

ANALISIS MANAJEMEN OPERASIONAL PADA PT. GUDANG GARAM TBK: FORECASTING MANAGEMENT DAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Malvin Agustino¹, Yulia Herman², Anggun Dea³, Annisya Mega⁴, Rezky Dwiham⁵

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
E-mail: anggundea35@gmail.com

Abstrak

Dalam konteks ini, Forecasting Management dapat digunakan untuk memprediksi permintaan pasar, menganalisis perilaku pesaing, dan mengidentifikasi tren harga di industri rokok kretek. Dengan menggunakan teknik peramalan yang tepat, perusahaan dapat membuat keputusan harga yang lebih akurat, mempertimbangkan biaya produksi dan keunggulan kompetitif, sehingga tetap menarik bagi konsumen dan dapat bersaing di pasar. Selama masa pandemi, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga ketersediaan dan distribusi produk, terutama karena adanya kesehatan yang terpengaruh bagi pekerja dan peningkatan tingkat pengangguran di kawasan perusahaan. Dalam mengatasi tantangan ini, Supply Chain Management dapat memberikan kerangka kerja yang efektif dalam mengelola aliran barang dari bahan baku hingga ke konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan efisiensi dan keandalan pemasok dengan mitra distribusi seperti retail, reseller, retailer, dan wholesaler. Dalam konteks ini, teori Supply Chain Management membantu perusahaan dalam mengoptimalkan alur distribusi dan pengiriman produk, memastikan ketersediaan stok yang memadai di setiap tahap saluran distribusi, dan meminimalkan waktu serta biaya yang diperlukan dalam proses pengiriman.

Kata Kunci: Pandemi Covid 19, PT. Gudang Garam, Forecasting Management

Abstract

In this context, Forecasting Management can be used to predict market demand, analyze competitor behavior, and identify price trends in the kretek cigarette industry. By using appropriate forecasting techniques, companies can make more accurate pricing decisions, considering production costs and competitive advantages, so that they remain attractive to consumers and can compete in the market. During the pandemic, companies faced challenges in maintaining product availability and distribution, especially because there is affected health for workers and an increase in the unemployment rate in the company area. In overcoming this challenge, Supply Chain Management can provide an effective framework for managing the flow of goods from raw materials to consumers. Companies need to pay attention to the efficiency and reliability of suppliers with distribution partners such as retailers, resellers, retailers and wholesalers. In this context, Supply Chain Management theory helps companies optimize distribution and product delivery flows, ensure adequate stock availability at each stage of the distribution channel, and Minimize the time and costs required in the delivery process.

Keywords: Covid 19 pandemic, PT. Gudang Garam, Forecasting Management

A. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan suatu usaha tentu saja seorang pengusaha harus memiliki skill dalam menuangkan sebuah ide ataupun gagasan yang inovatif dan unik. Selain itu, ide tersebut harus memiliki nilai finansial yang tinggi sehingga bisa direalisasikan secara matang. Dalam menjalankan usaha tentu saja diperlukan sebuah analisis oleh seorang manajer operasional yang dapat membantu perusahaan dalam membuat perubahan yang signifikan. Dengan bantuan analisis bisnis, perusahaan akan bisa mengetahui dimana lokalisasi *weakness & strength* sendiri dengan demikian perusahaan dapat mengatasi masalah yang muncul di perusahaan. Sebelum perusahaan menerapkan proses bisnis, manajemen harus menyusun perencanaan dan penjadwalan yang baik serta memperkuat dukungan yang intensif.

PT. Gudang Garam adalah perusahaan yang mengambil bahan baku dan mengolahnya menjadi produk yang siap dijual atau dipasarkan, dengan tambahan biaya. Secara ekonomi, ini disebut sebagai perusahaan manufaktur. Tentunya selama proses produksi, PT. Gudang Garam mempertimbangkan penyusunan rencana dan tindakan bisnis sebagai garis besar bisnis yang akan dilaksanakan, dan jaringan untuk menentukan jadwal kerja, pembagian kerja dan kemungkinan penutupan kesepakatan untuk memfasilitasi operasi perusahaan. Dalam kesempatan ini kami ingin melakukan penelitian terhadap operasional manajemen PT Gudang Garam Tbk.

Berikut adalah definisi manajemen operasional menurut para ahli.

