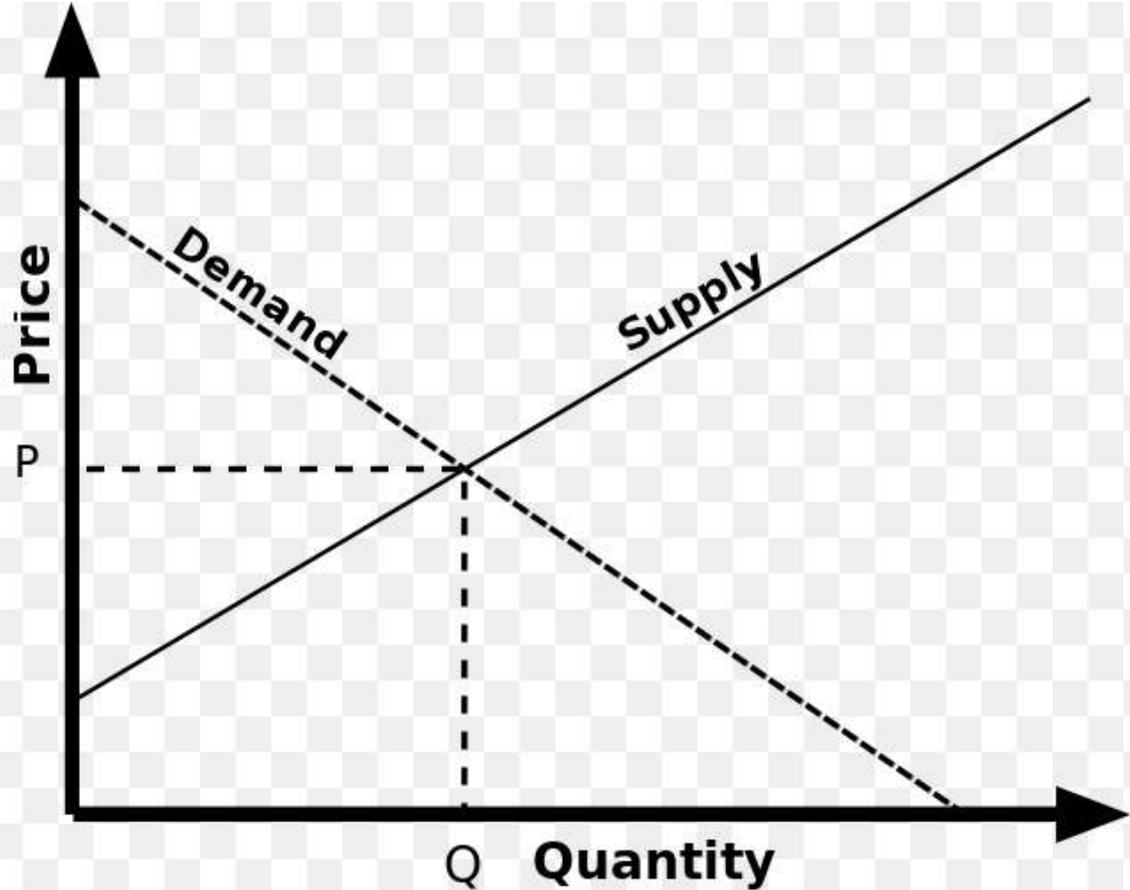


2. Artinya, bila jumlah barang terbatas maka harga akan meningkat



3. Sebaliknya, bila jumlah barang berlimpah maka harga akan menurun

# Kurva Keseimbangan antara Permintaan dan Penawaran



# Moving Average

## Definisi

Perhitungan nilai rata-rata dari satu periode penjualan tertentu.

Periode penjualan dapat berbeda-beda setiap perusahaan.

1 periode waktu bisa saja dihitung 1 semester, 1 tahun bahkan hingga 10 tahun

## Perhitungan

Moving average memiliki rumus/formula sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_1}{n}$$

$\bar{X}$	: mean (rata-rata)
$\sum X_1$	: jumlah tiap data
$N$	: jumlah data



# Analisis Prediksi Kebangkrutan

## Model Z-Score Altman



Jika sebuah perusahaan mengalami masalah likuiditas maka besar kemungkinan perusahaan tersebut mengalami masa kesulitan keuangan (**Financial Distress**).

Bila masalah financial distress ini tidak ditanggulangi secepatnya maka besar kemungkinan akan berakibat pada kebangkrutan usaha (**bankruptcy**).

**Financial distress** dapat didefinisikan sebagai tahap penurunan kondisi keuangan yang terjadi sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuiditasi.



