

# Analisis Peramalan Penjualan Produk Sandal Dan Sepatu Di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Samarinda Central Plaza

Dedi Ashan , Imam Nazarudin Latif , Sukirman  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : dedhyashan17@gmail.com

---

## **Keywords :**

*Forecast, Least Square, Sales.*

## **ABSTRACT**

*PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk is one of the companies engaged in the retail store chain business in Indonesia. To meet market needs, the company must know how much sales forecast (forecasting) so that the company can market the goods in accordance with the sales that have been predicted.*

*The purpose of this study is to analyze and find out the increase in sales of sandals and shoes at PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Samarinda Central Plaza branch in 2021.*

*The theoretical basis of this research consists of financial management, sales and forecasting. The data collection technique was carried out using secondary data taken from data on sales of sandals and shoes at PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Samarinda Central Plaza Branch. The analytical tool of this research uses regression analysis using the Least Square method (least square).*

*The results of the research conducted by the author for 2016 sales of sandals and shoes amounted to Rp. 22,006,749,068. In 2017 sales of sandals and shoes decreased by Rp. 13,106,370,978. For 2018 sales of sandals and shoes increased from the previous year, which was Rp. 17,074,030,876. However, in 2019 and 2020 sales of sandals and shoes decreased, namely in 2019 by Rp. 16,936,107,605 and in 2020 it is Rp. 8,398,017,640. Meanwhile, in 2021, the forecast for sales of sandals and shoes at the Ramayana Department Store Samarinda Central Plaza branch will increase compared to the previous year, which was Rp. 8,487,937,343.7 because the Ramayana Department Store continues to improve sales promotions such as Warehouse Wash, Back To School, Lebaran Assault, and Surprise Prices on social media such as Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube and on shopping sites such as Lazada, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Zalora and Ramayana Member Card.*

---

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Sebuah perusahaan didirikan mempunyai tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan konsumen, dan mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut serta bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Perusahaan yang baik tentu memiliki tujuan jangka panjang supaya pada masa yang akan datang dapat mengalami perubahan yang baik. Dengan adanya perkembangan yang semakin pesat di era globalisasi ini banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan banyak keuntungan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan berbagai

macam kegiatan. Kegiatan perusahaan yang bisa menghasilkan keuntungan adalah penjualan dan penjualan merupakan bagian utama dari kegiatan usaha.

Menurut Komite Definisi dari Asosiasi Pemasaran Amerika (*The Definition Committed of the American Marketing Association*) dalam Yuda Supriatna, dkk (2019:100) mendefinisikan : Manajemen penjualan adalah perencanaan, pengarahan, dan pengawasan dan *personal selling*, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervise, pembayaran, dan motivasi sebagai tugas diberikan pada para tenaga penjual.

Perusahaan tentu saja menargetkan penjualan yang ingin dicapai setiap hari, bulan, atau tahun. Ketidaktepatan dalam memprediksi atau menargetkan penjualan akan mengakibatkan pemborosan sehingga menimbulkan kerugian. Apabila prediksi penjualan dibuat terlalu besar, maka biaya pembelanjaan akan membengkak dan seluruh investasi yang ditanamkan menjadi kurang efisien. Begitu juga sebaliknya, jika prediksi penjualan terlalu kecil perusahaan akan menghadapi kehabisan persediaan sehingga pelanggan terpaksa berpindah ke perusahaan pesaing lainnya. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk dapat merencanakan semua parameter penjualan dengan baik, termasuk kapasitas persediaan produk agar dapat memenuhi permintaan pasar dengan tepat waktu dan dengan jumlah yang sesuai, sehingga diharapkan keuntungan perusahaan akan meningkat.

*Forecasting* adalah peramalan (perkiraan) mengenai sesuatu yang belum terjadi. Dalam hal ilmu pengetahuan social segala sesuatu itu belum pasti. Jumlah penduduk, pendapatan perkapita, volume penjualan konsumsi dan lain sebagainya selalu berubah-ubah, sehingga dalam hal ini perlu adanya data untuk mengadakan *forecasting*. Dengan adanya *forecasting* dapat memberikan informasi dalam permintaan yang akan datang dalam menentukan jumlah pasokan (*supply*) yang dibutuhkan. Menurut Rosmida Tambun (2020:14) mendefinisikan : “*Forecast* penjualan adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi”.

Pengertian peramalan (*forecasting*), menurut Jay Heizer dan Barry Render (2016:113) : Suatu seni dan ilmu pengetahuan dalam memprediksi peristiwa pada masa mendatang. Peramalan akan melibatkan mengambil data historis (seperti penjualan tahun lalu) dan memproyeksikan mereka ke masa yang akan datang dengan model matematika.