- a. Menurut William J. Stevenson, manajemen operasional adalah suatu bidang studi yang berkaitan dengan pengelolaan proses operasi perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan.
- b. Menurut Nigel Slack, Stuart Chambers, dan Robert Johnston, manajemen operasional adalah pengelolaan dan pengendalian kegiatan produksi dan distribusi barang dan jasa untuk mencapai tujuan organisasi.
- c. Menurut Jay Heizer dan Barry Render, manajemen operasional adalah pengelolaan sumber daya dan proses operasi yang terkait dengan produksi dan distribusi barang dan jasa untuk mencapai tujuan organisasi.
- d. Menurut Russell Taylor, manajemen operasional adalah pengelolaan aktivitas produksi dan distribusi dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi.

- e. Menurut Robert Jacobs dan Richard Chase, manajemen operasional adalah pengelolaan aktivitas produksi dan distribusi dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan
- f. Menurut Barry Render, Ralph M. Stair Jr., dan Michael E. Hanna, manajemen operasional adalah pengelolaan aktivitas produksi dan distribusi dengan fokus pada efisiensi dan efektivitas operasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Dr. Ir. Nuryanto, M.M., tahapan manajemen proyek meliputi tahap persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan penutupan proyek. Tahap persiapan mencakup identifikasi proyek, pengembangan tujuan proyek, pemilihan tim proyek, dan analisis risiko. Tahap perencanaan meliputi pengembangan jadwal proyek, alokasi sumber daya, dan pengembangan anggaran. Tahap pelaksanaan meliputi pengelolaan tim proyek, pemantauan kemajuan proyek, dan penyelesaian tugas. Tahap penutupan meliputi evaluasi proyek, pelaporan hasil, dan pembuatan rekomendasi untuk proyek selanjutnya. Sumber jurnal: Nuryanto, N. (2017). Pengantar Manajemen Proyek. Penerbit Andi.

Project management adalah suatu disiplin yang mencakup pengelolaan proyek dari awal hingga akhir, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan spesifik. Tujuan dari project management adalah untuk menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas tinggi, tepat waktu, dan sesuai dengan anggaran yang telah ditentukan.

Tahapan dalam project management biasanya meliputi:

- Perencanaan Proyek: Tahap ini melibatkan penentuan sasaran proyek, jangka waktu, dan anggaran yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek tersebut. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan identifikasi risiko dan strategi mitigasi risiko, serta penentuan tim proyek dan tugas-tugas yang akan dijalankan.
- Pelaksanaan Proyek: Tahap ini melibatkan eksekusi rencana proyek. Hal ini termasuk mengumpulkan sumber daya, membangun tim, melaksanakan tugas-tugas proyek, dan mengambil tindakan korektif jika ada masalah yang muncul.
- Monitoring dan Kontrol Proyek: Tahap ini melibatkan pemantauan dan pengendalian terhadap kemajuan proyek, termasuk membandingkan hasil aktual dengan rencana awal dan menyelesaikan masalah yang muncul.

Dalam prakteknya, tahapan project management ini seringkali dilakukan secara berulang-ulang hingga proyek selesai, sehingga memungkinkan untuk mengambil tindakan korektif jika ada masalah yang muncul di sepanjang jalan. Dalam tahapan tersebut, dapat dilakukan perubahan pada rencana proyek, penambahan sumber daya atau penyesuaian anggaran jika diperlukan.

Menurut Dr. Dwi Larso, S.E., M.M., forecasting management adalah proses peramalan yang dilakukan dengan menggunakan metode statistik, matematika, dan analisis data untuk memprediksi kejadian di masa depan. Tujuannya adalah untuk membantu manajemen dalam merencanakan kegiatan yang akan datang dan mengambil keputusan yang tepat. Forecasting management merupakan sebuah proses memprediksi masa depan dan mengevaluasi kemungkinan hasilnya untuk menginformasikan keputusan manajemen. Terdapat beberapa jenis forecasting management yang umumnya digunakan dalam praktik bisnis, yaitu:

- Qualitative forecasting: Metode ini digunakan ketika data historis terbatas atau tidak tersedia. Teknik yang digunakan termasuk wawancara dengan ahli, studi kasus, dan analisis SWOT. Metode ini lebih bergantung pada penilaian manusia dan pengalaman.
- Quantitative forecasting: Metode ini menggunakan data historis dan statistik untuk memprediksi masa depan. Metode ini melibatkan pemodelan matematis yang kompleks dan dapat mencakup teknik seperti regresi, eksponensial, dan moving average.
- Time-series forecasting: Metode ini digunakan ketika data historis tersedia dan berkaitan dengan waktu. Metode ini melibatkan analisis trend, musiman, dan siklus dalam data.
- Causal forecasting: Metode ini digunakan ketika ada hubungan sebab-akibat yang jelas antara faktor-faktor tertentu dan permintaan. Teknik yang digunakan termasuk regresi linear dan analisis ekonometrika.

