

PREDIKSI PENJUALAN MOTOR PADA PT. SAMEKARINDO INDAH CABANG HANDIL VIII

ABSTRACTION

EKA WAHYUNI

Robin Jhonatan

Elfreda Aplonia Lau

The success of a company is reflected by management's ability to optimally take advantage of opportunities that can generate sales and profits as expected. PT. Samekarindo Beautiful Branch Handil need to know the number of sales of motor suzuki for the next period by way of predicting the number of sales based on the data held on

prior periods. Sales forecasting needed by the company as a basis for a decision to plan the next steps in order to increase the quantity of sales.

Problem formulation Is the level of sales is Suzuki PT Samekarindo Indah in 2016 - 2020 increased? The purpose of this study was to determine and analyze Prediction Suzuki Motor Sales PT. Samekarindo Beautiful Branch Handil VIII in 2016 and 2020. This study is expected to provide benefits for: 1) PT Samekarindo Indah as input to predict and plan for suzuki motorcycle sales in 2016 - 2020. 2) Khasana Science, as addition of a reference in the field of management marketing, especially on the sales forecast. 3) .Peneliti further as a reference in the field of study of the same in the future.

Basic Marketing Management theory, theory and theory of sales forecasting. The hypotheses are: PT.Samekarindo Suzuki Motorcycle sales in the year 2016 - 2020 has increased. This study uses a linear trend equation equipment and methods used is the Least Square method.

The analysis process using the original sale of components, which consists of the annual data of the last 5 years. Linear Equation Formula Trend line is: $Y = a + bx$.

Based on the analysis and discussion of the data obtained during the study, through trend forecasting equation, then the writer can conclude the following: 1) Prediction Sales of two-wheel motor vehicle brand Suzuki Satria larger type than the type of motor Thunder, Shogun and Smash. 2) forecast sales in the year 2016-2020 Satria type motor in the position of the first rank, a motor vehicle sales rankings Suzuki type of Thunder ranked second in the position of the motor vehicle Suzuki Shogun kind sales rank third position. While the two-wheel motor vehicles for the brand Suzuki Smash types are at the fourth level 3) forecast sales for five years from 2016-2020 to the amount of sales of the Suzuki of four types of products sold in Handil VIII is based on the analysis, it can be determined Forecast sales The fourth kind of motor vehicle Suzuki could be improved in the future - the future.

Keywords: Prediction & Sales

PENDAHULUAN

Prediksi merupakan suatu hal yang penting sebelum membuat suatu rencana, khususnya prediksi atau dapat dikatakan sebagai ramalan (*forecast*) penjualan. Metode peramalan ini tidak bisa digunakan begitu saja untuk meramalkan sesuatu hal, melainkan berdasarkan pada karakteristik/ciri tertentu yang dimiliki oleh data yang akan diramalkan. Oleh karena itu perlu dipilih metode peramalan yang cocok untuk meramalkan suatu penjualan, sehingga meminimumkan kesalahan *forecast*. Untuk itu diperlukan suatu sistem yang dapat membantu pihak perusahaan untuk meramalkan tingkat penjualan pada periode yang akan datang dengan memperhatikan kondisi masa lalu.

Kesalahan mendasar yang sering terjadi dalam membuat semua rencana penjualan sulit direalisasi adalah kesalahan dalam pembuatan prediksi penjualan yang tepat. Apabila prediksi penjualan di buat terlalu besar maka biaya produksi akan membengkak dan seluruh investasi yang ditanamkan menjadi kurang efisien. Sebaliknya, bila prediksi penjualan di buat terlalu kecil maka perusahaan akan menghadapi kehabisan persediaan (*Stock Out*), sehingga pelanggan terpaksa menunggu terlalu lama untuk produk yang diinginkan. Seiring berjalannya waktu permintaan konsumen terhadap kendaraan bermotor sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan yang bergerak dibidang penjualan otomotif khususnya motor harus bisa merencanakan dan menyediakan produk penjualan untuk memenuhi tuntutan pasar. Permasalahan yang sering terjadi pada perusahaan seperti PT. Samekarindo Indah Cabang Handil VIII yaitu dalam

penjualan motor masih sering terjadi fluktuasi penjualan jenis-jenis motor yang dipengaruhi oleh faktor musiman. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dibutuhkan peran sebuah prediksi/peramalan penjualan yang dapat membantu meminimalkan biaya dalam menyuplai barang yang akan dijual, karena dengan mengetahui beberapa penjualan pada periode yang akan datang, perusahaan dapat menyuplai barang secara tidak berlebihan. Dalam dunia bisnis hasil ramalan penjualan mampu memberikan gambaran tentang masa depan perusahaan yang memungkinkan manajemen membuat perencanaan, menciptakan peluang bisnis maupun mengatur pola investasi mereka.

