

## **ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN DAIHATSU DI KOTA MAKASSAR DALAM RANGKA PERENCANAAN**

**Muhlis**

Email : muchlisrauf72@gmail.com  
Universitas Patempo

### **Abstrak**

PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar memiliki jenis pola data penjualan yang berfluktuasi tidak beraturan. Hal ini disebabkan beberapa jenis produk Daihatsu yang kurang laku terjual serta kondisi ekonomi yang tidak menentu dapat mempengaruhi tingkat permintaan mobil di Indonesia. Melalui analisis peramalan dengan menggunakan metode time series dalam penelitian ini kita dapat melihat bagaimana kemungkinan pencapaian penjualan produk- produk Daihatsu PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar satu tahun kedepan, sehingga perusahaan dapat menjadikan peramalan sebagai acuan merencanakan anggaran pendapatan yang tepat di masa mendatang. Berdasarkan pemilihan metode terbaik untuk melakukan peramalan tersebut, peramalan digunakan sebagai acuan dalam perencanaan anggaran pendapatan untuk dilakukan proses perencanaan keuangan selanjutnya. Untuk perencanaan laba-rugi PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Makassar tahun 2019 diproyeksikan laba bersih sebesar Rp 7.475.487.394,12 dan perencanaan kebutuhan keuangan PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar tahun 2019 diproyeksikan total aktiva dan passiva masing-masing sebesar Rp 65.671.992.037,82.

Diharapkan perusahaan harus dapat mempertahankan efisiensi atas biaya- biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional dan strategi keuangan yang telah dilakukan saat ini serta dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih tepat nantinya. Hal yang penting untuk dilakukan perusahaan adalah menentukan kebijakan untuk melakukan investasi baik investasi jangka pendek maupun investasi jangka panjang untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

**Kata kunci** : analisis peramalan, perencanaan keuangan, strategi keuangan

## **PENDAHULUAN**

Krisis ekonomi global sangat mempengaruhi bisnis otomotif di Indonesia. Setelah melaju pesat sampai Juli 2015, penjualan mobil di Indonesia mulai memasuki tahapan khusus sejak Agustus 2015 dengan keadaan yang tidak menentu dan sulit diperhitungkan. Menjelang akhir Oktober 2015 nilai rupiah melemah, untuk membeli mobil terutama impor harus menggunakan dolar. Bagi kendaraan yang sudah dirakit dan sebagian komponen masih diimpor, juga terkena imbasnya. Pasar mobil di Indonesia cenderung fluktuatif, sehingga sulit untuk diramalkan terkait kenaikan harga minyak mentah dunia yang disusul kenaikan harga bahan bakar minyak (=BBM) bersubsidi dan inflasi serta rate yang naik.

Sebuah perusahaan didirikan mempunyai tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan konsumen dan sekaligus untuk mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut. Selain untuk mendapatkan keuntungan juga bertujuan untuk membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan serta bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Untuk mewujudkan itu semua, pemimpin perusahaan harus menetapkan suatu kebijakan yang tepat dalam mengelola perusahaan.

Tujuan suatu usaha bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan baik perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Selain itu, setiap perusahaan saja menargetkan penjualan yang ingin dicapai setiap hari, bulan atau tahun. Perusahaan memerlukan forecasting (ramalan) penjualan yaitu dapat dicari dengan menggunakan tren untuk memperkirakan berapa jumlah penjualan yang kemungkinan terjadi di tahun yang akan datang.

Dengan demikian ramalan penjualan sangat diperlukan dalam manajemen bisnis guna mengembangkan usaha tersebut, baik bidang jasa maupun dagang. Metode-metode yang digunakan dalam meramal menjadi suatu cara bagaimana manajemen pada akhirnya harus membuat keputusan atau kebijakan yang tepat dalam mengambil suatu tindakan yang berkaitan dengan.

Perkembangan industri otomotif saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan tumbuhnya perekonomian dunia. Permintaan kendaraan bermotor meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara berkembang contohnya Indonesia. PT. Astra International Tbk – Daihatsu Sales Operation (AI- DSO) sebagai salah satu divisi penjualan otomotif memulai bisnisnya pertama kali

pada tahun 1973 dibawah PT. Astra International Incorporated – Motor Vehicle Division. Untuk menjadi retailer dan distributor kendaraan Daihatsu yang terdepan dengan pertumbuhan yang berkesinambungan, AI-DSO dituntut untuk selalu memberikan performa ekstra dari seluruh jajaran dari manajemen hingga ke tingkat garda depan yang berhubungan langsung dengan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif.

