

PENJUALAN TIKET PESAWAT KALSTAR PADA PERUSAHAAN DAERAH WITELTRAM KABUPATEN KUTAI BARAT

Ainun Jariah, Theresia Militina, Elfreda A.Lau

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Indonesia.
Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda 75234, Indonesia.

ABSTRAK

Perusahaan Daerah Witeltram adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, telekomunikasi, transportasi, perdagangan, jasa dan air minum. Di bidang transportasi Perusahaan Daerah Witeltram Kutai Barat menjadi agen tiket pesawat Kalstar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah prediksi penjualan tiket pesawat Kalstar pada Perusahaan Daerah Witeltram Kabupaten Kutai Barat dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan atau penurunan.

Dasar teori yang digunakan manajemen pemasaran, manajemen penjualan dan marketing mix dengan menggunakan *Forecasting* (peramalan).

Alat analisis yang digunakan ialah alat analisis *Least Square Trend* untuk mengetahui prediksi Penjualan Tiket Pesawat Kalstar dari tahun 2015 sampai dengan 2019 yang di ukur dengan Rupiah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persamaan *Trend* yang diperoleh adalah $Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70$, ini bearti penjualan tiket Pesawat Kalstar Pada Perusahaan Daerah Witeltram Kutai Barat prediksi penjualan tiket meningkat sebesar 15,91% dari tahun 2014, karena Kutai Barat akan mengadakan acara ulang tahun yang Ke-14 sehingga menarik pengunjung dari luar kota untuk datang ke Kutai Barat. Ditahun 2016 prediksi penjualan tiket meningkat 17,44% dari tahun 2014, karena banyaknya masyarakat Kutai Barat akan berangkat Haji/Umroh. Ditahun 2017 prediksi penjualan tiket meningkat 20,39% dari tahun 2014, karena masyarakat Kutai Barat khususnya para remaja yang menuntut ilmu/bersekolah ke luar deaerah. Ditahun 2018 prediksi penjualan tiket meningkat 23,14% dari tahun 2014, karena Kutai Barat mengadakan acara-acara adat yang mengundang para wisata asing untuk pergi berkunjung. Ditahun 2019 prediksi penjualan tiket meningkat 25,71% dari tahun 2014, karena Kutai Barat akan mengadakan Pemilihan Calon Legislatif. Hal tersebut berdasarkan perhitungan menggunakan *Forecasting*.

Berdasarkan analisis tersebut maka hipotesis yang dikemukakan peneliti yaitu Penjualan Tiket Pesawat Kalstar Pada Perusahaan Daerah Witeltram Kutai Barat periode 2015 sampai dengan 2019 diprediksi mengalami peningkatan, atau dengan kata lain hipotesis ini di terima.

Kata Kunci : Penjualan, Prediksi Penjualan

ABSTRACT

Witeltram Local Company is a company engaged in the field of tourism, telecommunications, transport, trade, services and drinking water. In the field of transport Local Company Witeltram West Kutai be Kalstar plane ticket agents.

The purpose of this study was to determine whether the predictions of ticket sales Kalstar on Regional Company Witeltram West Kutai from 2015 to 2019 has increased or decreased.

Basic theory used marketing management, sales management and marketing mix using Forecasting (forecasting).

The analytical tool used is the Least Square Trend analysis tools to determine the predictive Ticket Sales Kalstar from 2015 to 2019 measured in rupees.

The analysis showed that Trend obtained equation is $Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70$, it meant selling plane tickets Kalstar In West Kutai Regional Company Witeltram forecast ticket sales increased by 15.91% from 2014, because of Kutai Barat will hold anniversary events were the 14th so that attract visitors from out of town to come to West Kutai. Year 2016 forecast ticket sales increased by 17.44% from 2014, due to the large community of West Kutai would leave Hajj / Umrah. Year 2017 forecast ticket sales increased by 20.39% from 2014, because the people of West Kutai, especially teenagers studying / attending school outside daerah. Year 2018 forecast ticket sales increased by 23.14% from 2014, because of Kutai Barat hold traditional events that invite the foreign tourist to go visit. Year 2019 forecast ticket sales increased by 25.71% from 2014, because of Kutai Barat will hold Legislative Candidates. It is based on calculations using Forecasting.

Based on this analysis, the researchers put forward the hypothesis that Ticket Sales Kalstar At Local Company Witeltram West Kutai period 2015 to 2019 is predicted to increase, or in other words, the hypothesis is accepted.

