

Analisis Revenue Forecasting Menggunakan Metode Trend Moment (Studi Kasus Pada Pt Mustika Ratu Tbk)

Hairunnisa Halimatussyadiyah¹, Aldi Akbar²

¹ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, haiirunnisaa@student.telkomuniversity.ac.id

² Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, aldiakb@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Saat ini industri kecantikan di Indonesia sedang berkembang pesat dan digeluti oleh banyak pelaku industri dalam negeri. PT Mustika Ratu Tbk adalah salah satu pemain utama di industri kecantikan di Indonesia yang telah berdiri lama. Namun, PT Mustika Ratu memiliki nilai pendapatan yang relatif rendah dan fluktuatif apabila dibandingkan dengan pesaingnya. Di sisi lain, nilai sahamnya pun menunjukkan tingkat volatilitas yang cukup tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola dan tren pendapatan perusahaan berdasarkan data historis serta mengevaluasi akurasi metode *trend moment* dalam memproyeksikan pendapatan perusahaan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deksriptif dengan teknik analisis deret waktu dan pengujian akurasi menggunakan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa model peramalan yang dibentuk menghasilkan nilai MAPE sebesar 20% yang dikategorikan sebagai akurasi cukup baik. Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa model memiliki signifikansi dan dapat diandalkan sebagai alat proyeksi pendapatan perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam menyusun strategi keuangan untuk meningkatkan *value* melalui tata kelola perusahaan dengan baik, sekaligus kontribusi teoritis dalam memperluas aplikasi metode *trend moment* di bidang bisnis dan keuangan.

Kata kunci: Peramalan Pendapatan, *Trend Moment*, Mustika Ratu, MAPE

I. PENDAHULUAN

Industri kecantikan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan diri, serta perkembangan *e-commerce* menjadi pendorong utama pada pasar kecantikan. Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2024) menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha di sektor ini meningkat sebesar 43% dari 726 unit usaha pada tahun 2020 menjadi 1.040 unit usaha pada 2023. Bahkan, nilai ekspor kumulatif industri kecantikan Indonesia mencapai 770,8 juta USD sepanjang Januari hingga November 2023. Selain itu, ukuran pasar nasional diperkirakan mencapai lebih dari 467 ribu produk, meningkat sepuluh kali lipat dalam kurun lima tahun terakhir.

Statista (2024) juga mencatat bahwa total pendapatan industri kecantikan di Indonesia dari tahun 2021 hingga 2029 menunjukkan pertumbuhan yang stabil, dengan proyeksi peningkatan sebesar sekitar 65%. Tren ini mengindikasikan adanya potensi pertumbuhan yang signifikan bagi para pelaku usaha di sektor tersebut. Kondisi ini menunjukkan tingginya potensi pasar kosmetik yang membuka peluang bagi berbagai merek lokal maupun internasional untuk bersaing secara aktif.

Dilansir dari Databoks (2023), Mustika Ratu masih cukup populer di kalangan konsumen dengan tingkat popularitas sebesar 10%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak merek baru bermunculan, merek lama seperti Mustika Ratu tetap memiliki loyalitas dan tempat tersendiri di hati konsumen. Namun, posisi ini juga mencerminkan tantangan signifikan yang tengah dihadapi perusahaan dalam mempertahankan daya saingnya.

Data historis pendapatan Mustika Ratu dari 1998 hingga 2023 menunjukkan nilai pendapatan yang mengalami fluktuasi. Pendapatan Mustika Ratu sempat mencapai puncaknya pada 2012 dengan nilai hampir 500 miliar, namun mengalami fluktuasi dan penurunan dalam beberapa tahun setelahnya. Meskipun sejak 2019 nilai pendapatan stabil pada kisaran 300 miliar, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum berhasil memanfaatkan potensi pasar yang sedang berkembang. Di sisi lain, nilai saham perusahaan juga menunjukkan volatilitas tinggi, yang berdampak pada persepsi investor terhadap prospek bisnis Mustika Ratu. Fenomena fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa Mustika Ratu belum mampu menjaga stabilitas kinerja keuangan dan kepercayaan pasar secara konsisten.

Permasalahan ini semakin diperkuat oleh studi Qablina (2023) yang mengidentifikasi beberapa tantangan utama Mustika Ratu, antara lain meningkatnya persaingan di industri kecantikan, penurunan permintaan akibat ketidakpastian ekonomi, serta tingginya risiko finansial perusahaan. *Altman Z-score* perusahaan pun menunjukkan kondisi *distress*, yang menandakan potensi kesulitan keuangan serius. Selain itu, tantangan eksternal seperti fluktuasi nilai tukar, inflasi, perubahan regulasi, dan ketidakpastian global juga turut membebani performa perusahaan.

