

Performa kenaikan dan prediksi penjualan motor pada PT Cikande Motor Cabang Dealer Selikur

Aimmatul Khazanah^{1*)}, Akmaliyah²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Kota Serang

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Kota Serang

Article History:

- received September 2024
- accepted September 2024

Abstract. Sales Performance is the company's ability to sell more and better in a certain period of time. The increasing sales performance a company is required to predict the units that will be sold in the coming months or years so that it can find out how much motorcycles sales will increase in the market, this prediction can be called sales forecasting. The purpose of this study is to determine how much motorcycles sales have increased in the company, and to be able to predict sales levels in the future. The methods in this research used a descriptive method with a qualitative approach, the data taken in this study is based on actual sales data in the past period using a time series prediction model. The descriptive method is used by research to explain, as well as see how the application of The Least Square Method as a calculation to determine sales target. Honda motorcycle sales performance continued to increase from April to August, although in August there was a slight decline but not so drastic. From the data obtained calculated through sales forecasting using the least square method, the coming month will continue to experience an increase in sales with the addition of units from 184 – 204 units which will be predicted to come out in the sales category at the Selikur Motor Dealer. The benefits of sales forecasting can provide motivation for sales marketing in selling Honda motorcycle products which will provide more benefits for the marketing team.

Keyword: Performa; Prediksi; Sales Forecasting; Least Square; Penjualan

*Corresponding author. E-mail: aimmatkhazanah15@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat yang terjadi pada industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingan bisnisnya juga menjadi ketat, termasuk didalamnya adalah penjualan sepeda motor. Para produsen sepeda motor terus melakukan inovasi terhadap produknya, terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek serta jenis sepeda motor yang dipasarkan. Tidak heran apabila hal tersebut akhirnya mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Oleh karena itulah perusahaan perlu untuk mempertimbangkan serta dapat menentukan secara objektif target penjualan mereka. Menurut Tjiptono & Chandra (2012), targetting adalah mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen menggunakan variabel yang bisa mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen dan kesesuaian kompetensi inti perusahaan dan peluang pasar sasaran.

Performa penjualan atau kinerja penjualan adalah kemampuan perusahaan dalam menjual lebih banyak dan lebih baik dalam periode waktu tertentu. Sebuah peningkatan penjualan dalam perusahaan berpengaruh penting dalam proses kemajuan perusahaan atas produk yang dipasarkan, dalam meningkatkan performa

penjualan yang lebih tentunya perusahaan memiliki beberapa strategi agar dapat menghasilkan tujuan yang memuaskan. Beberapa perusahaan besar sepeda motor tentunya akan berusaha untuk memberikan layanan terbaik bagi setiap konsumennya agar dapat memberikan kepercayaan terhadap pelanggan. Melihat performa penjualan yang semakin meningkat maka suatu perusahaan diperlukan memprediksi unit yang akan terjual dibulan ataupun tahun yang akan datang sehingga dapat mengetahui seberapa besar meningkatnya penjualan sepeda motor di pasar, prediksi tersebut dapat dikatakan sebagai Sales Forecasting.

Kegiatan menjual (selling) cenderung lebih banyak bersinggungan dengan aneka keterampilan terapan yang penguasaannya perlu dilakukan dengan sepenuh hati. Karena itu pula tak berlebihan jika ada yang menyebutnya the art of selling. Terlebih, kegiatan atau pekerjaan menjual selalu dibutuhkan baik di sektor formal maupun informal. Meskipun terkesan “gampang-gampang” susah ketika ingin menekuninya, sesungguhnya hanya yang benar-benar termotivasi yang sejatinya mampu mengarungi dinamika tantangan serta kenikmatan dalam aktivitas menjual. Untuk membangun motivasi tersebut tentunya diperlukan pemahaman yang memadai terkait seni menjual, dan bab-bab dalam buku ini ditujukan sebagai pintu masuk untuk memahami bagaimana melakukan seni menjual dan seluk-beluknya secara lebih praktis dan memadai.

Dalam hal ini seorang kepala marketing harus memiliki jaringan pasar yang luas agar dapat meningkatkan performa penjualan yang lebih baik serta dapat mengembangkan industri pemasaran terhadap produk yang di jual. Perusahaan sepeda motor yang ada di Indonesia memiliki banyak perusahaan yang juga memiliki banyak pesaing, seperti perusahaan Astra Honda Motor, Yamaha, Kawasaki, dan masih banyak lagi yang lainnya yang memiliki masing-masing performa penjualan yang baik.