Data kualitatif peneliti mengobservasi dan menjelaskan gambaran laporan keuangan dan pendapatan pada tahun 2015- 2010 dalam bentuk kurva ataupun diagram lainnya yang diambil data perusahaan itu sendiri. Sedangkan data kuantitatif menggunakan hitungan angka- angka untuk menganalisis peramalan yang datang.

## B. Sumber Data

### 1. Data primer

Sumber data primer yang diperoleh dari sumber data dilapangan, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara (interview). Informan adalah orang-orang yang betul paham atau terlibat langsung dengan mewawancarai manajer perusahaan karyawan perusahaan

### 2. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data pendukung, data yang diperoleh yaitu dokumen –dokumen, catatan- catatan, arsip-arsip, serta literatur lainnya yang relevan sebagai pendukung data dokumen. diperoleh dari laporan internal perusahaan, baik itu berupa laporan bulanan dan tahunan manajemen perusahaan serta data pelengkap yang dikumpulkan dari literatur- literatur, studi pustaka, internet dan tulisan yang berkaitan dengan penjualan Daihatsu.

## C. Tekhnis Analisis Data

Data yang dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis sehin mampu memberikan gambaran dan penjelasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini. Pengolahan dan analisis data diharapkan dapat menguraikan langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan perusahaan dalam perencanaan keuangan dan penjualan Daihatsu. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian akan diuraikan secara kualitatif dan kuantitatif.

### 1. Metode Moving Averages

Metode Moving Averages diperoleh dengan merata-ratakan permintaan berdasarkan beberapa

data masa lalu yang terbaru (Nasution dan Prasetyawan, 2003).  $FT =$

### 2. Metode Penghalusan Eksponensial (Exponential Smoothing)

Metode Penghalusan eksponensial merupakan teknik peramalan rata-rata bergerak dengan pembobotan dimana data diberi bobot oleh sebuah fungsi

eksponensial (Render dan Heizer, 2005).

$$F_t = F_{t-1} + a (A_{t-1} - F_{t-1})$$

Menurut Render dan Heizer (2005), ada 3 cara perhitungan yang biasa digunakan untuk menghitung kesalahan peramalan total yaitu dengan Rata-rata Deviasi Mutlak (Mean Absolute Deviation = MAD), Rata-rata Kuadrat Kesalahan (Mean Square Error = MSE) dan Rata-rata Persentase Kesalahan Absolut (Mean Absolute Percent Error = MAPE).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Produk dan Layanan Unggulan PT. Astra International Tbk – Daihatsu

Produk utama Daihatsu adalah unit kendaraan yang siap untuk dipasarkan kepada konsumen dan layanan service. Layanan unggulan yang disediakan Daihatsu untuk perawatan kendaraan konsumen adalah sebagai berikut: Service, Mobile Service, Kontrak Service

Konsep Manajemen Keuangan PT. Astra Tbk – Daihatsu Cabang Makassar

Menurut Umar (2008), manajemen keuangan merupakan bagian dari perusahaan yang fungsinya adalah mengorganisasikan perolehandana, menggunakan dana, dan sekaligus mengendalikan dana tersebut dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Horngren, et al. (2005),

Analisis Hasil Peramalan Penjualan Daihatsu

Pada tahap ini, data penjualan per bulan Daihatsu dari bulan Februari 2015 sampai Desember 2018 secara keseluruhan untuk wilayah penjualan Makassar dan data penjualan per bulan dari setiap produk Daihatsu diolah dengan metode peramalan time series (runtut waktu).

Sumber: PT. Astra Internasional Tbk – Daihatsu cabang Makassar

bagian-bagian yang kosong, hal tersebut disebabkan oleh produk-produk Daihatsu tersebut diluncurkan pada bulan dan tahun yang berbeda. Untuk Terios baru

diluncurkan pada bulan Januari 2016. Untuk Sirion baru diluncurkan pada bulan Juni 2016. Sedangkan GranMax Pick Up 1300cc, GranMax Minibus 1300cc, GranMax Pick Up 1500cc, dan GranMax Minibus 1500cc baru diluncurkan pada bulan Desember 2016. Secara keseluruhan data penjualan Daihatsu.

#### 1. Perencanaan Keuangan PT. Astra International Tbk – Daihatsu Cabang Makassar

Hasil peramalan penjualan produk-produk Daihatsu yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis runtut waktu merupakan landasan dalam melakukan perencanaan keuangan dan dapat dijadikan patokan dalam menetapkan target penjualan perusahaan. Dengan diketahuinya bahwa pola penjualan dalam analisis peramalan runtut waktu Daihatsu adalah pola yang tidak beraturan (fluktuatif) maka Daihatsu harus dapat menetapkan sejumlah strategi keuangan yang lebih komprehensif sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian dalam menjalankan bisnisnya.