Keywords: Sales, Sales Predictions

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi membutuhkan jasa angkutan yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi di suatu Negara. Sektor perhubungan baik di darat, laut dan udara diharapkan mampu menyediakan aneka ragam jasa perhubungan dengan pengelolaan dan perusahaan berbagai sarana yang terpadu.

Pertumbuhan usaha jasa angkutan udara di Kalimantan Timur akhir-akhir ini semakin meningkat, hal ini secara umum di sebabkan adanya perkembangan sosial ekonomi yang meningkat akibat karakteristik geografis daerah yang

menghubungkan antar kota di wilayah Kalimantan Timur yang sebagian besar hanya dapat dilakukan melalui sungai, darat, dan udara (pesawat), terutama daerah perbatasan seperti kabupaten Kutai Barat.

Jarak tempuh yang lama membuat kabupaten Kutai Barat menjadi sebuah kabupaten yang cukup terpencil, yang juga merupakan sebuah kabupaten yang berbatasan langsung dengan kabupaten Mahakam Ulu yakni merupakan kabupaten terakhir yang berbatasan langsung dengan Negara Malaysia. Transportasi yang paling cepat yang bisa digunakan untuk menjangkau kabupaten Kutai Barat, yaitu dengan menggunakan transportasi udara yang membutuhkan waktu tempuh ± 45 menit, bila dijangkau dari kota Balikpapan, informasi tersebut

berdasarkan hasil observasi. Dengan adanya transportasi tersebut tentu menjadi suatu alternatif yang sangat efisien yang bisa digunakan untuk menjangkau kabupaten Kutai Barat.

Permintaan jasa angkutan penumpang pesawat udara khususnya jalur melak Kabupaten Kutai Barat cukup ramai. Sebelumnya Route Bpn-Melak dilayani oleh perusahaan penerbangan Aviastar yang bekerjasama dengan PT. Bintang Sendawar, namun karena sesuatu hal sehingga PT. Bintang Sendawar mengundurkan diri karena ketidakmampuan keuangan. Dan diambil alih oleh Perusda Witeltram.

Perusahaan Daerah Witeltram merupakan *asset* pemerintah daerah yang dipisahkan berdasarkan penetapan Kepala Daerah yang tercantum dalam Peraturan Daerah. Bidang usaha yang dijalankan oleh Perusahaan Daerah Witeltram meliputi bidang pariwisata, telekomunikasi, transportasi, perdagangan, jasa dan air minum. Dengan digelutinya bidang usaha tersebut diharapkan Perusahaan Daerah Witeltram dapat meningkatkan penghasilan asli daerah. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mencari informasi di bidang transportasi yakni penjualan tiket Pesawat Kalstar.

Selain Perusda Witeltram yang menjadi Agen Tiket Kalstar, ada pula agen-agen tiket lainnya yang membuka usaha di kutai barat, yaitu Mitha Travel, Elkana Travel, Queen Travel dan, Borneo Travel. Diantara keempat travel tersebut Mitha travel menjadi lawan pesaing dalam penjualan tiket pesawat dengan perusda witeltram. Mitha Travel mempunyai banyak kelebihan dibanding perusda witeltram terutama angkutan daratnya dan tempat yang strategis. Selain itu Mitha Travel adalah Travel Lokal yang pertama dan cukup lama berdiri di Kutai barat, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Perusda Witeltram. Dibanding Perusda

Witeltram Mitha Travel mempunyai banyak armada angkutan darat seperti mini bus, sehingga menjadikan Mitha Travel sebagai travel favorit bagi masyarakat Kutai Barat.

DASAR TEORI

Philip Kotler (2003 : 19) mendefinisikan marketing sebagai berikut:

“Marketing is human activity directed at satisfying needs and wants through exchange processes”.

Arti dari pengertian menurut Philip Kotler adalah pemasaran merupakan aktivitas masyarakat yang berhubungan dengan kepuasan terhadap kebutuhan dan kemauannya dengan melakukan proses pertukaran.

Menurut *American Marketing Association* dalam Sofjan Assauri, (2007 : 4), “Pengertian pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen”. Definisi diatas menjelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan usaha

yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Philip Kotler yang diikuti Basu Swastha dan Irawan (2005 : 7) sebagai berikut :

Manajemen pemasaran adalah pemanalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Philip Kotler (2005 : 18) bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2006 : 6) dalam bukunya *Marketing Management* menjelaskan definisi manajemen pemasaran yaitu : “*marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers value*”.