Sebagai suatu perusahaan, PT. Samekarindo Indah Cabang Handil perlu mengetahui jumlah penjualan motor suzuki untuk periode berikutnya dengan cara meramalkan jumlah penjualannya berdasarkan data-data yang dimiliki dari periode-periode sebelumnya. Peramalan penjualan dibutuhkan oleh perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk merencanakan langkah selanjutnya dalam rangka untuk meningkatkan kuantitas penjualannya.

Berpijak dari permasalahan di atas, penulis sangat tertarik untuk mengetahui masalah prediksi penjualan maka penulis memilih judul yaitu: "Prediksi Penjualan Motor pada PT. Samekarindo Indah Cabang Handil VIII.

DASAR TEORI

Mesak Simanjuntak memberikan pengertian bahwa: Penjualan mengutamakan kebutuhan penjual dengan merubah barang atau jasa dengan uang.

Menurut Nasution dalam Ester Lili & Iqimah Nawalsari peramalan adalah proses untuk memperkirakan beberapa kebutuhan dimasa datang yang meliputi kebutuhan dalam ukuran kuantitas, kualitas, waktu dan lokasi yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi permintaan barang ataupun jasa.

Menurut sugiarto dan Harihono (2000 : 34), Hampir semua metode peramalan formal dilakukan dengan cara mengestrapolasi kondisi masa lalu untuk kondisi masa mendatang. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa kondisi masa lalu sama dengan kondisi masa mendatang.

Atas dasar logika ini, maka langkah-langkah dalam metode peramalan adalah: Langkah 1 : Mengumpulkan data Langkah 2 : Menyeleksi dan memilih data Langkah 3 : Memilih model peramalan Langkah 4 : Menggunakan metode terpilih untuk peramalan.

Pada dasarnya peramalan merupakan sebuah prediksi yang tentunya tidak memiliki akurasi 100%. Menurut Arnold dan Chapman dalam Sutrisno (2012: 14) terdapat empat karakteristik peramalan. Adapun karakteristik peramalan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Peramalan biasanya salah
- b) Setiap peramalan seharusnya menyertakan estimasi kesalahan (error)
- c) Peramalan akan lebih akurat untuk kelompok atau grup
- d) Peramalan lebih akurat untuk jangka waktu yang lebih dekat.

Ramalan permintaan (*demand forecasting*) menyangkut peramalan permintaan mendatang berdasarkan permintaan yang lalu atau berdasarkan perhitungan tertentu.

Ramalan permintaan mencakup dua kegiatan (Indrajit dan Djokopranoto,(2003 : 78), yaitu :

1. mengidentifikasi peubah-peubah yang mempengaruhi permintaan
2. Mengembangkan persamaan-persamaan yang menyatakan hubungan antara peubah-peubah tersebut dalam bentuk perhitungan matematik

Menurut Makridakis dalam Linda (2012:15) dalam melakukan peramalan terdapat berbagai cara. Apabila dilihat berdasarkan sifat-sifat peramalan, maka peramalan dibedakan atas dua macam yaitu;

- 1) Peramalan kualitatif (dugaan manajemen, riset pasar, metode kelompok terstruktur, analogi history)
- 2) Peramalan kuantitatif (metode kausal, metode berkala).

METODE PENELITIAN

Definisi operasional prediksi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Prediksi atau peramalan penjualan adalah suatu kegiatan memperkirakan penjualan motor Suzuki PT. Samekarindo Indah secara kuantitatif pada masa yang akan datang. Penelitian ini dilakukan pada PT. Samekarindo Indah Cabang Handil VIII yang mengkaji mengenai analisis Prediksi Penjualan motor suzuki yang terdiri dari jenis merek Shogun, Satria, Smash dan Thunder dalam kurung waktu 5 tahun dari tahun 2016 – 2020. Apakah terjadi peningkatan penjualan motor sesuai hasil penelitian. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan trend linier.

Adapun Formula Persamaan Trend Linier adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Nilai a diperoleh dengan Rumus :

$$\frac{\sum Y}{N}$$

Nilai b diperoleh dengan Rumus :

$$\frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$\sum X^2$$

Hipotesis Diterima Apabila Penjualan motor Suzuki PT.Samekarindo pada tahun 2016 – 2020 mengalami peningkatan

Hipotesis Ditolak Apabila Penjualan motor Suzuki PT.Samekarindo pada tahun 2016 – 2020 tidak mengalami peningkatan

Thn	Y	X	XY	X ²
2010	105	-2	-210	4
2011	109	-1	-109	1
2012	114	0	0	0
2013	117	1	117	1
2014	118	2	236	4
Jum:	563	0	34	10

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data Skunder yang diperoleh pada bagian penjualan PT. Samekarindo Cabang Handil VIII, maka dilakukan perhitungan-perhitungan prediksi penjualan lima tahun yang akan datang mulai Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2020 dari masing-masing penjualan Jenis kendaraan bermotor roda dua dengan menggunakan formula Least Square Trend.

