

PROSPEK PENJUALAN RUMAH PADA PERUMAHAN CITRALAND SAMARINDA

Oleh:

Henry Lesnussa, Theresia Militina², Eka Yudhyani³

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

ABSTRACT

The purpose of this study to find out the prospect of house sales at The Citraland City Samarinda Regency on years of 2015 and 2016 that predicted will be increase.

Formulation of the problem in this study is “Does the Sale of House in the Citraland City Samarinda Regency will be increase on 2015 and 2016 in Samarinda City?” Hypothesis in this study is: Prospect of the house sales in the Citraland City Regency in 2015 till 2016 will be increase.

Analytical Method and hypothesis used the Least Squares Method, consist of: Sales Forecasting Future, includes times function (Y_t), intersection or point of contact between vertical line at the time $t = 0$ (\hat{c}), Slope Line (β), Time (t) which in this study is indicated in semester, and total of data (n).

The theory used in this study is the marketing management theory that focuses on sales, includes the meaning of marketing, meaning of marketing management, marketing functions, marketing concept, the different between marketing concept and sales concept, market segmentation, target markets, marketing mix, distribution strategy, sales forecast, and types of forecasting.

The data used is secondary data, and method of collecting data in this study is Field Work Research, that is study was made on site and in the office of PT. Ciputra Graha Mitra Samarinda in order to obtain of data required and library research, that is to collect data from literature was related to this study.

Results of analysis show that Prospect of House Sales at The Citraland City Samarinda will be increase in years of 2015 and 2016, therefore the hypothesis of this study is be accepted.

Keyword : Pospek Penjualan Rumah

PENDAHULUAN

Peluang yang tercipta dengan semakin tingginya pendapatan masyarakat maka berbagai kebutuhan semakin meningkat. Dalam hal ini peluang bagi pelaku pengembang perumahan untuk melakukan investasi dalam pembangunan guna memenuhi permintaan konsumen. Selain mengembangkan perumahan sederhana sebagai wujud sosial *responsibility* kepada masyarakat, rumah dengan kategori mewah juga dikembangkan pembangunannya untuk memenuhi permintaan yang semakin tinggi..

Melihat potensi yang dimiliki di wilayah Kalimantan, dan pertumbuhan kota yang cukup baik, maka Ciputra Group memulai proyek dari Kalimantan Selatan yakni Kota Banjarmasin dengan nama *Citra Garden* Banjarmasin, bertema *First Class Living* seluas 50 ha. Dilanjutkan dengan membuka *Citraland City* Samarinda, bertema *The Art of Living* dengan rencana luasan total 98 ha.

Konsep untuk *CitralandCity* Samarinda adalah perumahan dengan sistem *cluster*. Saat ini telah dibuka 5 *cluster* perumahan dan 1 kompleks ruko. Tiap *cluster* memiliki tipe rumah yang bervariasi. Yaitu tipe 102, 135, 155, 187 dan 305. Tipe rumah 305 adalah yang terbesar di tiap *cluster*. Harga rumah 305 ditawarkan mulai dari harga sekitar Rp. 2,5 miliar dan untuk rumah yang paling kecil yakni tipe 102 ditawarkan mulai dari harga sekitar Rp. 950 juta. Tingginya harga rumah tersebut sebanding dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Namun demikian perusahaan perlu mengevaluasi berbagai faktor dalam membangun perumahan dengan kriteria mewah tersebut. *Citraland* harus mampu memprediksi jumlah permintaan rumah mewah pada tahun yang akan datang. Tujuannya adalah untuk mencapai efisiensi dalam menggunakan

modal, selain itu juga untuk menghindari kerugian akibat tidak adanya penjualan atau menurunnya animo masyarakat terhadap perumahan mewah.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut: Apakah penjualan rumah pada Perumahan *Citraland City* Samarinda akan mengalami peningkatan pada tahun 2015 dan tahun 2016 di Kota Samarinda?