Pendapatan merupakan indikator utama yang mencerminkan kinerja operasional dan keberlanjutan suatu perusahaan. Ketika pendapatan suatu perusahaan bersifat fluktuatif, perusahaan cenderung akan kesulitan dalam menyusun anggaran, mengatur kapasitas produksi, dan menyesuaikan strategi pemasaran. Fluktuasi pendapatan akan berdampak terhadap persepsi investor karena ketidakpastian tersebut akan dianggap sebagai sinyal risiko keuangan yang dapat memengaruhi valuasi dan reputasi perusahaan di pasar (FasterCapital, 2024).

Dengan demikian, perusahaan memerlukan alat analisis yang mampu mengidentifikasi pola dan tren serta memproyeksikan pendapatan secara kuantitatif dan andal sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah peramalan pendapatan (*revenue forecasting*). Pendekatan ini dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi pola dan tren pendapatan berdasarkan data historis serta membuat proyeksi pendapatan untuk perencanaan strategis di masa depan.

Salah satu metode peramalan yang dapat digunakan adalah *trend moment*, yaitu pendekatan analisis deret waktu yang digunakan untuk menggambarkan arah tren berdasarkan data historis. Metode ini dinilai sesuai untuk data pendapatan yang memiliki pola linier dan tidak bersifat musiman. Keunggulan metode ini terletak pada kemudahannya dalam penerapan, kestabilan hasil, dan kemampuannya dalam menangkap tren jangka panjang secara efektif (Amalia et al., 2022). Selain itu, akurasi hasil peramalan menggunakan metode *trend moment* dapat diuji menggunakan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) untuk mengevaluasi sejauh mana hasil peramalan mendekati nilai aktual.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan efektivitas metode ini dalam berbagai konteks. Sirgar et al. (2022) menunjukkan bahwa *trend moment* mampu memproyeksikan kebutuhan persediaan dengan tingkat akurasi tinggi. Fauzan et al. (2023) juga menunjukkan bahwa metode ini efektif dalam memprediksi penjualan dan laba bersih perusahaan FMCG dengan tingkat kesalahan di bawah 10%. Namun, hingga saat ini belum ada penelitian yang secara spesifik memproyeksikan pendapatan perusahaan kosmetik tradisional di Indonesia, seperti Mustika Ratu.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola dan tren pendapatan PT Mustika Ratu Tbk menggunakan metode *trend moment* serta mengevaluasi akurasi peramalan menggunakan metode MAPE sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan dalam menyusun perencanaan keuangan yang lebih adaptif, serta memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas aplikasi metode *trend moment* pada konteks industri kecantikan.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Peramalan (*Forecasting*)

Peramalan adalah cara untuk mengukur atau memperkirakan kondisi bisnis di masa depan (Fahlefi, 2021). Dalam bisnis, peramalan menjadi dasar untuk merencanakan kapasitas, produksi dan inventaris, penjualan dan pangsa pasar, keuangan dan penganggaran, penelitian dan pengembangan, serta strategi manajemen (Shim et al., 2012). Perencanaan pendapatan merupakan salah satu aspek yang penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat memperhitungkan penjualan dan menentukan strategi untuk mencapai target yang telah ditentukan.

B. Metode *Trend Moment*

Trend dapat didefinisikan sebagai gerakan yang berjangka panjang, lamban, dan cenderung menuju satu arah, menaik, ataupun menurun ((Fahlefi, 2021). *Trend analysis* adalah teknik penyesuaian garis *trend* berdasarkan data historis untuk memperkirakan garis *trend* masa depan untuk peramalan jangka pendek atau panjang (Sutiyono & Setiafindari, 2024). Adapun rumus atau persamaan perhitungan *forecasting* dengan metode *trend moment* adalah:

$$Y' = a + bX \quad (1)$$

Keterangan:

- Y' : nilai *trend* yang dicari
 X : indeks waktu (dimulai dari 1, 2, ..., n)
 a : nilai konstanta
 b : koefisien arah regresi

Nilai a dan b pada persamaan di atas dapat dihitung dengan menggunakan metode substitusi dan eliminasi pada persamaan berikut:

$$\Sigma Y = n \cdot a + b \cdot \Sigma X \quad (2)$$

$$\Sigma XY = a \cdot \Sigma X + b \cdot \Sigma X^2 \quad (3)$$

Keterangan:

- ΣY : jumlah data pendapatan
 ΣX : jumlah periode waktu
 ΣXY : jumlah hasil perkalian data pendapatan dengan periode waktu
 n : jumlah data

C. Mean Absolute Percentage Error (MAPE)

Akurasi perhitungan hasil peramalan dapat dihitung dengan membandingkan antara nilai yang diramal dengan nilai actual atau yang sebenarnya untuk mengetahui seberapa akurat hasil proyeksi peramalan. *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) merupakan ukuran kesalahan relatif yang dinyatakan dalam bentuk persentase kesalahan hasil ramalan terhadap nilai aktual selama periode tertentu. Nilai MAPE akan memberikan informasi persentase kesalahan terlalu tinggi atau rendah.

$$MAPE = \left(\Sigma \frac{Y - Y'}{Y} \right) \times \frac{100}{n} \quad (4)$$

Keterangan:

- Y : data aktual pada periode t
 Y' : hasil peramalan (*forecast*) pada periode t
 n : jumlah periode peramalan

Hasil dari nilai MAPE dikategorikan sesuai dengan tabel kriteria MAPE berikut.

