

Forecasting : Pengertian, Fungsi, Metode dan Perbedaannya dengan Planning

Forecasting adalah istilah yang sering muncul dalam kegiatan berbisnis baik dalam rencana bisnis baru maupun pebisnis yang sudah menjalankan bisnisnya. *Forecasting* atau peramalan memegang peran penting berhasil-tidaknya sebuah usaha atau bisnis dijalankan. Istilah peramalan juga sering disalah-artikan dengan istilah penganggaran atau [budgeting](#). Lantas, apa sebenarnya *forecasting*? Kenapa aktivitas itu memegang peran penting sukses-tidaknya sebuah bisnis? Simak lengkap artikel ini!

Pengertian Forecasting

forecasting atau peramalan merupakan metode untuk memperkirakan informasi yang bersifat prediktif dalam menentukan arah di masa depan dengan menggunakan data historis sebagai acuan.

Lebih lengkap, William Stevenson dalam bukunya *Operation Management* (2009) menjelaskan *forecasting* adalah dasar dalam menentukan arah keputusan perusahaan di masa depan. Lanjutnya, *forecasting* mampu memberikan informasi terkait permintaan di masa depan yang bertujuan untuk menentukan kapasitas produksi, persediaan, *budgeting*, pengadaan barang dan jasa hingga rantai pasok.

Hal ini juga ditegaskan oleh Satinder Mullick, dkk dalam tulisannya di Harvard Business Review. Mereka menjelaskan *forecasting* merupakan alat untuk mengatasi segala jenis potensi masalah yang terjadi dari anomali permintaan baik musiman maupun perubahan ekonomi secara global.

Tanpa peramalan, sulit bagi perusahaan untuk berkembang atau berhasil dalam menjalankan bisnis. Misalnya saja pandemi COVID-19 yang terjadi di akhir tahun 2019, perusahaan tentu memerlukan *forecasting* untuk menentukan arah bisnis agar tetap bertahan di tengah pandemi atau pasca-pandemi di masa depan.

Fungsi dan Tujuan Forecasting

Fungsi *forecasting* ialah sebagai pedoman untuk menentukan arah kebijakan dan keputusan perusahaan yang efektif dan efisien di masa depan.

Dengan fungsi tersebut, maka *forecasting* menjadi penting karena beberapa hal berikut:

- Sebagai kajian bagi kebijakan perusahaan yang berlaku pada saat ini, masa lalu, serta sejauh mana pengaruhnya di masa depan.
- Adanya *time gap* antara kebijakan dengan implementasinya.
- Perusahaan memiliki acuan atau arah sehingga setiap kebijakan sejalan dengan tujuan perusahaan.
- Memberikan solusi strategis apabila di masa depan menghadapi masalah yang berkaitan dengan bisnis.
- Permintaan selalu saja menghadapi anomali atau perubahan dan tentu bisa saja berbeda dari masa lalu dengan masa depan.
- Menjaga stabilitas keuangan perusahaan.

Faktor yang Memengaruhi Forecasting

Ada yang beberapa faktor yang mampu memengaruhi aktivitas *forecasting* di antaranya:

1. **Sifat produk** yaitu jangka waktu produk yang akan diproduksi. Apakah produksi jangka panjang atau pendek.
2. **Metode distribusi** yaitu jangkauan pasar antara perusahaan dengan konsumen. Kemampuan perusahaan dalam menjangkau konsumennya di dalam pasar.
3. **Posisi perusahaan dalam pasar**. Apakah perusahaan tersebut *market leader*, penantang baru atau hanya ikut meramaikan pasar tersebut.
4. **Tingkat persaingan**. Bagaimana posisi perusahaan dengan pesaingnya. Apa kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang akan dihadapi antara perusahaan dengan pesaing.
5. **Data historis**. Segala data kejadian yang berhubungan dengan perusahaan di masa lalu. Biasanya data yang diambil setidaknya merupakan data berkembang dari lima tahun lalu.

Jenis-Jenis Peramalan

Sebelum mengetahui metode peramalan dan efektifitasnya, Ada beberapa jenis peramalan atau *forecasting* yang perlu Anda ketahui.

Berdasarkan Waktu

berdasarkan waktu peramalan terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Peramalan jangka panjang yaitu yang menggunakan analisis dengan waktu yang lebih panjang biasanya berlangsung selama dua tahun lebih.
2. Peramalan jangka menengah dengan waktu tiga bulan hingga dua tahun.
3. Peramalan jangka pendek yaitu dengan jangka waktu nol hingga tiga bulan.

Berdasarkan Fungsi dan Tujuan

Menurut Heizer dan Render dalam bukunya *Operations Management* (2009) menyatakan bahwa jenis *forecasting* terdiri dari *economic forecasting*, *technological forecasting*, dan *demand forecasting*.