Dari hasil peramalan penjualan produk-produk Daihatsu dapat disusun anggaran pendapatan. Menurut Sukristono (1995), anggaran pendapatan adalah anggaran yang digunakan untuk mengukur atau memperkirakan besarnya pendapatan dari penjualan atau operasi, dengan memperbanyak terhadap tingkat harga atau bunga, komisi dan provisi (bagi bank) dengan produk yang diperkirakan akan dijual. Hasil perhitungan peramalan penjualan dengan metode time series ini dapat membantu dalam memperkirakan penjualan. Teknik-teknik ini menggunakan indikator aktivitas ekonomi dan data penjualan masa lampau untuk memperkirakan penjualan di masa depan.

Laba-Rugi PT. Astra International Tbk – Daihatsu Cabang Makassar

Dari hasil perhitungan dalam pembuatan anggaran pendapatan

PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar selama tahun 2019, dapat dijadikan sebagai acuan untuk proses perencanaan keuangan selanjutnya. Proses selanjutnya untuk membuat perencanaan keuangan yaitu dengan melihat laporan keuangan tahun terakhir sebagai pedoman untuk membuat perencanaan keuangan tahun yang akan datang. Karena keterbatasan data yang diberikan oleh pihak perusahaan, maka penulis menggunakan persentase dari laporan keuangan perusahaan konsolidasi tahun terdahulu sebagai asumsi untuk mendapatkan laporan keuangan PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar.

Pada laba-rugi konsolidasi PT. Astra International Tbk, unit bisnis kendaraan roda empat menyumbang sebesar 24,2% dari seluruh total unit bisnis Astra. Kemudian, Daihatsu Nasional.

Pada laba-rugi konsolidasi PT. Astra International Tbk, unit bisnis kendaraan roda empat menyumbang sebesar 24,2% dari seluruh total unit bisnis Astra. Kemudian, Daihatsu Nasional menyumbang sebesar 24,47% dari unit bisnis kendaraan roda empat PT. Astra International Tbk. Daihatsu cabang Makassar menyumbang sebesar 1,05% dari total penjualan Daihatsu Nasional. Kemudian, dari asumsi laba-rugi Daihatsu cabang Makassar dibuat lagi asumsi berdasarkan persentase penjualan unit Daihatsu sebesar 98,58% dari seluruh pendapatan yang diterima PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar pada tahun 2019.

#### 2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan data laporan keuangan PT. Astra International Tbk yang dipublish melalui media internet dan laporan penjualan PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar, dapat diketahui bahwa pangsa pasar untuk PT.

Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar sebesar 0,135% terhadap pangsa pasar mobil di seluruh Indonesia pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Bogor menyumbangkan sebesar 0,135% untuk penjualan mobil seluruh Indonesia selama tahun 2019.

Melihat penurunan penjualan beberapa produk Daihatsu dari hasil peramalan, maka perusahaan harus dapat melakukan inovasi terbaru dalam menciptakan produk-produk (mobil) terbaru di masa yang akan datang. Perusahaan harus mencari tahu produk-produk seperti apa yang lebih diinginkan oleh konsumen yaitu dari segi harga, daya muat dan bentuk yang lebih diminati konsumen. Perusahaan harus meng-update produk-produknya sesuai dengan keinginan konsumen sehingga penjualan akan lebih meningkat. Jika penjualan meningkat maka keuntungan perusahaan juga akan meningkatkan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

a. PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar memiliki jenis pola data penjualan yang berfluktuasi tidak beraturan. Hal ini disebabkan beberapa jenis produk Daihatsu yang kurang laku terjual serta kondisi ekonomi yang tidak menentu dapat mempengaruhi tingkat permintaan mobil di Indonesia. Melalui analisis peramalan dengan menggunakan metode time series dalam penelitian ini kita dapat melihat bagaimana kemungkinan pencapaian penjualan produk-produk Daihatsu PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar satu tahun kedepan, sehingga perusahaan dapat menjadikan peramalan sebagai acuan merencanakan anggaran pendapatan yang tepat di masa mendatang.