Tabel 1 Kriteria Nilai MAPE

MAPE	Kriteria
$MAPE \leq 10\%$	Sangat Baik (<i>Highly Accurate Forecasting</i>)
$10\% < MAPE \leq 20\%$	Baik (<i>Good Forecasting</i>)
$20\% < MAPE \leq 50\%$	Cukup baik (<i>Reasonable Forecasting</i>)
$MAPE > 50\%$	Buruk (<i>Inaccurate Forecasting</i>)

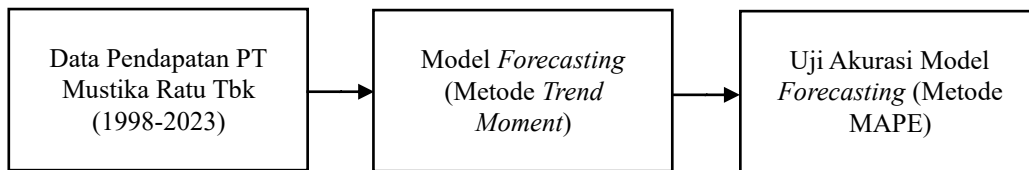
Sumber: Lewis (1982)

D. Tata Kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan adalah sistem yang mengarahkan, mengontrol, dan mengorganisasikan kehidupan suatu perusahaan (Ghillyer, 2012 dalam Banjarnahor et al., 2023). Sedangkan menurut Kusmayadi et al. (2015), tata kelola perusahaan atau *corporate governance* adalah sebuah rangkaian proses yang terstruktur untuk mengelola, mengarahkan, dan memimpin suatu bisnis serta usaha-usaha korporasi untuk meningkatkan nilai perusahaan serta kontinuitas atau keberlanjutan bisnis. Prinsip tata kelola perusahaan bersifat universal sehingga pelaksanaan pengelolaan perusahaan dapat disesuaikan dengan ketentuan hukum, aturan, atau nilai yang berlaku untuk memastikan bisnis terus berjalan dan menguntungkan para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya (Nuralia, 2022).

Perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) harus menerapkan prinsip transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), kemandirian (*independency*), dan kewajaran (*fairness*).

Berdasarkan latar belakang dan teori yang sudah dijabarkan, kerangka penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Sehingga hipotesis penelitian yang dirumuskan pada penelitian ini adalah:

- H1 : Pendapatan PT Mustika Ratu Tbk selama periode pengamatan mengikuti pola tren tertentu yang dapat dimodelkan menggunakan metode *trend moment*
- H2 : Model *revenue forecasting* menggunakan metode *trend moment* dinilai cukup akurat untuk dijadikan proyeksi pendapatan PT Mustika Ratu Tbk

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deksriptif. Strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus, yang memiliki fokus untuk menganalisis data historis pendapatan PT Mustika Ratu Tbk untuk memahami pola *revenue forecasting*. Unit analisis data penelitian ini diambil dari data pendapatan perusahaan pada laporan keuangan PT Mustika Ratu Tbk yang terpublikasi di Bursa Efek Indonesia. Keterlibatan dan sejauh mana peneliti dalam penelitian ini tidak memengaruhi atau mengubah data (minimal). Waktu pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode longitudinal yang dilakukan dengan mengumpulkan data pada berbagai titik waktu untuk menganalisis perubahan dan tren yang terjadi selama periode tertentu (Sekaran & Bougie, 2016).

Variabel X yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel waktu, yaitu periode yang mewakili urutan waktu dari data historis yang dipengaruhi oleh jumlah data dengan indikator variabel adalah urutan periode yang dimulai dari 1 hingga 26, sesuai dengan jumlah data historis yang digunakan. Sedangkan variabel Y yang digunakan adalah variabel pendapatan, yaitu nilai pendapatan perusahaan per tahun yang diperoleh PT Mustika Ratu Tbk pada periode 1998 hingga 2023 dengan indikator nilai penjualan bersih pada laporan keuangan perusahaan.

Populasi pada penelitian ini adalah data laporan keuangan PT Mustika Ratu Tbk yang terpublikasi di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi ini mencakup semua laporan keuangan yang tersedia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah data pendapatan tahunan PT Mustika Ratu selama 26 periode, yaitu 1998 - 2023.

Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan metode peramalan *trend moment*. Model *revenue forecasting* yang terbentuk akan diuji menggunakan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE). Selain itu, dilakukan pula uji hipotesis menggunakan perhitungan uji F yang bertujuan untuk mengetahui reliabilitas (keandalan) model *revenue forecasting* menggunakan metode *trend moment*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Dekskriptif

Penelitian ini menggunakan data runtut waktu (*time series*) mengenai pendapatan PT Mustika Ratu Tbk selama 26 periode, yaitu dari tahun 1998 hingga 2023. Berdasarkan data tersebut, diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 2. Data Dekskriptif

Mean	Rp	297,262,559,371
Standard Deviation	Rp	86,748,987,651
Sample Variance	Rp	7,525,386,858,642,050,000,000

Mean	Rp	297,262,559,371
Minimum	Rp	108,044,445,599
Maximum	Rp	458,197,338,824

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Tabel data deksriptif di atas menunjukkan bahwa pendapatan PT Mustika Ratu Tbk pada periode 1998 hingga 2023 memiliki rata-rata sebesar Rp297,622,559,371 dengan standar deviasi sebesar Rp86,748,987,652 dan variansi sebesar $Rp7,52 \times 10^{21}$. Pendapatan tertinggi tercatat pada tahun 2012 sebesar Rp458,197,338,824, sedangkan pendapatan terendah tercatat pada tahun 1998 sebesar Rp108,044,445,599.

Dari data tersebut diketahui bahwa data historis memiliki nilai variansi yang cukup besar sehingga dilakukan transformasi data ke dalam bentuk logaritma basis 10 ($\log 10$). Transformasi logaritma digunakan untuk menstabilkan variansi dan mengurangi *skewness* (kemiringan distribusi data) (Gujarati & Porter, 2009), serta untuk melihat pertumbuhan pendapatan PT Mustika Ratu Tbk.

Tabel 3. Transformasi Data	
Tahun	Log Y
1998	11.03
1999	11.18
2000	11.29
2001	11.36
2002	11.40
2003	11.36
2004	11.39
2005	11.32
2006	11.35
2007	11.40
2008	11.49
2009	11.54
2010	11.57
2011	11.61
2012	11.66
2013	11.55
2014	11.64
2015	11.63
2016	11.54
2017	11.54
2018	11.48
2019	11.48

Tahun	Log Y
2020	11.50
2021	11.51
2022	11.46
2023	11.48

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

- B. Hasil Perhitungan Model Revenue Forecasting
1. Model *Revenue Forecasting* Menggunakan Data Aktual

Tabel 4. Perhitungan Model Revenue Forecasting Menggunakan Data Aktual

Tahun	Y (dalam miliar rupiah)	X	XY	X2
1998	108	1	108	1
1999	150	2	300	4
2000	194	3	582	9
2001	228	4	912	16
2002	252	5	1260	25
2003	229	6	1374	36
2004	243	7	1701	49
2005	208	8	1664	64
2006	226	9	2034	81
2007	252	10	2520	100
2008	307	11	3377	121
2009	345	12	4140	144
2010	369	13	4797	169
2011	406	14	5684	196
2012	458	15	6870	225
2013	358	16	5728	256
2014	434	17	7378	289
2015	428	18	7704	324
2016	344	19	6536	361
2017	344	20	6880	400
2018	300	21	6300	441
2019	305	22	6710	484

Tahun	Y (dalam miliar rupiah)	X	XY	X ²
2020	318	23	7314	529
2021	326	24	7824	576
2022	285	25	7125	625
2023	300	26	7800	676
Jumlah	7,717	351	114,622	6201

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Untuk mendapatkan persamaan *trend moment*, nilai pada tabel di atas dimasukkan ke dalam persamaan berikut untuk mencari nilai a dan b menggunakan metode substitusi dan eliminasi.

$$\Sigma Y = n \cdot a + b \cdot \Sigma X \quad (5)$$

$$7,717 = 26a + 315b$$

$$\Sigma XY = a \cdot \Sigma X + b \cdot \Sigma X^2 \quad (6)$$

$$114,622 = 351a + 6201b$$

Dari kedua persamaan tersebut, diperoleh nilai a sebesar 200.42 dan nilai b sebesar 7.14. Selanjutnya, nilai a dan b tersebut dimasukkan ke dalam persamaan *trend moment* sebagai berikut.

$$Y' = a + bX \quad (7)$$

Sehingga diperoleh persamaan akhir model *revenue forecasting* sebagai berikut.

$$Y' = 200.42 + 7.14(X) \quad (8)$$

2. Model Revenue Forecasting Menggunakan Data Transformasi Log 10

Tabel 5 Perhitungan Model Revenue Forecasting Menggunakan Data Transformasi Log 10

