

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, dalam menentukan komponen *marketing mix product* dan *price* harus didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan, sesuai dengan prinsip syariah.⁶ Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan, sangat dilarang untuk menyembunyikan kecacatan dari produk yang ditawarkan. Dalam menentukan harga, perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan, harga harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Dalam menentukan harga, sebuah perusahaan harus mempertimbangkan harga pasar, apakah harga yang mereka tawarkan di atas harga pasar atau di bawah harga pasar, apakah harga yang mereka tawarkan memberatkan bagi konsumen atau tidak. Karena dalam syariah *marketing* seorang pemasar tidak boleh melakukan perbuatan yang merugikan orang lain dan tidak boleh menjadi manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bagi sebuah perusahaan, promosi yang dilakukan harus berlandaskan syariah yaitu menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan produk tersebut, sesuai dengan kualitas dan kompetensinya. *Place* atau saluran distribusi yang ditentukan oleh perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target pasar sehingga dapat efektif dan efisien

⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 178.

1. Peramalan Ekonomi (*Economic Forecast*) menjelaskan siklus bisnis dengan memprediksikan tingkat inflasi, ketersediaan uang, dana yang dibutuhkan untuk membangun perumahan, dan indicator perencanaan lainnya.
2. Peramalan Teknologi (*Technological Forecast*) memperhatikan tingkat kemajuan teknologi yang dapat meluncurkan produk baru yang menarik, yang membutuhkan pabrik dan peralatan baru.
3. Peramalan Permintaan (*Demand Forecast*) adalah proyeksi permintaan untuk produk atau layanan suatu perusahaan. Peramalan ini disebut juga peramalan penjualan, yang mengendalikan produksi, kapasitas, serta sistem penjadwalan dan menjadi input bagi perencanaan keuangan, pemasaran dan sumber daya manusia.¹⁰

berdasarkan sifatnya peramalan dapat dibedakan menjadi 2 macam¹¹, yaitu:

- a. Peramalan kualitatif, yaitu peramalan yang didasarkan atas data kualitatif pada masa lalu. Hasil ramalan yang dibuat sangat tergantung pada orang yang menyusunnya. Hal ini penting karena peramalan tersebut ditentukan berdasarkan pemikiran yang bersifat intuisi, pendapat, dan pengetahuan serta pengalaman dari penyusunnya. Biasanya peramalan secara kualitatif ini

¹⁰ Husnayetti, *Anggaran Perusahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 45.

¹¹ Gunawan Adi Saputro dan Marwan Asri, *Anggaran Perusahaan Edisi 3* (Yogyakarta: BPFE, 2000), 148.

yaitu membuat jenis pola data dan metode yang paling tepat tersebut diuji terhadap pola data tersebut. Bentuk pola data data diklasifikasikan ke dalam empat jenis yaitu: horizontal atau stasioner, musiman, siklis dan trend.¹⁷

1) Pola stasioner atau horizontal

Bentuk data horizontal terjadi bila nilai data berfluktuasi disekitar nilai rata-ratanya.¹⁸

2) Pola *Trend*

Data permintaan menunjukkan pola kecenderungan gerakan menurun atau kenaikan jangka panjang. Data yang kelihatannya berfluktuasi, apabila dilihaat pada rentang waktu yang panjang akan dapat ditarik suatu garis, garis tersebut adalah yang disebut dengan garis *trend*. Bila data berpola trend maka metode peramalan yang sesuai adalah metode regresi linear, *exponential smoothing*, atau *double exponential smoothing*.¹⁹

3) Pola Musiman

Bentuk data musiman terjadi bila rangkaiannya dipengaruhi oleh faktor musiman.²⁰ Biasanya interval perulangan data ini adalah satu tahun. Metode peramalan yang sesuai dengan pola musiman ini

¹⁷ Adler Haymans Manurung, *Teknik Peramalan Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 4-5.

¹⁸ Ibid., 3

¹⁹ Teguh Baroto, *Perencanaan dan Pengendalian Produksi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 32

²⁰ Adler Haymans Manurung, *Teknik Peramalan Bisnis ...*, 4

adalah metode *winter*, *moving average* atau *weighted moving average*.²¹

4) Pola Siklis

Bentuk data siklis dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi yang panjang.²² Pola siklis mirip dengan pola musiman. Pola musiman tidak harus berbentuk gelombang, bentuknya dapat bervariasi, namun waktunya akan berulang setiap tahun (umumnya). Pola siklis bentuknya mirip gelombang dan rentang waktu pengulangan siklis tidak tentu. Metode yang sesuai untuk data berpola siklis adalah metode *moving average*, *weighted moving average* dan *exponential smoothing*.²³

Metode-metode yang digunakan dalam peramalan *time series* terdiri dari beberapa metode yaitu:

1) Metode Naïve

Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa periode saat ini merupakan predictor terbaik dari masa mendatang. Metode ini merupakan metode sederhana karena perhitungan peramalannya dengan menggunakan data yang lewat (*pass data*) yang dijadikan sebagai peramalan waktu mendatang.²⁴

²¹ Teguh Baroto, *Perencanaan dan Pengendalian Produksi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 33.

²² Adler Haymans Manurung, *Teknik Peramalan Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Rincka Cipta, 1990), 4

²³ Teguh Baroto, *Perencanaan dan Pengendalian ...*, 34.

²⁴ Sri Mulyono, *Peramalan Bisnis dan Ekonometrika Edisi Pertama* (Yogyakarta: BPFE, 2000), 126.

Adapun faktor-faktor yang menentukan besarnya persediaan pengaman menurut Sofjan Assauri dalam buku Manajemen Operasi karya Aulia Ishak adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan bahan baku rata-rata

Salah satu dasar untuk memperkirakan penggunaan bahan baku selama periode tertentu, khususnya selama periode pemesanan adalah rata-rata penggunaan bahan baku pada masa sebelumnya.

2. Faktor waktu atau *lead time (Procurement time)*

Didalam pengisian kembali persediaan terdapat suatu perbedaan waktu yang cukup lama antara saat mengadakan pesanan (*order*) untuk menggantikan atau pengisian kembali persediaan dengan saat penerimaan barang-barang yang dipesan tersebut. Diterima dan dimasukkan kedalam persediaan (*Stock*).

3. Penentuan besarnya penyediaan pengaman (*Safety Stock*)

Dalam menentukan besarnya persediaan penyelamat yang sebaiknya dipunyai perusahaan, haruslah didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan yang rasional yang dapat diukur, sehingga dapat menghasilkan penentuan kebijaksanaan yang tepat dan dapat efektif. Untuk ini terdapat beberapa pendekatan.

- a. *Probability Of Stock Out Approach*

Dalam menggunakan approach ini dipakai asumsi bahwa *lead time* adalah supplier pada suatu saat yang sama.