Definisi lain tentang manajemen pemasaran dikemukakan oleh Sofyan Assauri (2007 : 12)

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dan pertukaran melalui sandaran pasar, guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang”.

Gary Armstrong dan Philip Kotler (2001 : 18) juga mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut : “Manajemen pemasaran adalah sebagai analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan”.

METODE PENELITIAN

Alat analisis dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah :

Analisis *least square trend*

Analisis dari penjualan tiket pesawat Kalstar adalah digunakan untuk meramalkan

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis trend linier (*least square trend*). Hipotesis penelitian ini di terima bila prediksi

masa depan (*forecasting*). Last square trend adalah persamaan yang diperoleh mengakibatkan jumlah kesalahan forecast kuadrat terkecil kalau dibandingkan dengan persamaan yang dihasilkan oleh metode lain. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data 5 tahun yang akan datang, dari tahun 2015 sampai dengan 2019. Rumus persamaan trend dengan metode *least square* adalah : (Pangestu Subagyo, 1986 : 34)

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

keterangan :

Y = nilai trend

y = jumlah penjualan tiket kalstar

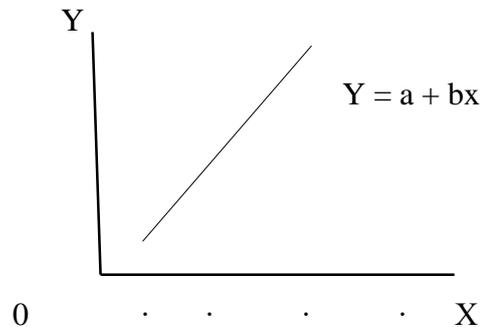
n = jumlah tahun

a = konstanta nilai y, seandainya x=0

b= *slope*, y akan berubah jika x berubah satu satuan

x = mewakili waktu (tahun)

Garis trend tersebut terlihat seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3.1 Garis trend

penjualan pada tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami penurunan. Sebaliknya bila prediksi penjualan pada tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan maka hipotesis di tolak.

Tabel 5.1

Tabel persiapan *Least Square Trend*

Tahun	Penjualan (RP)	(X)X	XY	X ²	Y
2010	1.044.248.535	-2	-.2.088.497.070	4	1.319.147.411.20
2011	1.229.040.293	-1	-1.229.040.293	1	1.379.226.950.90
2012	2.402.108.195	0	0	0	1.439.306.490.60
2013	1.123.938.100	1	1.123.938.100	1	1.499.386.030.30
2014	1.397.197.330	2	2.794.394.660	4	1.559.465.570.00
	7.196.532.453	0	600.795.397	10	

Sumber : Data diolah 2015

ramalan penjualan tahun 2015 yang memiliki angka tahun X = 3

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dilakukan analisis data dengan menggunakan rumus trend linier (*least square*) sebagai berikut :

$$Y = a + bx .$$

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{7.196.532.453}{5} = 1.439.306.490.60$$

$$b = \frac{600.795.397}{10} = 60.079.539.70$$

Jadi, persamaan trend-nya

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 X$$

Di mana :

- Y = penjualan setiap tahun
- X = satu tahun, origin tahun 2012
- a = nilai intercept (konstan)
- b = koefisien arah regresi

Setelah mendapatkan fungsi persamaan trend, maka dapat ditentukan

$$1. Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 \times 3 = \mathbf{Rp. 1.619.545.109.70}$$

Penjualan tiket ditahun 2015 meningkat, yakni sebesar Rp. 222.347.779.70 (15,91%) dari tahun 2014.

$$2. \text{ Ramalan penjualan tahun 2016 yang memiliki angka tahun } X = 4$$

$$Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 \times 4 = \mathbf{Rp. 1.679.624.649.40}$$

Penjualan tiket ditahun 2016 meningkat, yakni sebesar Rp. 282.427.319.40 (17,44%) dari tahun 2014.

$$3. \text{ Ramalan penjualan tahun 2017 yang memiliki angka tahun } X = 5$$

$$Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 \times 5 = \mathbf{Rp. 1.739.704.189.10}$$

Penjualan tiket ditahun 2017 meningkat, yakni sebesar Rp. 342.506.859.10 (20,39%) dari tahun 2014.

$$4. \text{ Ramalan penjualan tahun 2018 yang memiliki angka tahun } X = 6$$

$$Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 \times 6 = \text{Rp. } 1.799.783.728.80$$

Penjualan tiket ditahun 2018 meningkat, yakni sebesar Rp. 402.586.398.80 (23,14%) dari tahun 2014.