Tahun	Log Y	X	XY	X ²
1998	11.03	1	11.03	1
1999	11.18	2	22.36	4
2000	11.29	3	33.87	9
2001	11.36	4	45.43	16
2002	11.40	5	57.02	25
2003	11.36	6	68.17	36
2004	11.39	7	79.71	49
2005	11.32	8	90.55	64
2006	11.35	9	102.19	81
2007	11.40	10	114.02	100
2008	11.49	11	126.37	121
2009	11.54	12	138.46	144
2010	11.57	13	150.38	169

Tahun	Log Y	X	XY	X2
2011	11.61	14	162.52	196
2012	11.66	15	174.92	225
2013	11.55	16	184.86	256
2014	11.64	17	197.85	289
2015	11.63	18	209.37	324
2016	11.54	19	219.20	361
2017	11.54	20	230.75	400
2018	11.48	21	241.04	441
2019	11.48	22	252.66	484
2020	11.50	23	264.57	529
2021	11.51	24	276.34	576
2022	11.46	25	286.38	625
2023	11.48	26	298.43	676
Jumlah	297.76	351	4038.44	6201

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Untuk mendapatkan persamaan *trend moment*, nilai pada tabel di atas dimasukkan ke dalam persamaan berikut untuk mencari nilai a dan b menggunakan metode substitusi dan eliminasi.

$$\Sigma Y = n. a + b. \Sigma X \tag{9}$$

$$297.76 = 26a + 315b$$

$$\Sigma XY = a. \Sigma X + b. \Sigma X^2 \tag{10}$$

$$4038.44 = 351a + 6201b$$

Dari kedua persamaan tersebut, diperoleh nilai a sebesar 11.28 dan nilai b sebesar 0.013. selanjutnya, nilai a dan b tersebut dimasukkan ke dalam persamaan *trend moment* sebagai berikut.

$$Y' = a + bX \tag{11}$$

Sehingga diperoleh persamaan akhir model *revenue forecasting* sebagai berikut.

$$Y' = 11.28 + 0.013(X) \tag{12}$$

C. Hasil Pengujian Tingkat Akurasi Model Revenue Forecasting (Uji MAPE)

Tabel 6 Uji MAPE

Data yang Digunakan	Model Revenue Forecasting	MAPE
Data aktual dalam satuan miliar rupiah	$Y' = 200.42 + 7.14(X)$	20%
Data yang sudah ditransformasikan ke dalam bentuk log 10	$Y' = 11.28 + 0.013(X)$	20%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai rata-rata *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) sebesar 20% untuk model *revenue forecasting* dengan menggunakan metode *trend moment* berdasarkan data aktual dan data yang sudah ditransformasikan ke dalam bentuk log 10. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat kesalahan peramalan berada dalam kategori baik karena masih berada dalam rentang 10% hingga 20% menurut kriteria akurasi peramalan (Lewis, 1982).

D. Hasil Pengujian Hipotesis Model Revenue Forecasting (Uji F)

Tabel 7 Uji F

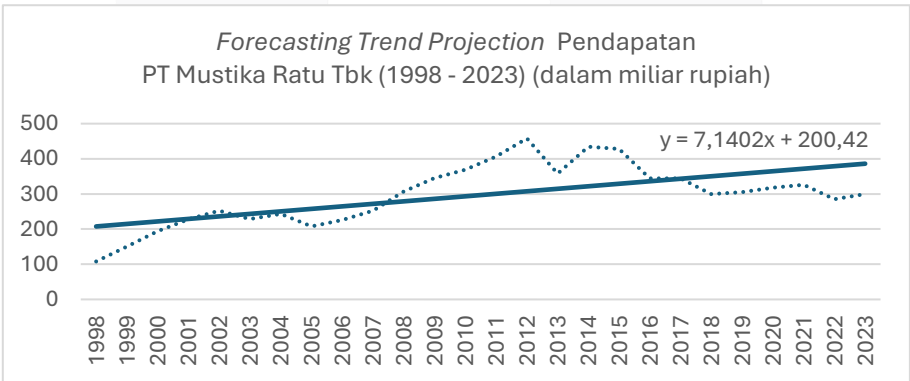
Data yang Digunakan	Model Revenue Forecasting	F	Signifikansi (p < 0.05)
Data aktual dalam satuan miliar rupiah	$Y' = 200.42 + 7.14(X)$	15.7445	0.00057 (Signifikan)
Data yang sudah ditransformasikan ke dalam bentuk log 10	$Y' = 11.28 + 0.013(X)$	20.218	0.00015 (Signifikan)

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil pengujian, kedua model *revenue forecasting* memiliki nilai *p-value* < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua model *revenue forecasting* dapat diterima untuk dijadikan proyeksi pendapatan PT Mustika Ratu Tbk. Dengan demikian, pendapatan PT Mustika Ratu Tbk selama periode pengamatan mengikuti pola tren dan dapat dimodelkan menggunakan metode *trend moment*.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