Namun belakangan, klasifikasi *forecasting* berdasarkan fungsi dan tujuannya menjadi lebih berkembang, yaitu:

- **General business forecasting** – peramalan bisnis secara keseluruhan mulai dari ekonomi, politik, sosial, budaya dan hal-hal lainnya yang bersifat makro.
- **Sales forecasting** – peramalan jumlah barang yang bisa dijual di masa mendatang berdasarkan data penjualan sebelumnya.
- **Demand forecasting** – peramalan yang bertujuan untuk mengetahui perkiraan permintaan dan kondisi pasar.
- **Financial forecasting** – atau biasa disebut juga dengan capital forecasting. Bertujuan untuk memperkirakan biaya dan modal yang dikeluarkan di masa mendatang.

Berdasarkan Ketersediaan Data

Seperti yang diketahui bahwa *forecasting* merupakan aktivitas estimasi kondisi yang berlangsung di masa depan berdasarkan data di masa lampau.

Namun tidak semua usaha atau kegiatan memiliki ketersediaan data yang cukup. Ketersediaan data ini yang akan menentukan bagaimana peramalan bisa dilakukan.

Adapun jenis peramalan atau *forecasting* berdasarkan data adalah sebagai berikut:

1. **Metode Kualitatif** – Dimana perusahaan atau organisasi tidak memiliki data yang cukup untuk dianalisis. Hasil peramalan juga akan sangat subyektif karena hasil analisis berbeda-beda. Contoh metode kualitatif: Penyelidikan, wawancara, diskusi.
2. **Metode Kuantitatif** – Apabila perusahaan memiliki data yang cukup, maka sebaiknya metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dimana dalam proses analisisnya menggunakan pendekatan data dan angka.

Metode Peramalan atau Forecasting

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, terdapat dua metode *forecasting* tergantung dengan ketersediaan data yang ada di masa lalu.

Metode Kualitatif

Metode kualitatif digunakan apabila organisasi atau perusahaan tidak memiliki data di masa lalu. Entah karena data tersebut tidak layak atau tidak sesuai dengan apa yang ingin diramalkan.

Metode kualitatif biasanya umum digunakan oleh para *startup* atau perusahaan yang akan mengalami perubahan dan transisi dalam bisnisnya. Berikut metode kualitatif yang paling umum digunakan untuk melakukan peramalan.

Metode Delphi

Metode dimana sekelompok ahli dari berbagai latar belakang berkumpul untuk memberikan pendapat secara sistematis. Secara sistematis yang dimaksud ada satu fasilitator yang menengahkan pendapat. Biasanya menggunakan survei tertutup atau kuesioner.

Hal tersebut dilakukan untuk menghindari bias atau *bandwagon effect* yang akan memengaruhi efektivitas hasil *forecasting*. Metode delphi terbilang cukup efektif dalam peramalan baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang.

Riset Pasar

Metode yang sangat umum digunakan dalam melakukan peramalan. Dimana peramalan menggunakan sampel penelitian yang diakhiri dengan hipotesis. Biasanya dilakukan dengan cara melakukan survei kepada konsumen, *stakeholder*, atau investigasi kepada praktisi bahkan pesaing.

Untuk *forecasting* jangka pendek, metode ini sangat efektif namun hasilnya akan sangat fluktuatif untuk peramalan jangka panjang.

Konsensus

Berbeda dengan metode delphi, konsensus dilakukan secara terbuka. Dimana peserta yang hadir melakukan diskusi secara terbuka. Hasil dari metode konsensus akan sangat bias. Oleh karena itu banyak perusahaan besar yang sudah meninggalkan metode ini untuk melakukan *forecasting*. Namun metode ini bisa digunakan apabila diikuti dengan metode lainnya seperti diikuti dengan riset pasar atau analogi sejarah.

Analogi Sejarah

Metode yang melihat dan membandingkan pola [*life-cycle*](#) suatu produk serupa yang ingin dianalisis. Metode ini digunakan efektif apabila horizon waktu peramalan dalam jangka menengah dan panjang.

Hal tersebut karena sebuah produk biasanya memiliki daur hidup yang panjang. Anomali nilai produk juga biasanya berlangsung pada jangka waktu yang lama.

Personal Insight

Metode peramalan yang sangat sederhana dan sudah ditinggalkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Metode ini digunakan dengan berdiskusi atau melihat referensi dari orang-orang yang berpengalaman dan ahli di bidangnya.

Misalnya melalui jurnal, artikel, wawancara, *mentoring*, atau sumber personal lainnya yang bisa menjadi acuan *forecasting*.

Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif digunakan apabila perusahaan atau organisasi memiliki cukup data untuk digunakan sebagai bahan *forecasting*. Baik itu data laporan keuangan, penjualan, maupun data statistik lainnya.