5. Ramalan penjualan tahun 2019 yang memiliki angka tahun $X = 7$

$$Y = 1.439.306.490.60 + 60.079.539.70 \times 7 = \text{Rp. } 1.859.863.268.50$$

Penjualan tiket ditahun 2019 meningkat, yakni sebesar Rp. 462.665.938.50 (25,71%) dari tahun 2014

Tabel 5.2
Rekapitulasi prediksi pertumbuhan penjualan
Analisis least square trend

Tahun	Prediksi Penjualan tiket	Penjualan tahun 2014	Pertumbuhan (%)
2015	Rp. 1.619.545.109.70	Rp. 222.347.779.70	15,91%
2016	Rp. 1.679.624.649.40	Rp. 282.427.319.40	17,44%
2017	Rp. 1.739.704.18910	Rp.342.506.859.10	20,39%
2018	Rp. 1.799.783.728.80	Rp. 402.586.398.80	23,14%
2019	Rp. 1.859.863.268.50	Rp. 462.665.938.50	25,71%

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan pembahasan sebelumnya fungsi trend yang terbentuk adalah :

$$Y=1.439.306.490.60+60.079.539.70 X$$

Angka penjualan tiket pesawat pada perusahaan witeltram kabupaten kutai barat dari tahun 2010 sampai dengan 2014 menunjukkan peningkatan artinya jika terjadi peningkatan penjualan tiket dari tahun 2010 sampai dengan 2014 hasil dari prediksi dengan menggunakan *least square trend* meningkat maka penjualan tiket pada perusahaan daerah witeltram mengalami peningkatan pada lima tahun

yang akan datang yaitu tahun 2015 sampai dengan 2019.

Keterangan tersebut ditunjukkan dengan hasil perhitungan menggunakan *forecasting*.

1. Tahun 2015 prediksi penjualan tiket meningkat sebesar 15,91% dari tahun 2014, karena Kutai Barat akan mengadakan acara ulang tahun yang mengadakan acara ulang tahun yang Ke-14 dan pemiihan kepala Daerah/Bupati sehingga menarik pengunjung dari luar kota untuk datang ke Kutai Barat.
2. Tahun 2016 prediksi penjualan tiket meningkat 17,44% dari tahun 2014,

- karena banyaknya masyarakat Kutai Barat akan berangkat Haji/Umroh
3. Tahun 2017 prediksi penjualan tiket meningkat 20,39% dari tahun 2014, karena masyarakat Kutai Barat khususnya para remaja yang menuntut ilmu/bersekolah ke luar kota.
 4. Tahun 2018 prediksi penjualan tiket meningkat 23,14% dari tahun 2014, karena Kutai Barat mengadakan acara-acara adat yang mengundang para wisatawan nusantara dan wisata asing untuk pergi berkunjung.
 5. Tahun 2019 prediksi penjualan tiket meningkat 25,71% dari tahun 2014, karena Kutai Barat akan mengadakan Pemilihan Calon Legislatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan sebagai berikut: Penjualan tiket pesawat Kalstar pada Perusahaan Daerah Witeltram Kutai Barat dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan maka disarankan sebagai berikut :

1. Perusahaan Daerah Witeltram Kutai Barat diharapkan dapat meningkatkan lagi penjualan tiket pesawat Kalstar dengan mengadakan promosi/iklan :
 - a. Radio
 - b. Memasang iklan di surat kabar
 - c. Menyebarkan brosur kepada masyarakat atau ke kantor-kantor dinas di lingkungan Kutai Barat.
2. Melakukan layanan penjualan secara :
 - a. Ramah, baik melalui telephone atau berhadapan langsung.

- b. Memberikan kejelasan informasi waktu kedatangan dan keberangkatan pesawat terhadap pelanggan.
- c. Memahami kebutuhan pelanggan dan kepentingan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary. Dan Philip Kotler. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-18. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2007 *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep dan strategi*, penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Swastha, Basu. 2007. *Azas-azas Marketing*. Edisi ke-3, cetakan ke-6, penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*, Edisi Melinium, jilid 1, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. Diikuti Basu, Swastha. Dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-7. Penerbit PT. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. Dan Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*. Edisi Ke-6. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Subagyo, Pangestu. 2009. *Forcasting Konsep dan Aflikasi*. Edisi ke-2, cetakan Ke-13. Penerbit BPFEE, Yogyakarta.