b. Berdasarkan pemilihan metode

terbaik untuk melakukan peramalan tersebut, peramalan digunakan sebagai acuan dalam perencanaan anggaran pendapatan untuk dilakukan proses perencanaan keuangan selanjutnya. Untuk perencanaan laba-rugi PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Makassar tahun 2019 diproyeksikan laba bersih sebesar Rp 7.475.487.394,12 dan perencanaan kebutuhan keuangan PT. Astra International Tbk – Daihatsu cabang Makassar tahun 2019 diproyeksikan total aktiva dan passiva masing-masing sebesar Rp 65.671.992.037,82. Diharapkan perusahaan harus dapat mempertahankan efisiensi atas biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional dan strategi keuangan yang telah dilakukan saat ini serta dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih tepat nantinya. Hal yang penting untuk dilakukan perusahaan adalah menentukan kebijakan untuk melakukan investasi baik investasi jangka pendek maupun investasi jangka panjang untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

### **2. Saran**

Dalam penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal kepada perusahaan untuk dapat mempertahankan produk-produk Daihatsu. Berikut hal-hal yang disarankan:

a. Perusahaan sebaiknya secara berkala melakukan peramalan, dengan peramalan perusahaan akan lebih mudah menetapkan target baik itu penjualan maupun target lainnya yang akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Semakin sering peramalan dilakukan oleh perusahaan maka hasil yang akan didapat akan lebih baik, karena variabel lain yang menjadi faktor yang mengurangi pendapatan perusahaan akan dapat disiasati dengan tindakan keuangan yang tepat bila perusahaan tahu berapa pencapaian yang mungkin diraih.

b. Perusahaan sebaiknya membuat anggaran pendapatan dari hasil peramalan penjualan untuk tahun yang akan datang

karena anggaran pendapatan dapat digunakan sebagai acuan untuk proses perencanaan

keuangan selanjutnya. Pembuatan anggaran pendapatan dapat membantu pihak manajemen untuk melihat atau memperkirakan seberapa besar laba yang akan didapatkan di masa yang akan datang.

c. Perusahaan sebaiknya melakukan survey untuk mencari tahu produk-produk (mobil) seperti apa yang lebih diinginkan oleh konsumen yaitu dari segi harga, daya muat dan bentuk yang lebih diminati konsumen.

d. Perusahaan sebaiknya meningkatkan kinerja dari usaha-usaha lainnya yaitu layanan service/bengkel dan penjualan sparepart untuk mencapai target yang direncanakan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Artwodini. M. DKK. 2015. Analisis peramalan penjualan Semen non Curah (ZAK) PT Semen Indonesia (Persero) Tbk pada area Jawa Timur. Jurnal. Departemen Teknologi Informasi Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya.

Fandiyah. L. V. 2018. Peramalan penjualan dalam rangka perencanaan produksi (Studi kasus PT. Citra Sukses Mandiri Sentani). Jurnal. Departemen Akutansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ginting, B. G. 2009. Peramalan pendapatan kecamatan berastagi dari sektor pajak hotel untuk tahun 2009. Departemen Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sumatera Utara Medan. Kecap Manalagi Denpasar Bali. Jurusan Teknologi Industri Pertanian

Makmur & Saprijal Tanpa Tahun. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume

penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Martono, Agus Harjito, 2018. Manajemen keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima, Ekonisia, Yogyakarta

Ni P. L. 2015. Analisis peramalan penjualan produk kecap pada perusahaan

Paruntu. S. DKK. Tanpa tahun. Analisis Ramalan Penjualan Persediaan Peroduk Sepeda Motor Suzuki pada Pt Sinar Galesong Mandiri Malalayang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi.

Risal, M. 2015. Perencanaan dan peramalan keuangan. 5 November 2015 (<http://mfahrisal.blogspot.com/2015/11/perencanaan-peramalan-keuangan.html>). Diakses pada tanggal 18 2019.

T. lia. <http://kotakatatan.blogspot.com/2011/12/peramalan-forecasting-statistika-dan.html>. Diakses pada tanggal 9 2019

Thohir. A. 2011, Analisis peramalan penjualan minyak sawit kasar atau crude palm oli (CPO) pada PT karisma pemasaran bersama (KPB) nusantara di Jakarta. Program studi agrabisnis. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi universitas Al-Islam Negeri syarif hidayatullah Jakarta

Yani, D. I. 2009. Analisis peramalan penjualan Daihatsu PT Astra International Tbk – Daihatsu cabang Bogor dalam rangka perencanaan keuangan. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Adisaputro, G dan M. Asri. 2003. Anggaran Perusahaan. buku 1.

BPFE- Yogyakarta, Yogyakarta

Aldina, A. 2008. Analisis Peramalan 2007.