Fenomena karena perkiraan atau prediksi yang kurang efektif dan efisien yang terjadi di pusat perbelanjaan Ramayana Samarinda Central Plaza (SCP) khususnya penjualan sandal dan sepatu mengakibatkan penjualan pada tahun 2020 bulan November terjual 1.913 pcs dan bulan Desember terjual 3.279 pcs, sedangkan pada tahun 2021 di bulan Januari hanya terjual 1.192 pcs, ini tentunya memiliki perbedaan yang signifikan mengenai penjualan produk perbulan yang tidak stabil (naik turun). Penjualan barang yang tidak stabil terjadi karena adanya persaingan baik di bisnis ritel *offline* modern seperti Matahari Departemen Store, dan Gajah Mada Departemen Store, dan di bisnis ritel tradisional seperti pasar. Adapun pesaing di bisnis ritel lainnya seperti situs perbelanjaan online Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Tokopedia yang juga dianggap konsumen lebih praktis dan efisien. Selain persaingan di bisnis ritel, penjualan yang tidak stabil juga disebabkan kurangnya media promosi seperti event bazar murah, spanduk, baliho, media cetak, media elektronik dan sosial media yang dilakukan oleh pihak Ramayana Samarinda Central Plaza (SCP). Dengan penjualan yang tidak stabil (naik-turun) ini tentunya menimbulkan masalah bagi para pemilik perusahaan untuk mampu memprediksi penjualan produk di masa mendatang, karena permintaan konsumen akan suatu produk bisa saja meningkat dan menurun dalam sewaktu-waktu serta demi kelangsungan hidup perusahaan.

PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis rantai toko ritel yang ada di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan pasar maka perusahaan harus mengetahui berapa peramalan penjualan (*forecasting*) sehingga perusahaan dapat memasarkan barang sesuai dengan penjualan yang telah diramalkan. Peramalan penjualan dapat membantu perusahaan meminimalkan biaya dalam

menyediakan barang penjualan agar penyediaan barang tidak berlebihan dan merugikan perusahaan.

Atas dasar latar belakang masalah diatas, maka penulis mengambil judul: “*Analisis Peramalan Penjualan Produk Sandal dan Sepatu di PT.Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Cabang Samarinda Central Plaza*”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang, maka dapat merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

Apakah penjualan sandal dan sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Cabang Samarinda Central Plaza mengalami kenaikan pada tahun 2021 ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin menganalisa dan mengetahui kenaikan penjualan sandal dan sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Cabang Samarinda Central Plaza pada tahun 2021

## **METODE**

### **Jangkauan Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada penjualan sandal dan sepatu yang dilakukan di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Samarinda Central Plaza Jl. Pulau Irian No. 1 Samarinda yang merupakan perusahaan perdagangan umum yang menjual berbagai barang seperti pakaian, asesoris, tas, sandal, sepatu, kosmetik dan produk kebutuhan sehari-hari melalui toserba store. Pengambilan keputusan peramalan penjualan sandal dan sepatu periode berikutnya dengan menggunakan metode *forecast least square*.

### **Rincian Data Yang Diperlukan**

Adapun data-data yang diperlukan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut

1. Gambaran umum perusahaan ritel PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Samarinda Central Plaza.
2. Data Penjualan Sandal dan Sepatu periode Januari 2016 – Desember 2020

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka digunakan metode yang terdiri dari

:

1. Penelitian lapangan (*Field Work Research*)  
Yaitu dengan wawancara dan mengumpulkan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara lisan kepada pihakstaff konsinyasi dan KC Konsinyasi yang berkepentingan di perusahaan guna menunjang penganalisaan selanjutnya.
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)  
Yaitu mengumpulkan data-data dokumen yang bersifat mendukung atau yang berhubungan dengan masalah penelitian maupun sumber lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk mendapatkan data sekunder.

### **Alat Analisis**

Penyusunan skripsi ini peneliti menggunakan analisis untuk membuktikan kebenaran yang didasarkan atas fakta dari data penelitian yang ada, dimana analisis yang digunakan adalah

analisis Regresi. Analisis Regresi dalam statistika adalah salah satu metode untuk menentukan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Analisis Regresi dipakai secara luas untuk melakukan prediksi dan ramalan, dengan penggunaan yang saling melengkapi dengan bidang pembelajaran mesin, sehingga tepat digunakan dalam penelitian untuk mengetahui kenaikan penjualan dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu metode *Least Square* (kuadrat terkecil). Menurut Syafril Fachri dan Esi Vidia (2020:178) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

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

Jika  $\sum x = 0$

Dalam Penelitian ini :