Design of Good Services merupakan proses desain produk atau jasa yang mencakup strategi untuk memilih bahan, bentuk, dan fungsi produk serta bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuan dari desain produk yang baik adalah untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kepuasan pelanggan. Munculnya desain barang dan jasa disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti

ekonomi, politik, sosial dan demografis, legalitas, perilaku etis, serta teknologi. Mendesain produk dan jasa tidak dapat dilakukan dengan waktu yang singkat, karena untuk dapat merumuskan suatu ide menjadi suatu bentuk produk, perlu melalui beberapa proses.

Istilah *managing quality* dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan mutu produk atau layanan agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Strategi atau filsafat manajemen yang melibatkan pengintegrasian seluruh fungsi perusahaan dan mendorong setiap manajer maupun karyawan bersama-sama dalam memaksimalkan produktivitas produk, layanan, prosedur serta lingkungan untuk sehingga mampu memperkuat daya saing perusahaan di pasar. Ada beberapa standar internasional dalam mengelola kualitas, di antaranya :

1. ISO 9001:2015, yaitu standar yang mengatur tentang sistem manajemen kualitas.
2. Six sigma, yaitu metode pengendalian kualitas yang berfokus pada pengurangan variabilitas proses produksi.
3. *Total Quality Management* (TQM), yaitu pendekatan yang memperhatikan kualitas secara menyeluruh, baik pada proses maupun produk akhir.

Process strategy merupakan metode pendekatan yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan produk atau jasa yang didasarkan pada sumber daya. Strategi proses memiliki tujuan untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan cara menciptakan barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginan pelanggan. *Design process* menentukan tujuan perusahaan dan pesaing perusahaan. Sebagian besar produk dan layanan dirancang melalui berbagai proses desain. Berikut termasuk 4 kategori fokus desain proses :

1. Dengan berfokus pada proses, dapat disimpulkan bahwasanya industri di bidang ini menghasilkan banyak produk dengan volume kecil, namun menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.
2. Fokus yang berulang, secara umum *repetitious focus* adalah metode untuk menghasilkan produk yang sama berulang kali di masa mendatang.
3. Memfokuskan pada produk, menetapkan fokus pada produk dalam hal ini akan menghasilkan produk yang mempunyai tingkat kualitas yang lebih tinggi dan hanya mempunyai sedikit perbedaan dari produk lain.

4. Menetapkan fokus pada kustomisasi, kustomisasi massal berarti menyesuaikan usaha untuk menghasilkan produk berdasarkan spesifikasi pelanggan. Kustomisasi barang yang diproduksi secara massal dipandu oleh 3 fokus yaitu proses, produksi, dan produk.

Location strategies dalam manajemen operasional adalah rencana dan keputusan mengenai lokasi fisik dari sebuah organisasi atau unit bisnisnya. Lokasi strategis dapat berpengaruh pada keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bisnisnya, seperti biaya produksi, aksesibilitas pasar, tenaga kerja yang tersedia, dan regulasi pemerintah yang berlaku. Location strategies melibatkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, seperti biaya, transportasi, infrastruktur, ketersediaan sumber daya manusia, regulasi pemerintah, dan faktor lingkungan. *Location strategies* dalam manajemen operasional antara lain adalah pemilihan lokasi pabrik, kantor, atau gudang, pemilihan lokasi toko atau outlet, serta pemilihan lokasi untuk membuka bisnis franchise.