DASAR TEORI

Manajemen Pemasaran

Sofjan Assauri (2009:81)

Konsep Pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sofjan Assauri (2009:145) syarat dan kriteria segmen pasar :

- Dapat diukur (*measurable*), baik besarnya maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- Dapat dicapai atau dijangkau (*accessible*), sehingga dapat dilayani secara efektif.
- Cukup luas (*substantial*), sehingga dapat menguntungkan jika dilayani.
- Dapat dilaksanakan (*actionable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Marketing mix merupakan faktor-faktor yang dikuasai dan dapat digunakan oleh seorang *marketing* manajer guna mempengaruhi permintaan akan hasil produksi perusahaannya. Menurut Philip Kotler (2007:228) : "*Marketing mix* adalah kelompok variabel-variabel yang dapat

dikendalikan, yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi pembeli”.

Perusahaan perlu membuat suatu ramalan penjualan yang didasarkan pada data penjualan riil masa lalu, walaupun perusahaan sudah memperkirakan penjualan potensialnya. Menurut Sigit (2001:159) adalah: ”Tingkat penjualan yang diharapkan dapat dicapai pada masa yang akan datang dengan berdasarkan pada data penjualan riil di masa lampau”.

Perusahaan menyiapkan prospek penjualan yang didasarkan pada data penjualan masa lampau. Asumsi yang mendasari bahwa data-data yang lalu menganut hubungan yang berpengaruh terhadap masa yang akan datang dan selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk meramalkan penjualan masa yang akan datang.

Alat Analisis

Peramalan penjualan yang menyangkut penjualan masa yang akan datang pada penelitian ini menggunakan alat analisis sebagai berikut :

Menurut Yamit (2003:39-40) : Metode *Least Squares*, yaitu $Y_t = \partial + \beta t$

Dimana Y_t = Merupakan fungsi dari waktu (t)

∂ = Adalah titik potong atau pertemuan antara garis vertikal pada waktu $t = 0$

β = Adalah slope garis

t = Adalah waktu, yang dinyatakan dalam mingguan, bulanan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada pada perusahaan. Karena jarak (*interval*) antara deret tersebut sama, maka jarak (*interval*) parameter juga sama.

n = Jumlah data

Parameter ∂ dan β di estimasi berdasarkan rumus sebagai berikut:

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sasaran Pasar Penjualan Rumah

Perumahan *Citraland City* Samarinda saat ini termasuk kompleks perumahan menengah keatas. Konsumen yang ada sekarang adalah 90% wiraswasta, 8% profesi, dan sisanya 2% lain-lain. Data tersebut menunjukkan bahwa sasaran pasar untuk perumahan *Citraland City* Samarinda adalah pengusaha dikarenakan sampai saat ini rata-rata harga per unit mencapai satu milyar rupiah.

Data Penjualan

Hasil penelitian yang diperoleh selama penelitian di *Citraland City* Samarinda adalah perusahaan ini telah membuka lima cluster rumah dan satu kompleks ruko. Penulis konsentrasi pada penjualan rumah sejak tahun 2011 sampai 2013 yang akan ditampilkan per semester.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Perumahan *Citraland* khususnya yang berada di Samarinda yaitu *Citraland City Samarinda*, penjualan rumah tipe 305, 187, 155, 135 dan 102 dalam kurun waktu lima semester mengalami kenaikan namun ada beberapa semester yang mengalami penurunan.

Sehubungan dengan permasalahan mengenai analisis ramalan penjualan rumah digunakan analisis statistik dengan metode *least squares*. Persamaan garis regresi dengan Metode *least squares*, yaitu $Y_t = \partial + \beta t$

Dimana Y_t = Merupakan Fungsi waktu t

∂ = Adalah titik potong atau pertemuan antara garis vertikal pada waktu $t = 0$

β = Adalah slope garis

t = Unit waktu, yang dinyatakan dalam mingguan, bulanan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada pada perusahaan. Karena jarak

(interval) antara deret tersebut sama, maka jarak (interval) parameter juga sama.

n = Jumlah data

Yang dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y_t = \partial + \beta t$$

$$\beta =$$

$$\frac{n \sum_{i=1}^n t_i Y_i - \left(\sum_{i=1}^n t_i \right) \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)}{n \sum_{i=1}^n t_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n t_i \right)^2} = slope$$

$$\partial =$$

$$Y - \beta t \frac{\sum_{i=1}^n Y_i - \left(\beta \sum_{i=1}^n t_i \right)}{n} = Titik potong$$