- Y = Data berkala (*time series*) = taksiran penjualan
- n = Banyaknya periode waktu
- X = Variabel waktu (hari, minggu, bulan atau tahun)
- a = Nilai *trend* pada tahun dasar
- b = Rata-rata pertumbuhan nilai *trend* pada tiap tahun

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Ramayana Cabang Samarinda Central Plaza

Ramayana *Departement Store* Samarinda Central Plaza merupakan cabang dari Ramayana yang ada di Jakarta. Ramayana *Departement Store* Samarinda Central Plaza di buka pada 09 November 2001 dan berlokasi di Jalan Pulau Irian No. 1 Samarinda dengan luas area saat ini mencapai 6.443,26m<sup>2</sup> dan merupakan bagian dari pusat perbelanjaan Samarinda Central Plaza yang terdiri atas tiga lantai :

1. Lantai 1 terdiri atas : Produk-produk busana (pakaian) pria.
2. Lantai 2 terdiri atas : Produk-produk busana (pakaian) wanita yang terdiri dari pakaian remaja wanita, dewasa, dan pakaian dalam wanita, dan produk-produk busana (pakaian) Balita, anak pria dan wanita, serta prdouk-produk lainnya seperti tas, dompet, dan kosmetik.
3. Lantai 3 terdiri atas : Produk-produk sandal dan sepatu pria, wanita, anak-anak, dan balita, serta bazar murah.

### Deskripsi Data

Penelitian ini digunakan data historis penjualan yang terdiri dari brand sandal dan sepatu yang ada di Ramayana *Departement Store* Cabang Samarinda Central Plaza periode Januari 2016 – Desember 2020.

**Tabel 1. : Data Penjualan Sandal dan Sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Samarinda Central Plaza(dalam satuan rupiah)**

Bulan/ Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	1.546.841.596	952.562.531	1.110.744.081	1.089.979.119	1.169.127.430

<b>Februari</b>	1.307.394.03 2	732.734.593	935.409.529	1.009.478.06 0	963.787.844
<b>Maret</b>	1.430.792.83 6	706.784.923	1.179.214.56 7	1.219.297.30 7	637.309.456
<b>April</b>	1.467.904.10 0	901.557.167	1.108.818.45 1	1.328.229.79 0	126.308.901
<b>Mei</b>	1.713.837.80 0	1.011.105.66 5	1.494.403.95 5	2.437.767.93 9	806.063.855
<b>Juni</b>	3.136.535.20 0	3.156.567.89 4	3.269.575.30 2	1.565.473.53 5	602.589.353
<b>Juli</b>	3.734.690.64 0	1.520.497.99 4	1.788.107.32 8	2.337.601.80 2	632.589.353
<b>Agustus</b>	1.351.002.70 0	846.887.219	1.067.989.20 4	1.003.000.03 3	546.677.837
<b>Septembe r</b>	1.352.196.86 8	984.708.872	1.127.785.34 0	1.018.954.37 4	403.061.897
<b>Oktober</b>	1.293.402.10 0	913.640.830	1.106.475.37 0	1.059.214.31 6	522.532.459
<b>Novembe r</b>	1.372.106.46 4	1.015.819.12 8	1.101.694.45 1	1.023.901.41 2	674.346.925
<b>Desembe r</b>	2.300.044.73 2	363.504.162	1.783.813.29 8	1.843.209.91 8	1.313.622.33 0
<b>JUMLA H</b>	<b>22.006.749.0 68</b>	<b>13.106.370.9 78</b>	<b>17.074.030.8 76</b>	<b>16.936.107.6 05</b>	<b>8.398.017.64 0</b>

Sumber : *Divisi Konsinyasi Ramayana Dept.Store SCP*

### Analisis

Hasil dari penelitian yang penulis kemukakan, maka akan di analisis dan dibahas persoalan yang berhubungan dengan ramalan penjualan sandal dan sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza berdasarkan dari data penjualan aktual dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Adapun penjualan sandal dan sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 adalah sebagai berikut :

**Tabel 2. : Forecast Penjualan Sandal Dan Sepatu Di Pt. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Cabang Samarinda Central Plaza**

<b>Tahun (n)</b>	<b>Penjualan (Y)</b>	<b>(X)</b>	<b>XY</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
<b>2016</b>	22.006.749.068	-2	-44.013.498.136	4
<b>2017</b>	13.106.370.978	-1	-13.106.370.978	1
<b>2018</b>	17.074.030.876	0	0	0
<b>2019</b>	16.936.107.605	1	16.936.107.605	1
<b>2020</b>	8.398.017.640	2	16.796.035.280	4

<b>Jumlah</b>	<b>77.521.276.167</b>	<b>0</b>	<b>-23.387.726.229</b>	<b>10</b>
---------------	-----------------------	----------	------------------------	-----------