Ada dua metode kuantitatif yang digunakan dalam *forecasting* yaitu metode deret waktu atau *time series* dan metode kausal (sebab-akibat).

Metode *Time Series* (Deret Waktu)

Metode *time series* adalah metode yang menggunakan analisis antara variabel yang akan diramalkan dengan variabel waktu.

Data yang digunakan dalam metode *time series* juga memiliki pola di antaranya:

- **Pola tetap atau horizontal.** Pola ini terjadi apabila data mengalami fluktuasi secara konstan. Data tidak meningkat maupun turun selama kurun waktu tertentu.
- **Pola musiman atau *season*.** Pola yang terjadi apabila data dipengaruhi oleh faktor musiman misalnya kuartal, tahun, bulan, bahkan minggu.
- **Pola siklis.** Pola data dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi jangka panjang.
- **Pola tren.** Pola data yang terjadi apabila terdapat kenaikan dan penurunan sekuler jangka panjang.

Metode *time series* digunakan apabila data sangat dipengaruhi oleh perubahan waktu. Adapun metode ini juga terbagi menjadi ke beberapa pendekatan sebagai berikut.

1. Pendekatan Naif

Metode kuantitatif dimana bahwa data pada periode sebelumnya dianggap sama dengan periode yang akan datang. Dengan kata lain, data yang ada pada periode sebelumnya diasumsikan sebagai prediksi paling tepat untuk meramalkan segala kejadian di masa mendatang.

Metode naif sangat sederhana sehingga mengabaikan faktor-faktor lain yang mungkin menjadi pengaruh terhadap kejadian di masa depan.

2. Pendekatan Pergerakan Rata-Rata (*Moving Average*)

Metode peramalan dengan menggunakan rata-rata periode dari data periode sebelumnya untuk digunakan sebagai peramalan di periode berikutnya. Metode ini digunakan dengan berasumsi bahwa permintaan pasar tetap stabil dalam jangka waktu tertentu.

3. Pendekatan *Exponential Smoothing*

Metode peramalan pergerakan rata-rata tertimbang dimana poin datanya diberi bobot dengan fungsi eksponensial. Singkatnya, peramalan di masa mendatang sama dengan data sebelumnya ditambah beberapa bagian peramalan yang *error* di masa lalu. Pendekatan ini cukup baik digunakan untuk *forecasting* jangka pendek.

4. Pendekatan Dekomposisi (X-11)

Metode dengan menganalisis serangkaian data di masa lalu yang dibagi menjadi pola waktu musiman, siklis, tren dan tetap.

5. Proyeksi Tren

Pendekatan dengan mencocokkan garis tren dengan deretan data di masa lalu yang kemudian diproyeksikan ke dalam *forecasting*.

Metode ini menjadi metode paling efektif untuk melakukan *forecasting* jangka pendek, menengah, dan panjang.

Metode Kausal

Metode kausal menggunakan pendekatan sebab-akibat. Dimana *forecasting* dilakukan dengan menghubungkan data di masa lalu menggunakan variabel bebas. Metode ini digunakan apabila sebuah variabel dipengaruhi oleh variabel lain pada satu horizon waktu peramalan yang relevan. Adapun metode kausal memiliki tiga pendekatan umum yaitu:

1. **Regresi dan korelasi** – menghubungkan antara variabel penjualan, faktor ekonomi makro, persaingan dan variabel internal dengan menggunakan persamaan *least-squares*. Baik digunakan untuk peramalan jangka pendek.
2. **Ekonometrik** – Metode regresi yang diramalkan secara simultan pada waktu tertentu. Biasa digunakan untuk peramalan kelas produk atau permintaan. Baik digunakan untuk *forecasting* jangka pendek maupun panjang.
3. **Model Input-Output** – Digunakan untuk meramalkan arus barang atau penjualan antar industri atau sub-sektor industri. Baik digunakan untuk *forecasting* atau peramalan jangka panjang.

Kesimpulan: Perbedaan *Forecasting* dan *Planning*

Berdasarkan penjelasan dan definisinya, *forecasting* dengan *planning* baik itu *budgeting* atau *marketing plan* sepertinya memiliki sedikit persamaan. Namun, sejatinya kedua definisi tersebut jelas berbeda.

Secara sederhana, *planning* merupakan hasil dari *forecasting*. Maksudnya segala jenis perencanaan dilakukan setelah sebuah perusahaan atau organisasi melakukan estimasi atau peramalan. Hasil dari *forecasting* inilah nantinya dibuat sebagai pedoman dalam merencanakan anggaran atau strategi bisnis di masa depan.

Singkatnya, perencanaan atau *planning* adalah hal-hal apa saja yang ingin dicapai dalam periode tertentu. Sedangkan *forecasting* adalah analisis untuk memperkirakan apa yang benar-benar terjadi dalam periode tertentu dalam hal ini di masa mendatang.