Astra Honda Motor sendiri memiliki beberapa perusahaan motor di berbagai wilayah di Indonesia, banyak sekali perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi di setiap bulannya bahkan setiap tahunnya. Tentunya hal ini diperoleh dari berbagai marketing yang bagus dan sales penjualan yang optimal sehingga perusahaan dapat mengeluarkan produk yang lebih meningkat di setiap bulannya. Tujuan adanya marketing dalam setiap perusahaan adalah salah satunya dalam meningkatkan penjualan yang lebih maksimal untuk perusahaan. Tak lain juga PT Cikande Motor berupaya memberikan yang terbaik dalam pelayanan produksi motor honda yang dapat memberikan nilai positif terhadap konsumen sehingga pelanggan akan terus tetap percaya pada satu perusahaan yang memberikan layanan terbaik. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar meningkatnya penjualan motor pada perusahaan tersebut, serta dapat memprediksi tingkat penjualan di masa yang akan datang.

2. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2013:3) bahwa: “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah di sebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian”. Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu berdasarkan data aktual penjualan di periode lampau dengan menggunakan model prediksi deret

berkala (time series). Metode deskriptif digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan, sekaligus melihat bagaimana penerapan Metode Least Square sebagai perhitungan untuk menentukan target penjualan. Metode Least Square merupakan metode yang sering digunakan untuk menentukan peramalan, karena hasil peramalannya dinilai detail dan teliti. Metode Least Square merupakan salah satu metode berupa data deret berkala time series, yang mana dibutuhkan data-data dimasa lampau untuk melakukan ramalan penjualan dimasa mendatang. Secara umum, persamaan kuadrat terkecil linear adalah $Y=a+bX$.

Dalam metode ini digunakan penghitungan melalui Sales Forecasting yaitu suatu suatu proyeksi teknis dari pada permintaan langganan potensil untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Sales Forecasting juga sebagai alat bantu untuk melakukan perencanaan yang efektif dan efisien. Dimana dalam penelitian ini menggunakan Metode Statistika pada analisis trend garis lurus Metode Kuadrat Kecil (Metode Least Square).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Performa penjualan pada dasarnya adalah sebuah kinerja perusahaan dalam meningkatkan penjualannya di pasar dengan produk yang dimiliki serta sudah memiliki target dalam pencapaian penjualan tersebut. Performa atau dapat dikatakan kinerja menurut Robbins (2012:96) bahwa "kinerja adalah fungsi dari ability (kemampuan), motivation (motivasi) dan Opportunities (kesempatan). Sedangkan Menurut Moheriono (2012:96) kinerja atau performance merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Adapun prediksi dapat diartikan sebuah ramalan atau perkiraan yang akan datang, prediksi penjualan berarti perusahaan dapat memperkirakan penjualan yang akan keluar di masa yang akan datang. Menurut Sudjana (1989:254), Peramalan Penjualan adalah proses perkiraan (pengukuran) besarnya atau jumlah sesuatu pada waktu yang akan datang berdasarkan data pada masa lampau yang dianalisis secara ilmiah khususnya menggunakan metode statistika. Sedangkan menurut Sumayang (2003:24), Peramalan Penjualan adalah perhitungan yang objektif dan dengan menggunakan data-data masa lalu, untuk menentukan sesuatu di masa yang akan datang.

Data Aktual Penjualan

Berikut merupakan data aktual penjualan Sepeda Motor Honda pada cabang PT Cikande Motor di Dealer Selikur Jaya Motor yang mengalami peningkatan setiap bulannya. Data yang diambil mulai dari bulan April sampai dengan Agustus, sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Penjualan Motor Periode April – September Tahun 2024

Bulan (X)	Penjualan (Y)
April	162
Mei	168
Juni	168

Bulan (X)	Penjualan (Y)
Juli	190
Agustus	184
September	?

Tabel diatas menjelaskan bahwa setiap bulannya mengalami peningkatan penjualan yang relatif cukup tinggi, hanya saja di bulan agustus menurun, namun tidak dengan penurunan yang drastis. Peningkatan penjualan unit motor dari bulan April – Juli relatif cukup tinggi dengan beberapa strategi yang diterapkan oleh kepala cabang Dealer Selikur Jaya Motor. Data tersebut data aktual yang diperoleh dari Dealer Honda Selikur Motor. Dengan demikian penjualan Sepeda Motor Honda untuk bulan berikutnya dapat di prediksi mengalami peningkatan dengan hitungan data dan tabel dibawah ini.

