

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dunia usaha yang terus berubah dengan cepat, mengharuskan perusahaan untuk mampu menganalisis lingkungan usaha dan memprediksi berbagai kemungkinan yang akan terjadi di masa depan. Perusahaan memiliki pandangan atau harapan agar pada masa yang akan datang akan mengalami perubahan, yang dimaksud perubahan disini adalah perubahan kearah yang lebih baik atau bisa dikatakan mengalami perkembangan. Hal ini menjadi salah satu faktor pendukung bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan-kegiatan menuju kearah perkembangan pada masa yang akan datang.

Keputusan yang diambil oleh pimpinan perusahaan akan mempengaruhi suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Untuk mengetahui berapa permintaan periode berikutnya dan berapa jumlah produksi yang harus dikerjakan oleh suatu perusahaan, maka pimpinan perusahaan harus dapat meramalkan permintaan atas produk yang dihasilkannya untuk periode berikutnya. Kegiatan meramal atau *forecast* masa depan merupakan salah satu usaha perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis untuk kelangsungan usaha. Selain memantau perubahan lingkungan usaha, perusahaan juga perlu mengembangkan pengetahuan khusus tentang pasar mereka. Menurut Kotler (2007:213) Perusahaan pemasar yang baik menginginkan informasi untuk membantu mereka menginterpretasikan kinerja masa lalu dan merencanakan kegiatan masa depan.

Menurut Render dan Heizer (2005:138) peramalan dilakukan bertujuan agar mengetahui perkiraan jumlah penjualan yang akan datang dan jumlah kesalahan ramalan, sehingga untuk memenuhi kebutuhan konsumen, manajemen perusahaan membuat peramalan penjualan produk.

Peramalan penjualan ini tentang jumlah produk yang akan dipesan atau diminta pada periode yang akan datang dan peramalan tersebut diperoleh dari data permintaan produk pada periode sebelumnya.

Dengan adanya peramalan, maka perusahaan dapat menduga berapa permintaan yang akan datang dengan berdasarkan beberapa variable-variabel. Kegiatan peramalan memerlukan penerapan metode-metode, hal ini bertujuan agar dapat mengetahui permintaan yang akan datang dan meminimumkan kesalahan peramalan.

Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan, Rumah Makan ini berusaha menawarkan sesuatu yang unik dan diharapkan dapat menjaring lebih banyak konsumen untuk mempertahankan dan meningkatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Nasution dan Prasetyawan (2008:29) 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.

Sehubungan dengan hal tersebut perusahaan dipandang perlu meramalkan apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan untuk memperoleh masukan yang sangat berarti dalam menentukan kebijakan perusahaan. Namun, yang terjadi saat ini pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono belum pernah melakukan peramalan penjualan dan juga Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono tidak mengetahui metode apa yang paling tepat digunakan untuk melakukan peramalan penjualan. Selama ini perusahaan hanya mengira-ngira berapa penjualan yang akan dihasilkan pada masa yang akan datang, sehingga perusahaan mengalami kesulitan dalam mengambil kebijakan dan strategi yang tepat yang dibutuhkan agar target penjualan Ayam Bakar Soponyono semakin meningkat di masa mendatang. Berikut Tabel 1.1 merupakan tabel penjualan Ayam Bakar Soponyono:

Tabel 1.1
Penjualan Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono
Perumnas Sako Palembang

No	Periode	Penjualan (Per Potong)
1	2010	7.898
2	2011	8.171
3	2012	7.909
4	2013	8.372
5	2014	8.064

Sumber: Bapak Suharto (Owner Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang), Penjualan dan Laba Perusahaan Periode 2010 sampai 2014

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono mengalami penurunan dan kenaikan yang bervariasi selama 5 tahun terakhir sehingga membuat laba perusahaan yang cenderung tidak stabil. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak menggunakan metode dalam melakukan peramalan penjualan dan juga perusahaan tidak mengetahui metode mana yang paling tepat yang sebaiknya digunakan dalam melakukan peramalan penjualan. Metode yang dapat digunakan dalam peramalan penjualan adalah metode *Least Square*, *Moment*, dan *Kuadratik*. Efektivitas peramalan penjualan dapat diukur dengan suatu Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF), dimana dari perhitungan tersebut dapat diketahui berapa tingkat kesalahan dari metode yang telah digunakan. Semakin kecil tingkat kesalahan peramalan penjualan maka metode yang digunakan semakin efektif atau sesuai dengan kondisi perusahaan dan dapat diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Apabila perusahaan tidak melakukan analisis perbandingan metode dalam menghitung peramalan penjualan untuk masa yang akan datang maka dapat dipastikan pada periode penjualan tahun berikutnya hasil penjualan yang seharusnya diharapkan perusahaan untuk terus meningkat dari tahun ke tahun

tidak akan sesuai dengan kebijakan dan strategi yang telah diterapkan maupun direncanakan pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang, sehingga perusahaan akan mengalami penurunan dan kenaikan penjualan yang tidak stabil secara terus menerus. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengetahui metode mana yang terbaik yang akan digunakan dalam meramalkan penjualan dimasa yang akan datang, agar perusahaan dapat mengganti atau mengembangkan strategi dan teknik penjualannya.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Peramalan Penjualan pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang Dengan Menggunakan Analisis *Trend*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diambil sebagai berikut:

1. Bagaimana peramalan penjualan pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang dengan menggunakan 3 metode peramalan yang ada pada analisis *trend* yaitu metode *least square*, metode *moment*, dan metode *kuadratik*?
2. Metode Peramalan manakah yang paling baik untuk diterapkan di Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang dengan menggunakan Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF)?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mendapatkan analisis yang telah ditetapkan maka penulis memberikan batasan-batasan agar permasalahan yang dibahas pada Laporan Akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu Peramalan Penjualan pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang Dengan Menggunakan Analisis *Trend*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peramalan penjualan pada Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang dengan menggunakan 3 metode peramalan yang ada pada analisis *trend* yaitu metode *least square*, metode *moment*, dan metode *kuadratik*.
2. Untuk menentukan metode peramalan manakah yang paling baik untuk diterapkan di Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang dengan metode SKF (Standar Kesalahan *Forecasting*).

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia bisnis khususnya ke dunia bisnis kuliner.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas ayam bakar & inovasi perencanaan produk ayam bakar dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti lain yang Tertarik dengan Masalah yang Sama

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu para pembaca sebagai salah satu acuan atau referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan peramalan stock realisasi penjualan di perusahaan kuliner.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono Perumnas Sako Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2012:6), Ada dua sumber data menurut cara memperolehnya yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya, misalnya seseorang ingin mengetahui besarnya konsumsi masyarakat dengan cara melakukan wawancara langsung kepada penduduk setempat. Dalam Hal ini, data primer yang penulis gunakan adalah tabel penjualan ayam bakar soponyono.

Sedangkan, data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam hal ini, data sekunder yang penulis gunakan adalah pada gambaran umum perusahaan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini menggunakan beberapa teknik, teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2013:193) yaitu:

1. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara yang penulis lakukan dengan menanyakan secara langsung terkait informasi-informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan laporan

akhir. Informasi yang dibutuhkan antara lain, hasil penjualan dari perusahaan, jumlah pengunjung, dan keluhan konsumen bagi perusahaan.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Karena observasi tidak selalu dengan obyek manusia tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Sutrisno Hadi, dalam Sugiyono (2013:203) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Dari segi proses pelaksanaannya, observasi dapat dibedakan menjadi 2 yaitu observasi berperan serta (*participant observation*) dan observasi non partisipan (*non participant observation*).

1.6 Metode Analisa

1.6.1 Analisis Trend

Trend merupakan gerakan lamban yang berjangka panjang dan cenderung menuju ke satu arah, menaik atau menurun. Menurut Nafarin (2000:25) analisis *trend* yang dapat dipergunakan seperti:

1. Metode *Least Square*

Peramalan penjualan dengan metode *least square* dapat dihitung dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (penjualan)
- X = Variabel bebas yang tergantung pada unit waktu yang dapat dinyatakan dalam bulan, minggu, semester, dan tahun
- a = Nilai konstan, yang akan menunjukkan besarnya nilai Y apabila X sama dengan 0 (nol)
- b = Variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X
- n = Jumlah data

2. Metode *Moment*

Rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ \sum Y &= na + b\sum X \\ \sum XY &= a\sum X + b\sum X^2 \end{aligned}$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (penjualan)
- X = Variabel bebas yang tergantung pada unit waktu yang dapat dinyatakan dalam bulan, minggu, semester, dan tahun
- a = Nilai konstan, yang akan menunjukkan besarnya nilai Y apabila X sama dengan 0 (nol)
- b = Variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X
- n = Jumlah data

3. Metode Kuadrat

Rumus yang digunakan dalam metode ini adalah:

$$Y = a + bX + c(X)^2$$

Dimana:

Y = Ramalan Penjualan

a, b, dan c = Parameter atau koefisien regresi

X = Variabel bebas yang mempengaruhi

Nilai dari koefisien a, b, dan c dapat dicari dengan pemecahan secara simultan dari ketiga persamaan berikut:

$$\sum y = na + c\sum X^2$$

$$\sum XY = b\sum X^2$$

$$\sum X^2Y = a\sum X^2 + c\sum X^4$$

1.6.2 Standar Kesalahan *Forecasting* (SKF)

Dalam analisis *trend* ada dua metode yang dapat dipergunakan dalam peramalan penjualan, yaitu *trend* garis lurus dan metode *trend* garis lengkung. Metode *moment* dan metode *least square* merupakan metode *trend* garis lurus. Metode *trend* garis lengkung berupa metode kuadrat. Untuk menentukan metode mana yang paling sesuai dari kedua metode tersebut, maka dipergunakanlah standar kesalahan *forecasting* (SKF). Nilai SKF yang terkecil akan menunjukkan bahwa *forecasting* yang disusun tersebut mendekati kesesuaian. Adapun rumus standar kesalahan *forecasting* (SKF) adalah sebagai berikut.

$$SKF = \sqrt{\sum (X - Y)^2 : n}$$

Dimana:

X = Penjualan nyata

Y = *forecast* penjualan

n = banyaknya data period yang dianalisis