Tabel 1.

Data Penjualan Motor Suzuki Jenis Shogun, Satria, Smash dan Thunder Tahun 2010,2011,2012, 2013 &2014
Sumber : Data diolah, 2014

Rumus perhitungan *Least Square* adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Dari data awal tersebut dapat diperoleh nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{563}{5} = 112,6 \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{34}{10} = 3,4$$

Setelah diketahui nilai a dan b, maka dapat diprediksi nilai Y sampai tahun 2020 sebagai berikut:

Persamaan *Least Square* adalah:

$$Y = a + b (x)$$

$$Y = 112,6 + 3,4 x$$

$$\begin{aligned} (Y \text{ 2016}) &= 112,6 + 3,4 (4) \\ &= 112,6 + 13,6 \\ &= 126,2 \end{aligned}$$

dibulatkan 126 Unit

$$\begin{aligned} (Y \text{ 2017}) &= 112,6 + 3,4 (5) \\ &= 112,6 + 17 \\ &= 129,6 \end{aligned}$$

dibulatkan 130 Unit

$$\begin{aligned} (Y \text{ 2018}) &= 112,6 + 3,4 (6) \\ &= 112,6 + 20,4 \\ &= 133 \text{ Unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} (Y \text{ 2019}) &= 112,6 + 3,4 (7) \\ &= 112,6 + 23,8 \\ &= 136,4 \end{aligned}$$

dibulatkan 136 Unit

$$\begin{aligned} (Y \text{ 2020}) &= 112,6 + 3,4 (8) \\ &= 112,6 + 27,2 \\ &= 139,8 \end{aligned}$$

dibulatkan 140 Unit

Tabel. 2
 Prediksi Penjualan Motor Pada PT.
 Samekarindo Indah Thn 2016 – 2020

Jenis Kend	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Satria	36	38	40	41	43
Thunder	33	34	35	36	37
Shogun	30	31	31	32	32
Smas	27	27	27	27	28
Jum:	126	130	133	136	140

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 5.7 diatas terlihat perkembangan prediksi penjualan kendaraan motor Suzuki dari keempat Jenis merk yang dipasarkan dalam kurung waktu lima tahun yang akan datang mulai tahun 2016 sampai dengan 2020 .Pada tahun 2016 jumlah penjualan sebanyak 126 Unit, pada tahun 2017 meningkat menjadi 130 Unit berarti terjadi peningkatan penjualan sebanyak 4 unit atau sebesar 3,17 % . pada tahun 2018 penjualan motor suzuki sebanyak 33 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 3 unit atau sebesar 2.30%. pada tahun 2019 penjualan motor suzuki sebanyak 136 unit berarti peningkatan 3 unit atau sebesar 2,25%. Pada tahun 2020 penjualan motor suzuki diprediksikan sebanyak 140 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 4 unit atau sebesar 2,94%.

Pada tabel diatas nampak bahwa prediksi peringkat penjualan

kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki jenis satria pada tahun 2016 – 2020 berada pada posisi peringkat pertama, dengan prediksi penjualan tahun 2016 sebanyak 36 unit, tahun 2017 prediksi penjualan sebanyak 38 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 2 unit atau sebesar 5,55 % . Pada tahun 2018 prediksi penjualan sebanyak 40 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 2 unit atau sebesar 5,26%. Pada tahun 2019 prediksi penjualan sebanyak 41 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 2 unit atau 4,87%. Peringkat penjualan kendaraan motor suzuki jenis Thunder berada pada posisi kedua dengan prediksi penjualan tahun 2016 sebanyak 33 unit, tahun 2017 prediksi penjualan sebanyak 34 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 1 unit atau sebesar 3,03%. Pada tahun 2018 prediksi penjualan sebanyak 35 unit berarti peningkatan sebanyak 1 unit atau sebanyak 2,85%. Pada tahun 2020 prediksi penjualan sebanyak 37 berarti terjadi peningkatan sebanyak 1 unit atau sebanyak 2,77%. Peningkatan penjualan kendaraan motor Suzuki jenis Shogun berada pada posisi peringkat ketiga dengan prediksi penjualan tahun 2016 sebanyak 30 unit, tahun 2017 prediksi penjualan sebanyak 31 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 1 unit atau sebesar 3,33%. Pada tahun 2018 prediksi penjualan sebanyak 31 unit berarti tidak terjadi peningkatan prediksi penjualan tetap sebanyak 31 unit. Pada tahun 2019 prediksi penjualan sebanyak 32 unit berarti terjadi peningkatan sebanyak 1 unit atau sebanyak 3.22%. pada tahun 2020 prediksi penjualan sebanyak 33 unit berarti tidak terjadi peningkatan

