

**ANALISIS ESTIMASI PENJUALAN TRUCK NISSAN DIESEL  
PADA PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR DI SAMARINDA**



OLEH :

**FATHAMSYAH**  
**NPM. 2006.11.311.40110100468**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu  
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi*

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH  
SAMARINDA**

**2009**



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH S A M A R I N D A

**TERAKREDITASI BAN-PT DEPDIKNAS NOMOR : 030/BAN-PT/Ak-X/S1/XII/2007**  
 Kampus : Jl. Ir. H. Juanda No. 15 Telp. No : (0541) 7070289, 743459 - Fax No : (0541) 743459  
 Samarinda 75124 - Kalimantan Timur. E-mail [stie\\_muhammadiyah@yahoo.co.id](mailto:stie_muhammadiyah@yahoo.co.id)

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Tahun 2009 Sarjana Ekonomi Muhammadiyah Samarinda, setelah melaksanakan ujian pada hari *Sabtu* tanggal *Tujuh Belas* bulan *Oktober* tahun *Dua Ribu Sembilan* bertempat di kampus STIE Muhammadiyah Samarinda :

- Dengan Mengingat :
1. Surat Keputusan Dirjen Dikti No.02/Dikti/Kep/1991 tanggal 29 Januari 1991 ;
  4. Surat Keputusan Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda Nomor : 134/II.3.AU/KEP/VII/2009;
  5. Buku Pedoman Pendidikan STIE Muhammadiyah Samarinda tahun 1991 ;

### MEMPERHATIKAN

3. Jawaban dan Sanggahan yang diberikan selama ujian berlangsung ;
4. Hasil Ujian yang dicapai dalam skripsi dengan Susunan Anggota Panitia Penguji ;

| NO | N A M A                          | TANDA TANGAN |
|----|----------------------------------|--------------|
| 1  | M. Kiswanto, SE, M.Si            | 1. ....      |
| 2  | Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si | 2. ....      |
| 3  | Suradiyanto, SH, SE, M. Hum      | 3. ....      |
| 4  | H. Fachruddin Adnani M, Lc. MM   | 4. ....      |

### MEMUTUSKAN :

**Menetapkan** :

N A M A : Fathamsyah  
 N I M : 2006.11.0029  
 N P M : 2006.11.311.401101.00468  
 JURUSAN/PS : MANAJEMEN  
 JUDUL SKRIPSI : Analisis Estimasi Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda

**DENGAN NILAI** : /

**DINYATAKAN** : LULUS / TIDAK LULUS

Samarinda, 17 Oktober 2009

### PANITIA UJIAN SKRIPSI

**K e t u a,**

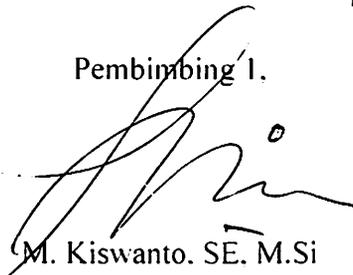
**Sekretaris,**

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL LAPORAN : ANALISIS ESTIMASI PENJUALAN TRUCK  
NISSAN DIESEL PADA PT. PERDANA KARYA  
INTIMOTOR DI SAMARINDA.  
NAMA : FATHAMSYAH  
NIM : 2006110029  
NPM : 2006.11.311.40110100468  
JURUSAN : MANAJEMEN

Mengetahui.

Pembimbing 1.



M. Kiswanto. SE. M.Si

Pembimbing 2.



Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si

Menyetujui.

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda.

Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si

## **RIWAYAT HIDUP**

Fathamsyah, alamat Jl. RE. Martadinata Gg. Sewarga Rt. 11 No. 36 Samarinda, Lahir di Samarinda pada tanggal 27 April 1982, anak dari pasangan Bapak H. Bahrinsyah dan Ibu Hj. Rabiatul, S.Pd. Pada tahun 1988 masuk pendidikan SD Muhammadiyah I Samarinda lulus tahun 1994, melanjutkan sekolah pada Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri Samarinda lulus tahun 1997, Melanjutkan ke Madrasah Aliyah (MA) Negeri 2 Samarinda lulus tahun 2000, kemudian melanjutkan ke Politeknik Negeri Samarinda Jurusan Administrasi Bisnis lulus Tahun 2003, dan pada tahun 2006 terdaftar sebagai mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda pada Jurusan Manajemen. Pada tahun 2005 diangkat Sebagai Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Departemen Pendidikan Nasional instansi Politeknik Negeri Samarinda hingga sekarang.

**Fathamsyah,**

## RINGKASAN

Fathamsyah, Analisis Estimasi Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, dengan dosen Pembimbing I, Bapak M. Kiswanto, SE, M.Si, dan Dosen Pembimbing II, Bapak Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Estimasi penjualan Truck Nissan Diesel setiap Bulan selama Tahun 2009 pada PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode empiris dengan mengadakan penelitian langsung ke lapangan, data diambil setelah diolah menjadi data valid dan data yang diperoleh sesungguhnya. Selanjutnya menggunakan alat analisis statistik dengan metode trend least Squaer dan standar kesalahan ramalan (Standar Error), maka akan diketahui Estimasi tahun 2009.

Dalam perhitungan yang dilakukan penulis didapat bahwa untuk Estimasi Tahun 2009 mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dipengaruhi banyak faktor yang dilakukan oleh perusahaan diantaranya ; Strategi pemasaran yang baik dalam membaca pangsa pasar dan promosi yang dilakukan cukup baik. Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan oleh penulis dapat diterima.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Taufik dan karunia-Nya. Shalawat dan salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammmad SAW, maka skripsi dengan judul “ Analisis Estimasi Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor Di Samarinda, dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Salah satu tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata satu pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda Jurusan Manajemen.

Skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
2. Bapak M. Senopati, SE, selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda;
3. Bapak M. Kiswanto, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I , yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;

4. Pimpinan dan Staf PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, yang membantu penulis dalam memberikan data – data untuk penyelesaian skripsi ini .
5. Penguji seminar skripsi : Bapak H. Sabri Nurdin, SE, MM ; Bapak Darminto, SE, M.Si ; dan Bapak Misransyah, SE yang telah memberikan masukan dan saran perbaikan yang sangat membantu demi kesempurnaan skripsi ini;
6. Ayah dan ibunda tercinta, serta seluruh keluarga terutama kepada istriku Widya Astuty yang telah memberikan do'a dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda;
8. Saudara-saudara dan teman-temanku yang tidak dapat dituliskan satu persatu, terima kasih atas persaudaraan dan persahabatan yang terjalin selama ini;

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan keterampilan yang penulis miliki.

Akhirnya penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini, agar lebih bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Samarinda, Oktober 2009

Fathamsyah

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                    | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....               | ii  |
| RIWAYAT HIDUP .....                    | iii |
| RINGKASAN .....                        | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                   | v   |
| DAFTAR ISI .....                       | vii |
| DAFTAR TABEL .....                     | ix  |
| DAFTAR GAMBAR.....                     | x   |
| <br>                                   |     |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>            |     |
| A. Latar Belakang .....                | 1   |
| B. Perumusan Masalah .....             | 4   |
| C. Batasan Masalah .....               | 5   |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 5   |
| E. Sistematika Penulisan .....         | 6   |
| <br>                                   |     |
| <b>BAB II    DASAR TEORI</b>           |     |
| A. Penelitian Terdahulu .....          | 8   |
| B. Tinjauan Teori .....                | 10  |
| C. Definisi Konseptual .....           | 26  |
| D. Hipotesis .....                     | 28  |