Dalam menyelesaikan permasalahan lokasi, *location strategy* memiliki 4 cara yang dapat direalisasikan, antara lain :

1. Metode Pemeringkatan Faktor, dalam memilih lokasi ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, baik secara kualitatif ataupun kuantitatif. Secara umum, metode ini digunakan karena banyak sekali faktor yang dapat berdampak besar, seperti pendidikan, manajemen yang baik, dan perencanaan kinerja pekerjaan.
2. Analisis Titik-Impas Lokasi, sebagai hasil dari identifikasi biaya variabel dan tetap serta membuat grafik setiap lokasi yang mewakili masing-masing variabel tersebut, kita dapat menetapkan opsi alternatif mana yang memiliki biaya tertinggi. Untuk menganalisis lokasi titik-impas bisa menggunakan matematik ataupun secara grafik. Selain memberikan metrik untuk mengukur setiap lokasi, grafik juga menawarkan keuntungan moneter.
3. Metode Pusat-Gravitasi, yaitu perusahaan dapat mengidentifikasi lokasi di pusat distribusi yang meminimalkan biaya distribusi. Dengan menentukan lokasi mana yang akan menjadi titik distribusi terbaik, metode ini memperhitungkan lokasi pasar, volume barang yang akan disalurkan, dan biaya dalam menjalankan usaha.

4. Model Transportasi, tujuannya adalah untuk mengoptimalkan produksi dengan meminimalkan biaya dan tarif transportasi dengan mendistribusikan produk dari berbagai titik penawaran ke berbagai permintaan/target.

Mrp PT Gudang Garam Tbk memiliki keunggulan kemampuan dalam mengolah data berjumlah besar dengan akurat, besarnya jumlah bahan baku yang diperoleh pemasok hasil produk pada akhir yang dibuat mengharuskan PT Gudang garam Tbk untuk memilih sistem MRP yang dapat menanggung beban data berjumlah besar dan berfungsi dengan baik.

ERP PT Gudang Garam Tbk menerapkan sistem strategi rantai pasok (Supply Chain) yang berfokus terhadap efisiensi untuk memudahkan produksi dan distribusi, serta meminimalisir biaya distribusi dan efisiensi meningkatkan produksi pada PT Gudang Garam Tbk yang sangat membuat mereka fokus produksi untuk memiliki pemasok secara teliti serta membeli bahan baku dari jumlah yang besar sehingga mereka membutuhkan sistem ERP yang dapat menampung data yang sangat besar.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan semua analisis dan mendefinisikan sebagai kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada sehingga tujuan dalam penelitian ini adalah pt gudang garam dengan metode pengumpulan data yang digunakan dalam observasi dan wawancara karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesuai dengan fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga kita tidak dapat mengatur yang dengan bersifat dimanipulasi sedangkan analisis data yang digunakan dengan cara data yang diperoleh dengan teori tertentu sehingga prinsip dengan yang dijadikan satu pada penelitian kepustakaan kemudian diklasifikasikan di teliti dan telah untuk menjawab semua permasalahan yang dirumuskan dengan menggunakan suatu teori sehingga diperoleh keputusan tertentu yang dilakukannya

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk, penerapan teori Forecasting Management dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengoptimalkan perencanaan produksi dan pengembangan produk perusahaan. Melalui penerapan teknik peramalan yang tepat, perusahaan dapat memprediksi permintaan dan kebutuhan pasar

di masa depan. Dalam konteks produksi produk rokok kretek, peramalan permintaan dapat membantu perusahaan dalam menentukan jumlah produksi yang optimal, sehingga dapat menghindari kelebihan atau kekurangan stok yang dapat berdampak negatif pada efisiensi operasional perusahaan (Cuandra et al., 2023).

Penggunaan teori Forecasting Management juga berperan penting dalam pengembangan produk perusahaan. Dengan melakukan riset dan pemantauan pasar yang cermat, PT Gudang Garam Tbk dapat mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen baru, serta memprediksi permintaan terhadap produk baru yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Melalui penggunaan teknik peramalan yang akurat, perusahaan dapat mengoptimalkan pengembangan produk, baik sebelum, selama, maupun setelah masa pandemi, sehingga dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Selain itu, penerapan teori Supply Chain Management juga merupakan aspek penting dalam manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk. Perusahaan ini mengadopsi pendekatan saluran distribusi yang pendek dengan memanfaatkan tenaga penjualan internal dalam divisi gudang dan web untuk mendistribusikan produk perusahaan (Charles et al., 2022). Selain itu, PT Gudang Garam Tbk juga melibatkan retail, reseller, retailer, dan wholesaler sebagai mitra distribusi untuk mencapai konsumen akhir. Dalam konteks ini, teori Supply Chain Management membantu perusahaan dalam mengoptimalkan alur distribusi dan pengiriman produk, memastikan ketersediaan stok yang memadai di setiap tahap saluran distribusi, dan meminimalkan waktu serta biaya yang diperlukan dalam proses pengiriman.