1. Perhitungan Ramalan Penjualan Rumah Tipe 305 Citraland City Samarinda

Ramalan penjualan rumah tiap semester untuk tahun 2015 dan tahun 2016 :

$$\begin{aligned} Y_5 &= 8,2 + 1,3 t \\ &= 8,2 + (1,3) 5 \\ &= 14,7 \\ Y_6 &= 8,2 + 1,3 t \\ &= 8,2 + (1,3) 6 \\ &= 16 \\ Y_7 &= 8,2 + 1,3 t \\ &= 8,2 + (1,3) 7 \\ &= 17,3 \\ Y_8 &= 8,2 + 1,3 t \\ &= 8,2 + (1,3) 8 \\ &= 18,6 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan prediksi penjualan tersebut maka diperkirakan kenaikan penjualan rumah tipe 305 pada tiap semester yaitu 1 unit. Semester I tahun 2015 atau periode 5 penjualan diperkirakan mencapai 15 unit. Semester II tahun 2015 atau periode 6 jumlah penjualan diperkirakan mencapai 16 unit. Periode ke 7 atau semester I tahun 2016 prediksi penjualan dengan kisaran 17 unit. Semester II tahun 2016 atau

periode ke 8 penjualan diperkirakan mencapai 18 unit.

2. Perhitungan Ramalan Penjualan Rumah Tipe 187 Citraland City Samarinda

Kenaikan penjualan rata-rata sebesar 3,2 maka ramalan rumah tipe 187 dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y_5 &= 11,6 + 3,2 t \\ &= 11,6 + (3,2) 5 \\ &= 27,6 \\ Y_6 &= 11,6 + 3,2 t \\ &= 11,6 + (3,2) 6 \\ &= 30,8 \\ Y_7 &= 11,6 + 3,2 t \\ &= 11,6 + (3,2) 7 \\ &= 34 \\ Y_8 &= 11,6 + 3,2 t \\ &= 11,6 + (3,2) 8 \\ &= 37,2 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan prediksi penjualan tersebut maka diperkirakan kenaikan penjualan rumah tipe 187 pada tiap semester dengan kisaran 3 unit. Semester I tahun 2015 atau periode 5 penjualan diperkirakan mencapai 28 unit. Semester II tahun 2015 atau periode 6 jumlah penjualan diperkirakan mencapai sekitar 31 unit. Periode ke 7 atau semester I tahun 2016 prediksi penjualan sebesar 34 unit. Semester II tahun 2016 atau periode ke 8 penjualan diperkirakan sebesar mencapai 37 unit.

3. Perhitungan Ramalan Penjualan Rumah Tipe 155 Citraland City Samarinda

Kenaikan rata-rata sebesar 0,8 maka ramalan penjualan rumah tipe 155 dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y_5 &= 9,4 + 0,8 t \\ &= 9,4 + (0,8) 5 \\ &= 13,4 \\ Y_6 &= 9,4 + 0,8 t \\ &= 9,4 + (0,8) 6 \\ &= 14,2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
Y_7 &= 9,4 + 0,8t \\
&= 9,4 + (0,8)7 \\
&= 15 \\
Y_8 &= 9,4 + 0,8t \\
&= 9,4 + (0,8)8 \\
&= 15,8
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan prediksi penjualan tersebut maka diperkirakan kenaikan penjualan rumah tipe 155 pada tiap semester adalah 1 unit. Semester I tahun 2015 atau periode 5 penjualan diperkirakan sebanyak 13 unit. Semester II tahun 2015 atau periode 6 jumlah penjualan diperkirakan mencapai 14 unit. Periode ke 7 atau semester I tahun 2016 prediksi penjualan sebanyak 15 unit. Semester II tahun 2016 atau periode ke 8 penjualan diperkirakan mencapai 16 unit.