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| <b>BAB III</b> | <b>METODE PENELITIAN</b>                |    |
|                | A. Metode Penelitian .....              | 29 |
|                | B. Definisi Operasional Variabel .....  | 29 |
|                | C. Teknik Pengumpulan Data .....        | 30 |
|                | D. Metode Analisis .....                | 31 |
| <b>BAB IV</b>  | <b>GAMBARAN OBJEK PENELITIAN</b>        |    |
|                | A. Gambaran Umum Perusahaan .....       | 33 |
|                | B. Struktur Organisasi .....            | 34 |
|                | C. Bagan Organisasi .....               | 38 |
|                | D. Gambaran Objek Yang Diteliti .....   | 38 |
|                | E. Penyajian Data .....                 | 39 |
| <b>BAB V</b>   | <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>          |    |
|                | A. Analisis Data Hasil Penelitian ..... | 40 |
|                | B. Pembahasan .....                     | 57 |
| <b>BAB VI</b>  | <b>SIMPULAN DAN SARAN</b>               |    |
|                | A. Simpulan .....                       | 59 |
|                | B. Saran – Saran .....                  | 61 |

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Judul   | Hal |
|---------|---|-----|
| Tabel 1 | Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu        | 9   |
| Tabel 2 | Data Penjualan Tahun 2007 s.d. 2008             | 38  |
| Tabel 3 | Data Persiapan Perhitungan Tahun 2007 s.d. 2008 | 41  |
| Tabel 4 | Persiapan Estimasi Penjualan                    | 43  |
| Tabel 5 | Estimasi Penjualan Tahun 2009                   | 47  |
| Tabel 6 | Persiapan Menghitung Standar Error Estimasi     | 52  |
| Tabel 7 | Daftar Batas Atas dan Bawah                     | 55  |
| Tabel 8 | Perbandingan Penjualan Tahun 2007, 2008, 2009   | 56  |

## **DAFTAR GAMBAR**

| <b>Gambar</b> | <b>Judul</b>  | <b>Hal</b> |
|---------------|---|------------|
| Gambar 1      | Bagan Organisasi PT. Perdana Karya Intimotor                                  | 37         |
| Gambar 2      | Grafik Batas Atas dan Batas Bawah Penjualan<br>Truck Nissan Diesel Tahun 2009 | 55         |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Memasuki era globalisasi, dunia usaha menghadapi perubahan sebagai akibat adanya reformasi ekonomi yang ditunjang oleh kemajuan teknologi dengan inovasi-inovasi baru. Perubahan ini telah mengubah pola persaingan menjadi semakin kompetitif. Hal ini ditandai oleh banyaknya perusahaan dengan jenis usaha yang sama dan bersaing untuk tujuan yang sama.

Perubahan lingkungan senantiasa terjadi terus menerus sejalan dengan proses perkembangan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu Negara, yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tatanan ekonominya, cara-cara pemasaran dan perilaku masyarakat sebagai konsumen. Salah satu penyebab yang dinamis adalah pesatnya perkembangan IPTEK yang aplikasinya diterapkan disegala bidang kegiatan manusia. Hal tersebut akan berakibat adanya persaingan yang semakin kompetitif terhadap barang yang dihasilkan perusahaan, maka perbaikan dan inovasi produk harus selalu dilakukan.

Dewasa ini tujuan perusahaan tidak hanya untuk memperoleh laba, tapi juga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat terus meningkatkan keuntungan dari penjualan produk dan tidak mengalami kerugian.

Keberhasilan suatu perusahaan dicerminkan oleh kemampuan manajemen untuk memanfaatkan peluang secara optimal sehingga dapat menghasilkan penjualan dan laba (Profit) sesuai diharapkan. Oleh karena itu tugas penting manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaan agar semua kemungkinan dan peluang yang di prediksi dapat direalisasikan.

Problem sentral yang dihadapi bisnis dewasa ini bukanlah kurangnya barang-barang tetapi kurangnya konsumen, kebanyakan industri di dunia ini dapat memproduksi barang-barang yang jumlahnya jauh lebih banyak dari jumlah yang dapat dibeli oleh konsumen di seluruh dunia. Peranan pemasaran semakin besar pengaruhnya dalam mengelola sebuah bisnis, sehingga memerlukan strategi pemasaran yang agresif dan penuh inovatif untuk memberikan dorongan yang kuat bagi pembeli.