prediksi penjualan tetap sebanyak 32 unit. Peringkat penjualan kendaraan motor Suzuki jenis smash berada pada posisi peringkat keempat dengan prediksi penjualan tahun 2016 sebanyak 27 unit, tahun 2017 prediksi penjualan sebanyak 27 unit berarti tidak terjadi peningkatan prediksi penjualan sebanyak tetap 27 unit. Pada tahun 2018 prediksi penjualan sebanyak 27 unit berarti tidak terjadi peningkatan prediksi penjualan tetap sebanyak 27 unit. Pada tahun 2019 prediksi penjualan sebanyak 27 unit berarti tidak terjadi peningkatan prediksi penjualan tetap 27 unit. Pada tahun 2020 prediksi penjualan motor smash sebanyak 28 unit berarti terjadi peningkatan penjualan sebanyak 1 unit atau sebanyak 3,70%. Prediksi penjualan selama lima tahun yang akan datang 2016 - 2020 terhadap jumlah penjualan motor Suzuki dari empat jenis produk yang dijual di Handil VIII yang didasarkan hasil analisis, maka dapat ditentukan Ramalan penjualan keempat jenis kendaraan motor Suzuki dapat ditingkatkan dari 126 unit pada tahun 2016 meningkat menjadi 14 unit atau sebesar 11,11% pada tahun 2020. Untuk dapat meraih penjualan yang lebih luas, maka produsen kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki juga mengeluarkan kendaraan-kendaraan bermotor roda dua jenis baru untuk memenuhi kebutuhan kendaraan bermotor roda dua, ditargetkan pada tahun 2020 perusahaan telah mampu menguasai penjualan hingga 22,42%. Perencanaan target tersebut dengan pertimbangan pertumbuhan jumlah penduduk dan pengguna kendaraan bermotor roda dua kecamatan samboja dan muara jawa yang terus

meningkat. Disamping terjadinya pertumbuhan aktivitas dan terbukanya daerah – daerah disekitar kecamatan samboja dan muara jawa yang dulu terisolasi dan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan kendaraan bermotor roda dua, perusahaan produsen kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki juga telah merancang / mendesain kendaraan roda dua jenis kendaraan baru yang disesuaikan dengan selera konsumen yang membutuhkan kendaraan roda dua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini :

1. Prediksi Penjualan kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki Jenis Satria lebih besar dari jenis motor Thunder, Shogun dan Smash.
2. Ramalan penjualan pada tahun 2016 - 2020 jenis motor Satria berada pada posisi peringkat pertama, dengan peningkatan penjualan sebesar 23,25 %. peringkat penjualan kendaraan motor Suzuki jenis Thunder berada pada posisi peringkat kedua dengan peningkatan penjualan sebesar 18,91%. Kendaraan motor Suzuki jenis Shogun menempati posisi peringkat penjualan ketiga dengan peningkatan penjualan sebesar 12,12 %. Sedangkan kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki jenis Smash dengan peningkatan penjualan pada tahun 2016 dan tahun 2020 sebesar 7,81 %.
3. Hipotesis yang menyatakan Penjualan motor Suzuki PT. Samekarindo pada tahun 2016 – 2020 mengalami peningkatan, diterima.

Adapun saran-saran yang penulis kemukakan berhubungan

dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Untuk dapat memperluas peningkatan penjualan maka pihak produsen kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki harus melirik penjualan potensial yang belum terpenuhi khususnya kendaraan bermotor roda dua yang ramah lingkungan, dengan mengadakan promosi dengan cara yang dapat memikat konsumen (*Suzuki tour country*) yang mana hal ini dapat diikuti pengguna kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki di Kecamatan Samboja dan muara jawa. Harga kendaraan bermotor roda dua merek Suzuki yang sama dengan harga kendaraan merek lain merupakan faktor penghambat bagi konsumen kelas menengah ke bawah untuk menggunakan kendaraan bermotor roda dua. Untuk itu diperlukan kreatifitas produsen untuk menciptakan produk yang memiliki harga yang terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnol, J.R., & Chapman, N. S. 2004. *Introduction to Material Management*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Indrajit, E. R dan Djokopranoto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Lili Ester & Iqrimah Nawalsari. 2011. *Metode Penentuan Kuantitas Pemesanan Perishable Product Sebagai Upaya Meminimalkan Pengembalian Barang (Studi Kasus: Biro Fajar Antang)*. Teknik Industri, Universitas Hasanuddin
- Sugiarto dan Harihono. 2000. *Peramalan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stepvhanie, Linda. 2012. *Peramalan Penjualan Produk Susu Bayi Dengan Metode Grey System Theory dan Neural Network*. Depok. Teknik Industri, Universitas Indonesia.