4. Perhitungan Ramalan Penjualan Rumah Tipe 135 *Citraland City* Samarinda

Kenaikan rata-rata sebesar 1,9 maka ramalan penjualan rumah tipe 135, yaitu::

$$\begin{aligned}
Y_5 &= 12,6 + 1,9t \\
&= 12,6 + 1,9(5) \\
&= 22,1 \\
Y_6 &= 12,6 + 1,9t \\
&= 12,6 + (1,9)6 \\
&= 24 \\
Y_7 &= 12,6 + 1,9t \\
&= 12,6 + (1,9)7 \\
&= 25,9 \\
Y_8 &= 12,6 + 1,9t \\
&= 12,6 + (1,9)8 \\
&= 27,8
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan prediksi penjualan tersebut maka diperkirakan kenaikan penjualan rumah tipe 135 pada tiap semester adalah 2 unit. Semester I tahun 2015 atau periode 5 penjualan diperkirakan sebanyak 22 unit. Semester II tahun 2015 atau periode 6 jumlah penjualan diperkirakan mencapai 24 unit. Periode 7 atau semester I tahun 2016 prediksi penjualan sekitar 26 unit. Semester II tahun 2016 atau periode 8 penjualan diperkirakan mencapai 28 unit.

5. Perhitungan Ramalan Penjualan Rumah Tipe 102 *Citraland City* Samarinda

Kenaikan rata-rata sebesar 1 unit maka ramalan penjualan rumah tipe 102 dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
Y_5 &= 9,8 + t \\
&= 9,8 + 5 \\
&= 14,8 \\
Y_6 &= 9,8 + t \\
&= 9,8 + 6 \\
&= 15,8 \\
Y_7 &= 9,8 + t \\
&= 9,8 + 7 \\
&= 16,8 \\
Y_8 &= 9,8 + t \\
&= 9,8 + 8 \\
&= 17,8
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan prediksi penjualan tersebut maka diperkirakan kenaikan penjualan rumah tipe 102 pada tiap semester adalah 1 unit. Semester I tahun 2015 atau periode 5 penjualan diperkirakan mencapai 15 unit. Semester II tahun 2015 atau periode 6 jumlah penjualan diperkirakan mencapai 16 unit. Periode 7 atau semester I tahun 2016 prediksi penjualan sebanyak 17 unit. Semester II tahun 2016 atau periode 8 penjualan diperkirakan mencapai 18 unit.

Pembahasan

1. Hasil Penjualan Rumah Tipe 305

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa prediksi penjualan rumah tipe 305 di *Citraland City* Samarinda pada tahun 2015 semester I atau periode 5 sebesar 15 unit. Tahun 2015 semester II atau periode 6 sebesar 16 unit. Tahun 2016 semester I atau periode 7 sebesar 17 unit, untuk tahun 2016 semester II atau periode 8 sebesar 18 unit.

Prediksi penjualan rumah tipe 305 dengan metode *Least Square* adalah:

$$\begin{aligned}
Yt &= \hat{\alpha} + \beta t \\
Y_5 &= 8,2 + 1,3t
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= 8,2 + (1,3) 5 \\
 &= 14,7
 \end{aligned}$$

Pada semester I tahun 2015 atau periode 5, prediksi penjualan rumah tipe 305 meningkat menjadi 15 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_6 &= 8,2 + 1,3 t \\
 &= 8,2 + (1,3) 6 \\
 &= 16
 \end{aligned}$$

Pada periode 6, prediksi penjualan rumah tipe 305 meningkat sebesar 1 unit dari periode 5, yaitu 15 unit pada periode 5 menjadi 16 unit pada periode 6.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_7 &= 8,2 + 1,3 t \\
 &= 8,2 + (1,3) 7 \\
 &= 17,3
 \end{aligned}$$

Pada periode 7, prediksi penjualan rumah tipe 305 meningkat sekitar 1 unit dari periode 6, yaitu 16 unit pada periode 6 naik menjadi 17 unit pada periode 7.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_8 &= 8,2 + 1,3 t \\
 &= 8,2 + (1,3) 8 \\
 &= 18,6
 \end{aligned}$$

Pada periode 8, prediksi penjualan rumah tipe 305 meningkat sekitar 1 unit dari periode 7, yaitu 17 unit pada periode 7 naik menjadi 18 unit pada periode 8.