Kesalahan mendasar yang sering terjadi dan membuat semua rencana penjualan sulit direalisasikan adalah kesalahan dalam membuat taksiran penjualan atau estimasi penjualan yang tepat. Apabila taksiran penjualan terlalu besar, maka biaya produksi akan membengkak dan seluruh investasi yang ditanamkan menjadi kurang efisien. Begitu juga sebaliknya, seandainya taksiran atau estimasi penjualan terlalu kecil, perusahaan akan menghadapi kehabisan persediaan, sehingga pelanggan terpaksa menunggu terlalu lama untuk produk atau jasa yang diinginkan. Ketidaktepatan dalam membuat taksiran penjualan akan mengakibatkan pemborosan sehingga akan menimbulkan kerugian.

Seperti kita ketahui bahwa kegunaan budget yang pokok adalah sebagai perencanaan, koordinasi dan pengawasan, bila dikaitkan dengan fungsi manajemen nampaklah bahwa budget mempunyai hubungan dengan manajemen. Untuk menyusun budget penjualan diperlukan penaksiran atau estimasi.

Peluang bisnis pemasaran Kendaraan bermotor di Kalimantan Timur pada umumnya cukup menguntungkan dan mempunyai prospek yang baik. PT. Perdana Karya Intimotor adalah salah satu perusahaan yang membuka dealer kendaraan bermotor merk Nissan Diesel yang bergerak dibidang pemasaran kendaraan truck dan bus, dan diharapkan mampu memberi suplai akan kebutuhan konsumen. Peranan distribusi merupakan bagian dari Marketing Mix yang ikut menentukan dalam keberhasilan pemasaran. Saluran pemasaran juga merupakan media informasi dan komunikasi bagi perusahaan untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal dan diminati masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan kemampuan daya saing yang tinggi dalam membuat pangsa pasar yang sudah dikuasai oleh para pesaing dalam rangka usaha untuk meningkatkan penjualan , sehingga kelangsungan hidup perusahaan berlangsung cukup lama. Penjualan yang terjadi pada PT. Perdana Karya Intimotor selama tahun 2007 adalah sebesar Rp 35.739.250.000,00 dan penjualan selama tahun 2008 sebesar Rp 38.634.750.000,00. (sumber data : PT. Perdana Karya Intimotor Tahun 2008)

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dalam menyusun skripsi ini mencoba meneliti sejauh mana tingkat estimasi penjualan truck Nissan Diesel pada PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda dengan Judul “ Analisis Estimasi Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda”.

Alasan penulis mengambil judul ini adalah karena penulis ingin mengetahui seberapa besar penjualan truck merk Nissan Diesel dengan perhitungan Metode Trend Least Square, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar bagi Manajemen dalam mengestimasi penjualan 12 bulan akan datang untuk bahan pertimbangan pengambilan keputusan dan kebijakan yang mengarah kepada perbaikan atau kemajuan dalam kaitannya dengan penjualan .

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut : “ **Berapakah Estimasi Tingkat Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor Di Samarinda Setiap Bulan Selama Tahun 2009 “ ?**

### **C. Batasan Masalah**

Dari perumusan masalah, maka penulis membatasi masalah yang diteliti hanya ingin mengetahui besarnya tingkat estimasi penjualan truck merk Nissan Diesel pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda tiap bulannya yakni Bulan Januari s.d. Desember 2009.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk Mengetahui seberapa besar estimasi penjualan truck merk Nissan Diesel tiap bulannya selama tahun 2009.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan penjualan truck merk Nissan Diesel.
- c. Sebagai sarana penulis untuk menganalisis permasalahan yang dominan didalam suatu perusahaan dengan metode pendekatan baik secara teoritis maupun analisis yang sudah dipelajari selama kuliah

#### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Untuk melatih diri berpikir ilmiah
- b. Untuk mengevaluasi kegiatan yang dilakukan penulis selama melakukan penelitian.
- c. Untuk menambah pengetahuan penulis dan pembaca tentang estimasi penjualan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan para pembaca laporan ini maka penulis akan memberikan gambaran mengenai sistematika dalam penulisan skripsi sebagai berikut :

### **Bab I Pendahuluan**

Dalam Bab pendahuluan ini penulis mengemukakan tentang latar belakang penulis, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan yang hendak dicapai, serta sistematika penulisan laporan yang telah menjadi pedoman penyusunan laporan bagi program Strata Satu (SI).

### **Bab II Dasar Teori**

Merupakan Bab yang menguraikan beberapa konsep teoritis yang didalamnya memuat pendapat para ahli, Penelitian terdahulu, Model Konseptual, Hipotesis dan atau pertanyaan penelitian.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang Metode penelitian, definisi operasional variabel, Sumber Data Penjualan, Teknik Pengumpulan Data, Metode Analisis.

### **Bab IV Gambaran Objek Penelitian**

Bab ini berisikan Gambaran umum Perusahaan, Struktur Organisasi, Bagan Organisasi, Gambaran Objek Yang Diteliti dan Penyajian Data hasil penelitian.

## **Bab V Analisis dan Pembahasan**

Pada bab ini terdiri dari Analisis data hasil penelitian, Pembahasan Hasil penelitian.

## **Bab VI Simpulan Dan Saran**

Pada bab ini terdiri dari simpulan dan saran-saran dari penulis.

Daftar Pustaka

Lampiran – lampiran

## **BAB II**

### **DASAR TEORI**

Berkaitan dengan masalah yang diangkat penulis, maka dalam hal ini diberikan suatu landasan teori yang dipakai sebagai dasar penulisan. Dalam hal ini penulis mengungkapkan tentang dasar-dasar teori yang berhubungan dengan permasalahan yang berguna pula untuk memperkuat pada pembahasan selanjutnya.

#### **A. Penelitian Terdahulu**

1. Dari Analisis yang dilakukan oleh Eva Yunita dalam Judul Laporan "Estimasi Penjualan Tiket Kapal Laut Terhadap Total Penjualan Tiket Kapal Laut PELNI dengan metode Kontribusi pada CV Mulya Budi Balikpapan" (Eva Yunita, 2005:41)

- a. Bahwa perusahaan perlu mengoptimalkan penjualan dengan mengambil kebijakan atau strategi pemasaran dengan memanfaatkan secara optimal cabang-cabang pemasaran yang ada dan menambah atau memperluas wilayah pemasaran, dalam usaha mempromosikan produk unggulannya agar dapat bersaing dengan produk sejenis dalam pasar yang semakin kompetitif.
- b. Agar penjualan mengalami peningkatan sesuai dengan target yang diharapkan perusahaan perlu merencanakan penjualan kedepan, misalnya dengan mengadakan promosi dan memberikan informasi mengenai tiket

kapal laut yang dijual sehingga jenis tiket kapal laut selain KM Kerinci juga mengalami peningkatan.

c. Hendaknya CV Mulya Budi mengoptimalkan mutu pelayanan dengan melakukan peningkatan pelayanan service para penumpang.

2. Dari Analisis Penelitian yang dilakukan oleh Ivan Irianto dalam Judul “ Penentuan Estimasi Penjualan Paracetamol Sirup Menggunakan Metode Market Share pada PT. Kimia Farma Samarinda. “ (Ivan Irianto, 2005:38)

a. Lebih giat lagi dalam mempromosikan produk paracetamol sirup yang ada di PT. Kimia Farma Samarinda.

b. Agar Konsumen lebih tertarik dalam membeli paracetamol sirup dapat dilakukan dengan sedikit merubah desain gambar dan bentuk botol pada paracetamol tersebut dengan yang lebih menarik.

c. Hendaknya perusahaan selalu menciptakan rasa kebersamaan dalam hal ini kerja sama yang baik agar tujuan yang diinginkan akan tercapai.

d. Peramalan merupakan suatu evaluasi yang harus senantiasa dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan target atau sasaran yang akan dicapai oleh perusahaan dimasa yang akan datang.