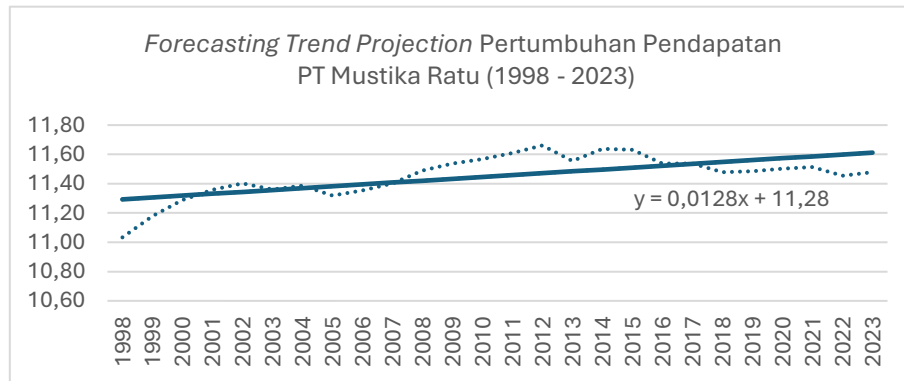
Hasil penelitian membuktikan bahwa model *forecasting* menggunakan metode *trend moment* yang terbentuk dinilai signifikan dan dapat diandalkan dalam memproyeksikan pendapatan perusahaan. Hal ini mendukung pernyataan bahwa perhitungan *forecasting* menggunakan metode *trend moment* tidak memerlukan data historis dalam jumlah besar (Wardhani et al., 2022) dan tetap mampu menghasilkan tingkat akurasi yang baik (Dwijayanti & Lasmini, 2024).



Gambar 2 Forecasting Trend Projection Pendapatan PT Mustika Ratu Tbk (1998 – 2023)

Grafik visualisasi model regresi linier di atas menyajikan visualisasi model regresi linier yang dibentuk berdasarkan persamaan $Y = 200.42 + 7.14(X)$. Garis tren linier tersebut mencerminkan pertumbuhan absolut dari pendapatan perusahaan. Model ini menunjukkan bahwa pendapatan PT Mustika Ratu Tbk memiliki kecenderungan mengikuti pola linier, yaitu pola pertumbuhan yang bergerak naik secara konsisten dari waktu ke waktu. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa garis tren memiliki kemiringan atau arah tren yang positif. Persamaan *revenue forecasting* yang terbentuk menunjukkan bahwa terdapat kenaikan pendapatan sebesar 7,14 miliar rupiah setiap tahun, yang

menandakan adanya potensi pertumbuhan pasar dan penerimaan produk perusahaan yang cukup stabil dalam jangka panjang.



Gambar 3 Forecasting Trend Projection Pertumbuhan Pendapatan PT Mustika Ratu Tbk (1998 – 2023)

Sementara itu, gambar 3 menyajikan visualisasi model regresi linier yang dibentuk berdasarkan persamaan $Y = 11.28 + 0.013(X)$. Persamaan tersebut dibentuk dari data pendapatan yang sudah ditransformasikan ke dalam bentuk log 10. Dalam konteks transformasi logaritma, persamaan tersebut mengindikasikan bahwa pendapatan perusahaan tumbuh secara eksponensial terhadap waktu. Model tersebut menggambarkan bahwa terjadi pertumbuhan pendapatan sekitar 1.3% per tahun.

Kedua model *revenue forecasting* menunjukkan adanya kenaikan pendapatan perusahaan sebesar 7.14 miliar rupiah per tahun atau pertumbuhan sebesar 1.3% per tahun. Jika dibandingkan dengan laju pertumbuhan industri kecantikan Indonesia saat ini yang diperkirakan mencapai 6% hingga 10% per tahun (Statista, 2024). Hasil model *revenue forecasting* PT Mustika Ratu Tbk terbilang relatif rendah dan belum mencerminkan potensi industri secara keseluruhan. Dengan kata lain, perusahaan belum memaksimalkan peluang pertumbuhan yang tersedia di pasar.

Lebih lanjut, meskipun kedua model memiliki nilai MAPE yang baik dan sama-sama bisa digunakan sebagai model *revenue forecasting*, terdapat ketidaksesuaian antara hasil proyeksi dan nilai aktual. Ketidaksesuaian tersebut menunjukkan bahwa hasil peramalan belum mampu menangkap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh. Temuan tersebut relevan dengan penelitian sebelumnya oleh (Kartawinata et al., 2021) yang menyatakan bahwa meskipun sebuah perusahaan memiliki kinerja keuangan yang terlihat kuat secara historis, persepsi pasar atau faktor-faktor lainnya dapat menyebabkan hasil aktual yang berbeda.