Tabel 2. Proyeksi Penjualan Motor Pada Bulan September

Bulan	Penjualan (Y)	X	X ²	XY
April	162	0	0	0
Mei	168	1	1	168
Juni	168	2	4	336
Juli	190	3	9	570
Agustus	184	4	16	736
Σ	872	10	30	1.810

Untuk Bulan September 2024 nilai X nya adalah 5, sehingga :

$$Y = a + bX$$

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

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

Y : Variabel Terikat

X : Variabel Bebas

a : Nilai Konstan

b : Koefisien Arah Regresi

n : Banyaknya Data

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

$$= \frac{872 - 10 (10)}{5} = \frac{174 - 20}{5} = 154$$

Untuk bulan september maka akan diperoleh peramalan penjualannya, sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 154 + 10 (5)$$

$$Y = 154 + 50$$

$$Y = 204 \text{ unit}$$

Maka peramalan penjualan yang akan diperoleh pada bulan september sebanyak 204 unit. Dari perolehan data yang dihitung melalui sales forcasting dengan menggunakan Metode Least Square bahwa dapat di jelaskan bulan yang akan datang akan terus mengalami kenaikan penjualan dengan penambahan unit yang dari 184 – 204 unit akan di prediksi keluar dalam kategori penjualan di Dealer Selikur Motor. Artinya dari perolehan data tersebut bahwa Metode Least Square dapat di gunakan perhitungannya pada Dealer Sepeda Motor Honda Selikur Jaya Motor, landasan lain untuk menentukan target penjualan semua jenis sepeda motor pada periode berikutnya, karena terbukti dari hasil data penjualan aktual perusahaan dan data hasil prediksi yang tidak jauh berbeda. Perhitungan prediksi dengan metode least square diharapkan dapat membantu perusahaan agar dapat memperkirakan target penjualan dengan benar, tidak mengalami kekurangan stok barang, dan tentunya dapat memenuhi semua permintaan konsumen terhadap penjualan sepeda motor sehingga perusahaan juga dapat memperoleh keuntungan/laba sesuai dengan apa yang diharapkan. Dari hasil prediksi hitungan sales forcasting tersebut yang menggunakan Metode Least Square diharapkan dealer akan terus mengalami performa kenaikan dalam penjualan produk sepeda motor honda, sehingga pencapaian serta target perusahaan bisa tercapai sesuai dengan tujuan. Dilakukannya sales forcasting ini semoga dapat memberikan motivasi terhadap sales marketing dalam penjualan produk sepeda motor honda yang akan memberikan keuntungan lebih bagi marketing team.

4. SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa performa penjualan Sepeda Motor Honda terus mengalami peningkatan dari bulan April – Agustus, meskipun pada bulan agustus mengalami sedikit penurunan namun tidak begitu drastis. Dalam hal ini penjualan untuk bulan kedepannya dapat diprediksi melalui sales forcasting dimana menggunakan Metode Least Square, kenyataannya penjualan ini dapat dihitung melalui metode tersebut. Dimana metode tersebut memberikan hasil perhitungan penjualan yang akan mengalami peningkatan pada bulan September ini. Tentunya hal tersebut memberikan pengaruh positif bagi Dealer Selikur Motor agar terus memberikan peningkatan layanan terbaik yang dapat mempengaruhi performa kenaikan Sepeda Motor Honda yang akan memberikan keuntungan ataupun laba yang cukup besar bagi perusahaan maupun dealer cabang.

Performa yang disajikan dalam penghitungan tersebut diharapkan dapat mencapai target perusahaan dalam penjualan bulanan maupun tahunan, target merupakan evaluasi daya tarik masing-masing segmen menggunakan variabel yang bisa mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen dan kesesuaian kompetensi inti perusahaan dan peluang pasar sasaran (Tjiptono & Chandra: 2012). Namun demikian dalam penghitungan tersebut hanya perhitungan dasar Sales Forecasting tidak menyeluruh, sehingga prediksi tersebut memiliki nilai yang cukup rendah dalam target pencapaian penjualan yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badariah, Elis. 2024. "Sales Forecasting". PPT Budgeting
Hakim, R., Tohir, R., & Aji, R. (2021). Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan. Maeswara Journal, 2(2), 25-36.

- <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/824/794>
- Nugraha, D. P. (2020). Pengelolaan Manajemen Operasional untuk Usaha Kecil Menengah. *Co-Management*, 5(3), 123-135. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/view/162>
- Rahmat, A. (2021). Pengertian Peramalan Penjualan (Sales Forecasting) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Ilmu Manajemen Industri*. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-peramalan-penjualan-sales-forecasting-faktor-faktor-yang-mempengaruhinya>
- Siregar, A. B. (2019). Penerapan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Efisiensi Kerja. *Jurikom*, 6(1), 45-52. <https://www.ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/350>
- Yusuf, H. (2018). Kajian Pustaka tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan. *Pancabudi University Repository*. https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/penelitian/19463_2_BAB_II.pdf