2. Hasil Penjualan Rumah Tipe 187

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa prediksi penjualan rumah tipe 187 di *Citraland City* Samarinda pada tahun 2015 semester I atau periode 5 sebesar 28 unit. Tahun 2015 semester II atau periode 6 sebesar 31 unit. Tahun 2016 semester I atau periode 7 sebesar 34 unit, untuk tahun 2016 semester II atau periode 8 sebesar 37 unit.

Prediksi penjualan rumah tipe 187 dengan metode *Least Square* adalah:

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_5 &= 11,6 + 3,2 t
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= 11,6 + (3,2) 5 \\
 &= 27,6
 \end{aligned}$$

Pada semester I tahun 2015 atau periode 5, prediksi penjualan rumah tipe 187 meningkat menjadi 28 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_6 &= 11,6 + 3,2 t \\
 &= 11,6 + (3,2) 6 \\
 &= 30,8
 \end{aligned}$$

Pada periode 6, prediksi penjualan rumah tipe 187 meningkat sekitar 3 unit dari periode 5, yaitu 28 unit pada periode 5 menjadi 31 unit pada periode 6.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_7 &= 11,6 + 3,2 t \\
 &= 11,6 + (3,2) 7 \\
 &= 34
 \end{aligned}$$

Pada periode 7, prediksi penjualan rumah tipe 187 meningkat sebesar 3 dari periode 6, yaitu 31 unit pada periode 6 naik menjadi 34 unit pada periode 7.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_8 &= 11,6 + 3,2 t \\
 &= 11,6 + (3,2) 8 \\
 &= 37,2
 \end{aligned}$$

Pada periode 8, prediksi penjualan rumah tipe 187 meningkat sebesar 3 unit dari periode 7, yaitu dari 34 unit pada periode 7 naik menjadi 37 unit pada periode 8.

3. Hasil Penjualan Rumah Tipe 155

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa prediksi penjualan rumah tipe 155 di *Citraland City* Samarinda pada tahun 2015 semester 1 atau periode 5 sebesar 13 unit. Tahun 2015 semester 2 atau periode 6 sebesar 14 unit. Tahun 2016 semester 1 atau periode 7 sebesar 15 unit, untuk tahun 2016 semester 2 atau periode 8 sebesar 16 unit.

Prediksi penjualan rumah tipe 155 dengan metode *Least Square* adalah:

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_5 &= 9,4 + 0,8t \\
 &= 9,4 + (0,8)5 \\
 &= 13,4
 \end{aligned}$$

Pada semester I tahun 2015 atau periode 5, prediksi penjualan rumah tipe 155 ini meningkat menjadi 13 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_6 &= 9,4 + 0,8t \\
 &= 9,4 + (0,8)6 \\
 &= 14,2
 \end{aligned}$$

Pada periode 6, prediksi penjualan rumah tipe 155 meningkat sebesar 1 unit dari periode 5, yaitu 13 unit pada periode 5 naik menjadi 14 unit pada periode 6.

$$\begin{aligned}
 Y_t &= \alpha + \beta t \\
 Y_7 &= 9,4 + 0,8t \\
 &= 9,4 + (0,8)7 \\
 &= 15
 \end{aligned}$$

Pada periode 7, prediksi penjualan rumah tipe 155 meningkat sekitar 1 unit dari periode 6, yaitu 14 unit pada periode 6 naik menjadi 15 unit pada periode 7.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned}
 Y_8 &= 9,4 + 0,8t \\
 &= 9,4 + (0,8)8 \\
 &= 15,8
 \end{aligned}$$

Pada periode 8, prediksi penjualan rumah tipe 155 meningkat sekitar 1 unit dari periode 7, yaitu 15 unit pada periode 7 naik menjadi 16 unit pada periode 8.

4. Hasil Penjualan Rumah Tipe 135.

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa prediksi penjualan rumah tipe 135 di *Citraland City* Samarinda pada tahun 2015 semester I atau periode 5 sebesar 22 unit. Tahun 2015 semester II atau periode 6 sebesar 24 unit. Tahun 2016 semester I atau periode 7 sebesar 26 unit, dan untuk tahun 2016 semester II atau periode 8 sebesar 28 unit.