Xuan & Loang (2023) menegaskan pentingnya penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam menjaga kinerja keuangan dan kepercayaan investor. PT Mustika Ratu perlu memperkuat struktur tata kelola perusahaan dengan menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) secara menyeluruh. Tidak hanya untuk mempertahankan minat investor, tetapi juga untuk memperkuat nilai saham dan menciptakan stabilitas finansial jangka panjang. Perbedaan antara proyeksi dan realisasi pendapatan menunjukkan kemungkinan kelemahan dalam transparansi dan akurasi informasi yang digunakan sebagai dasar perumusan strategi bisnis.

Dari sisi akuntabilitas, belum optimalnya koordinasi antara berbagai tim dalam perusahaan, seperti tim keuangan, pemasaran, dan operasional, dalam merespon perubahan pasar atau menjalankan strategi yang telah dirancang menunjukkan tanggung jawab antar tim yang belum efektif dan terdistribusi dengan baik sehingga implementasi strategi menjadi tidak selaras.

Selanjutnya, aspek responsibilitas juga perlu diperhatikan karena kegagalan perusahaan dalam mencapai target pendapatan yang diproyeksikan mengindikasikan strategi yang diterapkan belum sepenuhnya adaptif atau relevan terhadap kebutuhan pasar dan belum mampu mencapai keberlanjutan bisnis secara menyeluruh.

Dari sudut pandang independensi, kemungkinan pengambilan keputusan yang tidak didasarkan pada analisis yang objektif dan data yang valid dapat mengarah pada kebijakan yang bias dan hilangnya fleksibilitas perusahaan dalam menanggapi perubahan pasar. Terakhir, menurut prinsip keadilan, perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan karyawan agar terciptanya ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

Perbedaan realisasi pendapatan dan proyeksi yang dialami PT Mustika Ratu Tbk tidak hanya berkaitan dengan penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), tetapi juga mencerminkan tantangan dalam strategi pemasaran dan daya tarik merek. Dalam penelitiannya, (Fransiska & Nurijadi, 2025) menyatakan bahwa minimnya aktivitas periklanan yang dilakukan oleh PT Mustika Ratu Tbk menjadi salah satu faktor yang menghambat terbentuknya reputasi merek yang di tengah ketatnya persaingan industri kecantikan di Indonesia.

Kondisi ini mengartikan pentingnya strategi pemasaran digital yang kuat, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian Hasanah & Aziz (2022) yang menunjukkan bahwa *content marketing* dan *online advertising* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Daya tarik konten dan efektifitas iklan Mustika Ratu akan membangun *brand awareness* yang kuat, yang nantinya akan berkontribusi dalam memengaruhi Keputusan pembelian konsumen.

Handayani & Pradana (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan *brand ambassador* dan daya tarik iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen dalam membeli produk. Temuan tersebut semakin menegaskan bahwa PT Mustika Ratu Tbk perlu meningkatkan efektivitas penerapan strategi pemasaran yang relevan dan adaptif agar dapat meningkatkan kesadaran dan daya tarik merek yang kuat, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, ketimpangan antara hasil proyeksi dan realisasi pendapatan yang dialami PT Mustika Ratu dapat dijadikan bahan evaluasi penting bagi perusahaan untuk memperbaiki kinerjanya, khususnya dalam aspek keuangan, tata kelola perusahaan, dan strategi pemasaran. Peningkatan akurasi perencanaan keuangan, penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) secara konsisten, serta penguatan strategi pemasaran yang adaptif dan relevan dengan tren konsumen menjadi langkah strategis yang perlu ditempuh agar hasil peramalan tidak hanya menjadi proyeksi matematis semata, tetapi dapat tercermin dalam pencapaian kinerja aktual yang berkelanjutan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Data historis pendapatan PT Mustika Ratu Tbk pada periode 1998 hingga 2023 menunjukkan pola tren yang dapat dimodelkan menggunakan metode *trend moment*. Hasil pemodelan peramalan pendapatan menunjukkan tren positif, yaitu berupa adanya peningkatan dan pertumbuhan pendapatan perusahaan dari tahun ke tahun. Namun, untuk mewujudkannya, dibutuhkan penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang efektif dan efisien serta strategi pemasaran yang tepat. Model peramalan yang disusun memiliki tingkat akurasi yang cukup baik dengan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) sebesar 20%, yang artinya model dapat diandalkan sebagai alat proyeksi pendapatan perusahaan.