Sumber : Data diolah

Rumus :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 a &= \frac{\sum Y}{n} \\
 &= \frac{77.521.276.167}{5} \\
 &= 15.504.255.233,4 \\
 b &= \frac{\sum XY}{\sum X^2} \\
 &= \frac{-23.387.726.229}{10} \\
 &= -2.338.772.629,9
 \end{aligned}$$

*Forecast* itu selalu untuk kedepan, maka dari data di atas dapat meramalkan penjualan pada tahun 2021 dan tahun berikutnya yaitu :

$$\begin{aligned}
 Y_{2021} &= a + bX \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-2.338.772.629,9 \times 3) \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-7.016.317.889,7) \\
 &= 8.487.937.343,7
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Y_{2022} &= a + bX \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-2.338.772.629,9 \times 4) \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-9.355.090.519,6) \\
 &= 6.149.164.713,8
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Y_{2023} &= a + bX \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-2.338.772.629,9 \times 5) \\
 &= 15.504.255.233,4 + (-11.693.863.149,5) \\
 &= 3.810.392.083,9
 \end{aligned}$$

### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat diketahui apakah penjualan pada tahun 2021 naik atau turun dari data penjualan sebenarnya (aktual), dengan menggunakan metode *least square* (metode kuadrat terkecil), maka *forecast* penjualan sandal dan sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. : Realisasi Penjualan Sandal dan Sepatu di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, Cabang Samarinda Central Plaza**

Tahun	Realisasi	Keterangan
2016	22.006.749.068	Naik

<b>2017</b>	13.106.370.978	Turun
<b>2018</b>	17.074.030.876	Naik
<b>2019</b>	16.936.107.605	Turun
<b>2020</b>	8.398.017.640	Turun
<b>Tahun</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Keterangan</b>
<b>2021</b>	-	-

*Sumber : Data diolah*

Hasil dari perhitungan *forecast* yang dilakukan penulis untuk tahun 2016 penjualan sandal dan sepatu sebesar Rp. 22.006.749.068. Pada tahun 2017 penjualan sandal dan sepatu mengalami penurunan sebesar Rp. 13.106.370.978. Untuk tahun 2018 penjualan sandal dan sepatu mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 17.074.030.876. Namun pada tahun 2019 dan 2020 penjualan sandal dan sepatu mengalami penurunan yaitu pada tahun 2019 sebesar Rp. 16.936.107.605 dan tahun 2020 sebesar Rp. 8.398.017.640. Sedangkan tahun 2021, *forecast* penjualan sandal dan sepatu di Ramayana *Departement Store* Cabang Samarinda Central Plaza mengalami kenaikan di bandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 8.487.937.343,7 dikarenakan pihak dari Ramayana *Departement Store* terus-menerus meningkatkan promosi penjualan seperti promo Cuci Gudang, *Back To School*, Serbu Lebaran, dan Harga Kaget di media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, youtube maupun di situs perbelanjaan seperti Lazada, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Zalora dan Ramayana *Member Card*. Dari data tersebut dapat di simpulkan bahwa penjualan pada tahun 2021 mengalami kenaikan penjualan sandal dan sepatu, dengan kenaikan penjualan ini maka **hipotesis diterima** atau terbukti kebenarannya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza mengalami kenaikan penjualan sandal dan sepatu pada tahun 2021 dikarenakan promosi penjualan di media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, youtube maupun di situs perbelanjaan *online* seperti Lazada, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Zalora dan Ramayana *Member Card*.

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut :

1. Dilihat dari realisasi penjualan pertahunnya, PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza perlu meningkatkan promosinya di bandingkan sebelumnya, yaitu dengan mengadakan event bazar murah setiap bulannya, pembukaan toko satelit di tempat-tempat strategis sebagai penunjang omset penjualan di luar toko,

- promosi di media cetak dan elektronik di tingkatkan lagi serta promosi ke pelosok-pelosok daerah.
2. Untuk pelayanan, PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza harus terus meningkatkan pelayanan misalnya meningkatkan keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
  3. Sebaiknya PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Cabang Samarinda Central Plaza lebih selektif dalam melakukan perekrutan terhadap tenaga personal sellingnya. Lebih baik memperkerjakan orang yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman di bidang *marketing* agar dapat melaksanakan tugas pemasaran dengan lebih optimal dan profesional di bidangnya.

## **REFERENCES**

- Heizer, Jay dan Barry Render. 2016. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Jakarta : Penerbit Salemba Barat
- Supriatna, Yuda dan dkk. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. Pasuruan : Qiara Media
- Tambun, Rosmaida. 2020. *Handout Penganggaran Perusahaan*. Medan : PT. Rel Karir Pembelajar