### 1. Financial Distress Kategori A

Artinya sangat tinggi atau berbahaya. Perusahaan yang berada di posisi ini kemungkinan besar akan dinyatakan bangkrut



### 3. Financial Distress Kategori C

Artinya sedang. Perusahaan dianggap masih mampu menyelamatkan diri dari kebangkrutan dengan suntikan dana dari eksternal



### 2. Financial Distress Kategori B

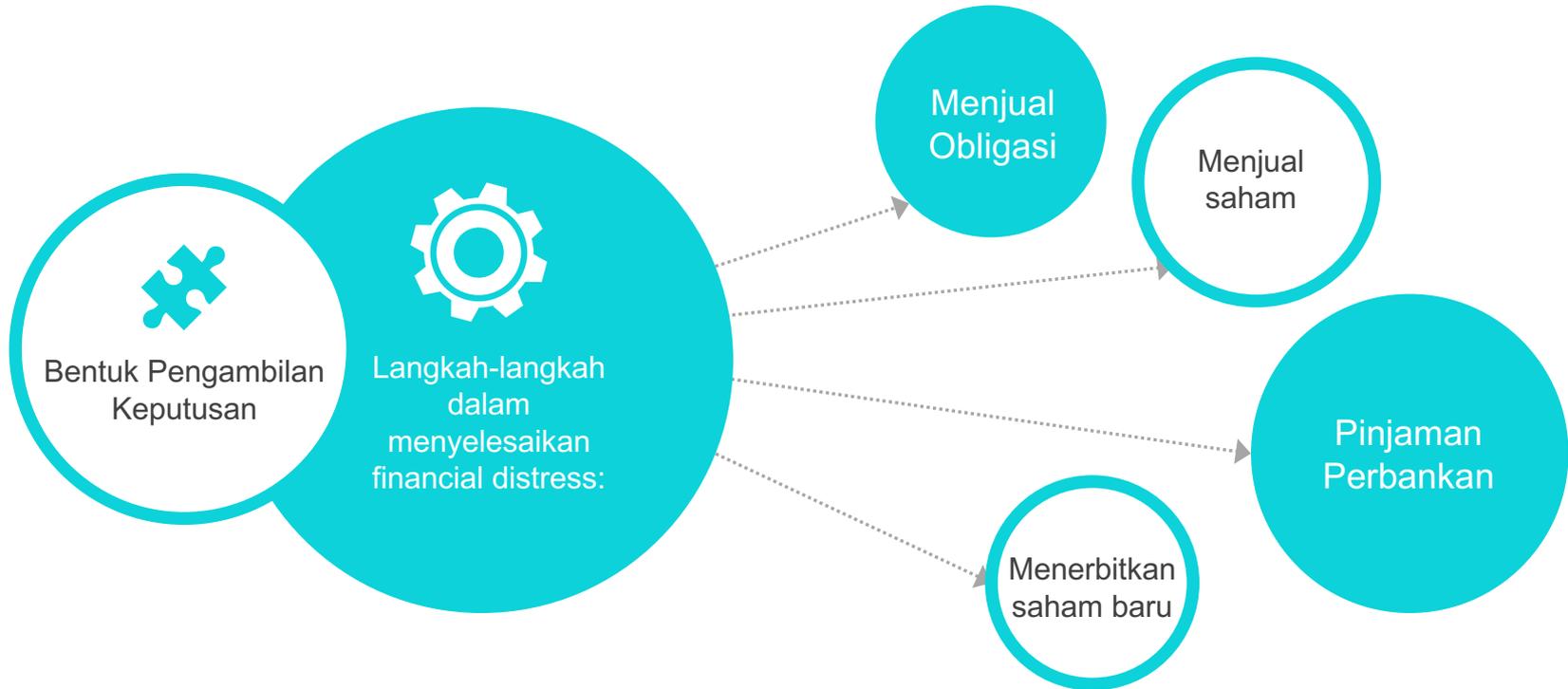
Artinya tinggi atau dianggap berbahaya. Perusahaan yang berada di posisi ini harus memikirkan berbagai solusi realistis dalam menyelamatkan berbagai asset yang dimiliki



### 4. Financial Distress Kategori D

Artinya rendah. Perusahaan dianggap hanya mengalami fluktuasi finansial temporer

# Langkah-langkah menghadapi Financial Distress



# Analisis Time Series



## Pengertian

Membandingkan secara antarwaktu atau antar periode agar terlihat dalam bentuk angka dan grafik