B. Saran

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian, metode peramalan, jenis data, dan periode waktu yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih beragam dan dapat meningkatkan temuan penelitian dalam konteks yang lebih luas.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang turut berpengaruh pada hasil model peramalan pendapatan (*revenue forecasting*), seperti volume penjualan, tren pasar, preferensi konsumen, dan tingkat inflasi, sehingga model peramalan dapat mencerminkan kondisi aktual yang lebih kompleks dan realistis.
3. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan, perumusan kebijakan, dan perencanaan strategi perusahaan, khususnya dalam upaya meningkatkan pendapatan.

REFERENSI

- Amalia, R., Alkadri, S. P. A., & Octariadi, B. C. (2022). Aplikasi Peramalan Stok Barang Retail Menggunakan Metode Trend Moment pada Toko Rizka. *Journal Education and Technology*, 3(1).
- Banjarnahor, A. R., Sari, O. H., Sudarso, A., Faridi, A., Prasetya, A. B., Aksha, Siagian, E. M., Hudrasyah, H., Siallagan, D. N., Simarmata, J., Oetomo, D. S., Handiman, U. T., Nugroho, A., & Sugiarto, M. (2023). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis* (A. Karim, Ed.). Penerbit Yayasan Kita Menulis.

- Databoks. (2023). *Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan* (2022). Katadata.
- Dwijayanti, N. M. A., & Lasmini, N. N. (2024). Perbandingan Metode Least Square dengan Metode Moment dalam Menyusun Anggaran Penjualan dan Implikasinya terhadap Perencanaan Laba di UD Timbul Variasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 25–32. <https://doi.org/10.38043/jiab>
- Fahlefi, W. (2021). *Anggaran Perusahaan Analisis dan Aplikasi*. LPKBNCitraSain.
- FasterCapital. (2024). *Revenue Fluctuations*.
- Fauzan, A., Rahayu, D. G., Handayani, A., Tahyudin, I., Saputra, D. I. S., & Purwadi, P. (2023). Sales Forecasting Analysis Using Trend Moment Method: A Study Case of a Fast Moving Consumer Goods Company in Indonesia. *Journal of Information Technology and Cyber Security*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.30996/jits.7572>
- Fransiska, & Nurijadi, B. (2025). Strategi Komunikasi PT Mustika Ratu dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 68–77. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i1.3481>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Handayani, N. T., & Pradana, M. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Advertising Appeal on A Skincare Product Purchase Decision. *WSEAS Transactions on Computer Research*, 11, 352–361. <https://doi.org/10.37394/232018.2023.11.32>
- Hasanah, Y. N., & Aziz, F. (2022). An Analysis of the Effect of Content Marketing and Online Advertising on the Brand Awareness toward Halal Skincare Products Brands. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 83–98. https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2022.v12i1.007
- Kartawinata, B. R., Akbar, A., Winata, G. A., & Hendiarto, R. S. (2021). The Influence of Fundamental Analysis on Stock Prices (Case Study of UNVR Stock in IDX Period 2015-2020). *IEOM Society International*. www.idx.co.id,
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024, February 3). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*.
- Kusmayadi, D., Rudiana, D., & Badruzaman, J. (2015). *Good Corporate Governance* (I. Firmansyah, Ed.). LPPM Universitas Siliwangi.
- Lewis, C. D. (1982). *Industrial and Business Forecasting Methods: A Practical Guide to Exponential Smoothing and Curve Fitting*. Butterworth Scientific.
- Nuralia. (2022). *Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Bursa Efek Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Qablina, N. (2023). *Business and Financial Performance of The Indonesian Cosmetics and Household Industry: A Case Study of PT Mustika Ratu Tbk (2017 - 2022)*. Universitas Islam Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Wiley. www.wileypluslearningspace.com
- Shim, J. K., Siegel, J. G., & Shim, A. I. (2012). *Budgeting Basics and Beyond* (4th ed.). JohnWiley&Sonss.
- Sirgar, W., Syah, A. Z., & Harahap, I. R. (2022). Implementation of The Trend Moment Method in Estimating Bread Sales. *Jurnal Riset Informatika*, 4(2), 165–174. <https://doi.org/10.34288/jri.v4i2.349>
- Statista. (2024). *Cosmetics and Personal Care Market in Indonesia*.
- Sutiyono, W. H., & Setiafindari, W. (2024). Analisis Penerapan Forecasting Penjualan Untuk Menentukan Jumlah Tenaga Kerja Efektif Produksi Tepung Mocaf Pada UMKM XYZ. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika*, 2(4), 181–194. <https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i4.423>
- Wardhani, N. I. K., Hartami, I., & Puspitasari, W. D. (2022). Sistem Forecasting Penjualan Beras dengan Menerapkan Metode Trend Moment. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2).
- Xuan, S. M., & Loang, O. K. (2023). The Role of Corporate Governance in Enhancing Financial Performance and Investor Confidence. *International Journal of Accounting, Finance, and Business (IJAFB)*, 8(50), 234–254. <https://doi.org/10.55573/IJAFB.085018>