Selama masa pandemi, perusahaan menghadapi tantangan baru dalam manajemen operasionalnya, termasuk penurunan volume penjualan akibat kenaikan bea cukai dan daya beli masyarakat yang cenderung lemah. Dalam menghadapi situasi ini, PT Gudang Garam Tbk perlu melakukan penyesuaian dalam peramalan permintaan dan perencanaan produksi, serta dalam mengelola rantai pasokan. Dalam hal ini, teori Forecasting Management dan Supply Chain Management dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi perubahan tren pasar, menyesuaikan kapasitas produksi, dan mengoptimalkan strategi distribusi, sehingga perusahaan tetap dapat menjaga keberlanjutan operasionalnya dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Dalam manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk, penerapan teori Forecasting Management dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi sebelum dan selama masa pandemi. Sebelum masa pandemi, perusahaan menghadapi tantangan dalam mengatur harga produk yang kompetitif dengan menyesuaikan biaya produksi dan harga produk pesaing. Dalam konteks ini, Forecasting Management dapat digunakan untuk memprediksi permintaan pasar, menganalisis perilaku pesaing, dan mengidentifikasi tren harga di industri rokok kretek. Dengan menggunakan teknik peramalan yang tepat, perusahaan dapat membuat keputusan harga yang lebih akurat, mempertimbangkan biaya produksi dan keunggulan kompetitif, sehingga tetap menarik bagi konsumen dan dapat bersaing di pasar.

Selama masa pandemi, PT Gudang Garam Tbk menghadapi beberapa permasalahan operasional yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Penurunan pendapatan dan volume penjualan menjadi tantangan utama yang dihadapi perusahaan. Dalam menghadapi situasi ini, teori Forecasting Management dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi perubahan tren pasar dan memperkirakan permintaan yang lebih akurat. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi konsumen di tengah pandemi, perusahaan dapat melakukan penyesuaian strategi pemasaran, perencanaan produksi, dan pengelolaan persediaan (Ikhsan, 2023). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, mengurangi risiko kelebihan stok, dan meminimalkan kerugian yang disebabkan oleh penurunan volume penjualan.

Di samping itu, dalam konteks Supply Chain Management, manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk perlu memperhatikan pengelolaan rantai pasokan yang efisien. Selama masa pandemi, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga ketersediaan dan distribusi produk, terutama karena adanya kesehatan yang terpengaruh bagi pekerja dan peningkatan tingkat pengangguran di kawasan perusahaan. Dalam mengatasi tantangan ini, Supply Chain Management dapat memberikan kerangka kerja yang efektif dalam mengelola aliran barang dari bahan baku hingga ke konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan efisiensi dan keandalan pemasok, memastikan koordinasi yang baik antara divisi internal dalam distribusi dan pengiriman produk, serta mengoptimalkan hubungan dengan mitra distribusi seperti retail, reseller, retailer, dan wholesaler. Melalui penerapan teori Supply Chain Management yang baik, perusahaan

dapat mengatasi permasalahan logistik yang muncul selama masa pandemi, menjaga ketersediaan produk di pasaran, dan memastikan pelanggan tetap terlayani dengan baik. Selain itu, perlu dicatat bahwa setelah masa pandemi, PT Gudang Garam Tbk berhasil mempertahankan pendapatan, memulihkan pertumbuhan volume penjualan, dan meningkatkan pangsa pasarnya. Dalam konteks ini, penerapan teori Forecasting Management dan Supply Chain Management tetap relevan untuk mempertahankan keberlanjutan keberhasilan perusahaan (Ahimsa & Herawati, 2021). Dengan terus memperbarui peramalan permintaan pasar, menganalisis tren konsumen, dan melakukan perencanaan produksi yang tepat, perusahaan dapat tetap menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, melalui manajemen rantai pasokan yang efisien, perusahaan dapat memastikan pengiriman yang tepat waktu dan ketersediaan stok yang memadai di pasar. Dengan demikian, PT Gudang Garam Tbk dapat terus menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan tetap kompetitif dalam industri rokok kretek.