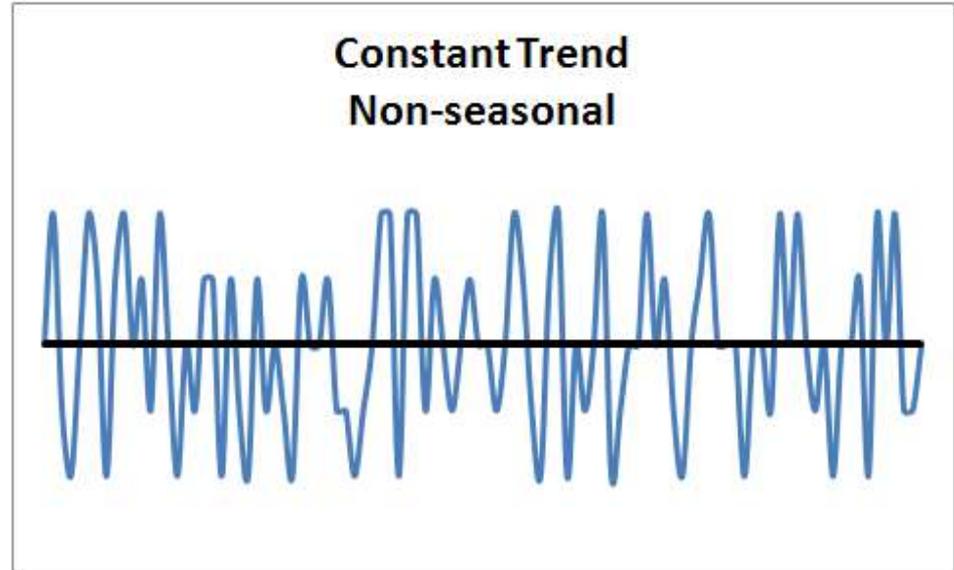
## Teknik analisis time series

Laporan kecenderungan, analisis rasio keuangan, pengukuran variabilitas



## Klasifikasi data pada time series:

Trend, cyclical variation, seasonal variation, irregular variation



# Product Life Cycle



Fase 1:

...



Fase 2:

...



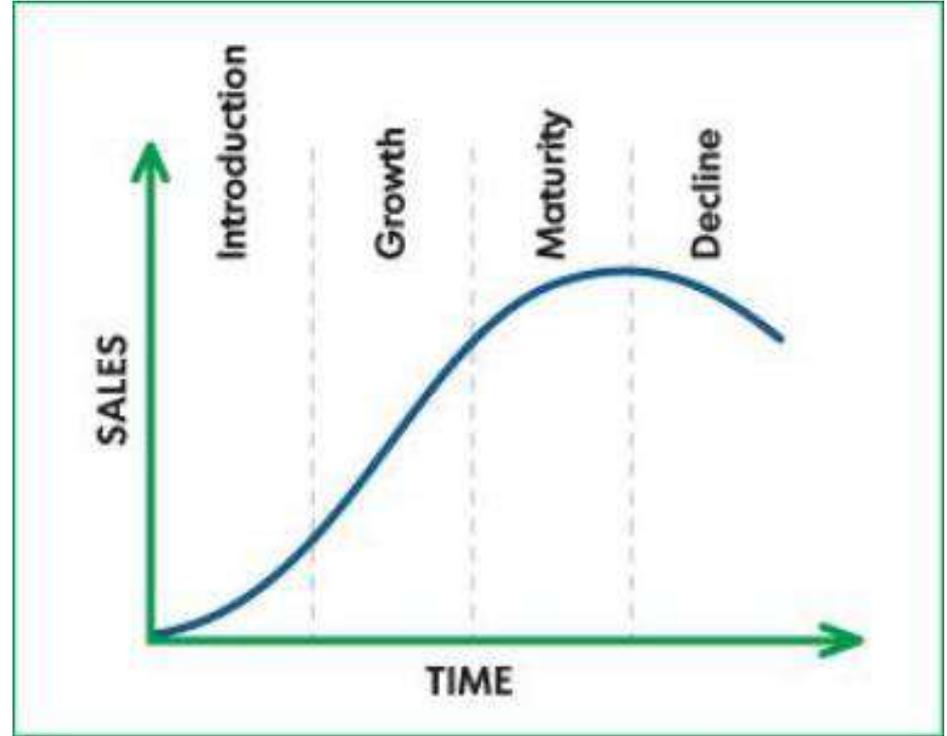
Fase 3:

...



Fase 4:

...



# Thank you

References:

Fahmi, Ilham (2016). Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan. Rajawali Press. Jakarta

<https://www.youtube.com/watch?v=T0Z73Zbtlyg&t=110s>