Prediksi penjualan rumah tipe 135 dengan metode *Least Square* adalah:

$$\begin{aligned}
 Y_5 &= 12,6 + 1,9t \\
 &= 12,6 + 1,9(5) \\
 &= 22,1
 \end{aligned}$$

Pada semester I tahun 2015 atau periode 5, prediksi penjualan rumah tipe 135 ini meningkat menjadi 22 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_6 &= 12,6 + 1,9t \\
 &= 12,6 + (1,9)6 \\
 &= 24
 \end{aligned}$$

Pada periode 6, prediksi penjualan rumah tipe 135 meningkat sebesar 2 unit dari periode 5, yaitu 22 unit naik menjadi 24 unit pada periode 6.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned}
 Y_7 &= 12,6 + 1,9t \\
 &= 12,6 + (1,9)7 \\
 &= 25,9
 \end{aligned}$$

Pada periode 7, prediksi penjualan rumah tipe 135 meningkat sekitar 2 unit dari periode 6, yaitu 24 unit, naik menjadi 26 unit pada periode 7.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned}
 Y_8 &= 12,6 + 1,9t \\
 &= 12,6 + (1,9)8 \\
 &= 27,8
 \end{aligned}$$

Pada periode 8, prediksi penjualan rumah tipe 135 meningkat sebesar 2 unit dari periode 7, yaitu 26 unit pada periode 7 naik menjadi 28 unit pada periode 8.

5. Hasil Penjualan Rumah Tipe 102.

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa prediksi penjualan rumah tipe 102 di *Citraland City* Samarinda pada tahun 2015 semester I atau periode 5 sebesar 15 unit. Tahun 2015 semester 2 atau periode 6 sebesar 16 unit. Tahun 2016 semester I atau periode 7 sebesar 17 unit, dan untuk tahun

2016 semester II atau periode 8 sebesar 18 unit.

Prediksi penjualan rumah tipe 102 dengan metode *Least Square* adalah:

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned} Y_5 &= 9,8 + 1 \cdot 5 \\ &= 9,8 + 5 \\ &= 14,8 \end{aligned}$$

Pada semester I tahun 2015 atau periode 5, prediksi penjualan rumah tipe 102 ini meningkat menjadi 15 unit.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned} Y_6 &= 9,8 + 1 \cdot 6 \\ &= 9,8 + 6 \\ &= 15,8 \end{aligned}$$

Pada periode 6, prediksi penjualan rumah tipe 102 meningkat sebesar 1 unit dari periode 5, yaitu 15 unit pada periode 5 naik menjadi 16 unit pada periode 6.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned} Y_7 &= 9,8 + 1 \cdot 7 \\ &= 9,8 + 7 \\ &= 16,8 \end{aligned}$$

Pada periode 7, prediksi penjualan rumah tipe 102 meningkat sekitar 1 unit dari periode 6, yaitu 16 unit pada periode 6 naik menjadi 17 unit pada periode 7.

$$Y_t = \alpha + \beta t$$

$$\begin{aligned} Y_8 &= 9,8 + 1 \cdot 8 \\ &= 9,8 + 8 \\ &= 17,8 \end{aligned}$$

Pada periode 8, prediksi penjualan rumah tipe 102 meningkat sekitar 1 unit dari periode 7, yaitu 17 unit pada periode 7 naik menjadi 18 unit pada periode 8.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Prospek penjualan rumah untuk tipe 305, 187, 155, 135, dan 102 pada tahun 2015 dan tahun 2016 meningkat.
2. Peningkatan penjualan untuk masing-masing tipe rumah untuk tipe 305 adalah 1 unit, tipe 187 mencapai 2 sampai 3 unit, tipe 155 adalah 1 unit, tipe 135 mencapai 2 unit, dan tipe 102 berkisar 1 unit.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2009, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan Kesembilan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Basu Swastha DH, 2001, *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Kamaruddin, 2002, *Ensklopedia Manajemen*, Alumni, Bandung.
- Sigit, Soehardi, 2001, *Pemasaran Praktis*, Cetakan Pertama, Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, 2003, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Cetakan Kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soepranto, J, 2002, *Metode Peramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan*, Edisi Kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijaya, Irawan Farid dan Sudjoni, M. N, 2003, *Pemasaran Prinsip dan*

Kasus, Edisi Kedua, BPFE,
Yogyakarta.