D. SIMPULAN

Manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk, penerapan teori Forecasting Management dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengoptimalkan perencanaan produksi dan pengembangan produk perusahaan. Dalam konteks produksi produk rokok kretek, peramalan permintaan dapat membantu perusahaan dalam menentukan jumlah produksi yang optimal, sehingga dapat menghindari kelebihan atau kekurangan stok yang dapat berdampak negatif pada efisiensi operasional perusahaan (Cuandra et al., 2023). Dengan melakukan riset dan pemantauan pasar yang cermat, PT Gudang Garam Tbk dapat mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen baru, serta memprediksi permintaan terhadap produk baru yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Dalam konteks ini, teori Supply Chain Management membantu perusahaan dalam mengoptimalkan alur distribusi dan pengiriman produk, memastikan ketersediaan stok yang memadai di setiap tahap saluran distribusi, dan meminimalkan waktu serta biaya yang diperlukan dalam proses pengiriman. Dalam hal ini, teori Forecasting Management dan Supply Chain Management dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi perubahan tren pasar, menyesuaikan kapasitas produksi, dan mengoptimalkan strategi distribusi, sehingga perusahaan tetap dapat menjaga

keberlanjutan operasionalnya dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Dalam manajemen operasional PT Gudang Garam Tbk, penerapan teori Forecasting Management dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi sebelum dan selama masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S. (2018). *Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Ahimsa*, A. N., & Herawati, T. (2021). *Sistem Pengendalian Internal Pada Persediaan PT. Gudang garam tbk. Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (4), 213-220.
- Cuandra, F., Feblicia, S., Krishermawanti, T., Gusfandi, G., & Daniel, D. (2023). *Analisis Penerapan Serta Perbandingan Permasalahan Operasional Perusahaan pada PT. Gudang Garam Tbk Menjelang Pandemi. J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 654-664.
- Charles, H., Jasa, R. H., Lionna, F., Wu, V. N., Cuandra, F., & Laulita, N. B. (2022). *ANALISIS INTEGRASI SISTEM ALIRAN RANTAI PASOKAN TEMBAKAU DI PT. GUDANG GARAM, TBK. Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(1), 4257-4264.
- IKHSAN, A. M. (2023). *PERILAKU ORGANISASI DI PT. GUDANG GARAM PADA MASA PANDEMI COVID*.
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online the Effect of Shopping Orientation, Trust, and Purchase Experience on Online Re-Buying Interest. Menara Ilmu*, 14 No. 02(02), 1–11.
- Megantara, I. M. T., & Suryani, A. (2016). *Penentuan Niat Pembelian Kembali Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com. Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(9), 5783–5810.
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. (2022). *The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184–2206. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2021-0221>
- Muchlis, Gatot Wijayanto, & Komita, S. E. (2021). *Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth (E-Wom) sebagai Variabel Intervening E-Commerce Buka Lapak pada Generasi Millennial. Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 18–29. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7404](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7404)
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). *Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Parastanti, G. P., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). *Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust Dan Online Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan ZALORA Indonesia Melalui Website www.zalora.co.id). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 16(1), 1–7.
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J. T., & Tarigan, S. A. A. (2021). *The*

- role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 593–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.008>
- Pratiwi, A. A. N. E. (2020). *The Role of Prestige in Mediating the Influence of Perceived Quality and Price Fairness on the Intention to Repurchase Online-base Fashion Products*. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(SP5), 1507–1514. <https://doi.org/10.5373/jardcs/v12sp5/20202072>
- Prisanti, D. M., Suyadi, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh E-Service quality dan e-trust terhadap e-customer satisfaction serta implikasinya terhadap e-customer loyalty (Studi pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). *Journal of Business Studies*, 19(1), 2443–3837. <http://keuangan.kontan.co.id>
- Progrm, N. P., Manajemen, S., Pgri, S., & Jombang, D. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang). *Jurnal EK&BI*, 4, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Purnami, N. M., & Nurcaya, I. N. (2015). Pengaruh e-trust, Perceived usefulness dan e-satisfaction terhadap online repurchase intention. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (Senastek)*, 1–8. e-trust, perceived usefulness, e-satisfaction dan online repurchase intention.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39(July 2017), 199–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>
- Witari, Mulyana, ; Tatang, & Gumilar, ; Irfan Rizki. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Online Trust terhadap Purchase Intention pada Marketplace Lazada di Garut. *Jurnal Of Knowledge Management*, 15(1), 27–35.