### 3. Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Tabel 1 : Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Persamaan                                  | Perbedaan  |
|----|---------------|--|--|
| 01 | Eva Yunita    | ➤ Sama-sama menghitung estimasi penjualan. | ➤ Metode kontribusi.<br>➤ Mengetahui posisi penjualan thd total penjualan    |
| 02 | Ivan Irianto  | ➤ Sama-sama menghitung estimasi penjualan. | ➤ Metode Market Share<br>➤ Mengetahui besar penjualan thd penjualan industri |
| 03 | Fathamsyah    | ➤ Sama-sama menghitung estimasi penjualan  | ➤ Metode Trend Least Square.<br>➤ Mengetahui turun atau naik penjualan       |

## B. Tinjauan Teori

### 1. Pengertian Pemasaran (Marketing)

Pemasaran adalah merupakan salah satu kegiatan utama dalam bidang perekonomian, disamping kegiatan produksi dan konsumsi. konsumsi baru bisa terlaksana setelah adanya kegiatan produksi dan pemasaran, dengan kata lain, produksi dan pemasaran dapat membantu terlaksananya tujuan konsumsi. Pemasaran jika kita lihat diantara produksi dan konsumsi, yang berarti bahwa pemasaran menjadi penghalang antara dua faktor tersebut . Dalam kondisi perekonomian sekarang ini, tanpa adanya pemasaran orang sulit mencapai tujuan konsumsi yang memuaskan. Betapapun baiknya produk yang

dihasilkan, jika orang tidak mengetahuinya, maka produk tersebut sulit akan laku.

Menurut Philip Kotler, pengertian Pemasaran adalah sebagai berikut :

Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertaruhkan produk yang bernilai dengan pihak lain ”. (Philip Kotler, 1997:8)

Definisi lain tentang pemasaran menurut Murti Sumammi dan Johan

Soeprihanto dalam bukunya memberikan pengertian sebagai berikut :

Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Murti Sumammi dan Johan Soeprihanto, 1998:261)

Menurut Alex .S. Nitisemito dalam bukunya modul manajemen pemasaran, menguraikan tentang definisi pemasaran adalah “ Sebagai kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efektif dengan maksud menciptakan permintaan efektif ”. (Bambang T. Cahyono, 1996:10)

Menurut Institute of Marketing dalam buku kamus manajemen menjelaskan bahwa Pemasaran adalah “ Proses manajemen dengan mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan permintaan-permintaan pelanggan secara menguntungkan ”. (Marbun B.N, 2003:215)

Dari berbagai definisi yang diuraikan diatas, pada umumnya bermaksud bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Dari uraian tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

- a. Adanya individu atau kelompok manusia yang mempunyai perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan manusia.
- b. Terhadap suatu barang atau jasa yang bernilai bagi manusia sebagai objek dari pemasaran.
- c. Adanya kegiatan pertukaran yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang dilakukan dengan sadar.
- d. Adanya perpindahan hak milik atas barang dan jasa sebagai akibat kegiatan pemasaran.
- e. Terdapatnya perencanaan produk atas barang-barang atau jasa yang akan dikomunikasikan untuk merangsang dan menciptakan pembelian potensial.

## **2. Fungsi Pemasaran**

Fungsi pemasaran merupakan suatu aktifitas penting yang direalisasikan dan dilaksanakan dalam bidang pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran tersebut dapat di golongan sebagai berikut :

### **a. Fungsi pertukaran**

Dalam fungsi ini tercakup kegiatan yang menyebabkan berpindahnya hak dan kepemilikan atas sesuatu barang yang meliputi :

- 1) Selling ; fungsi ini sifatnya dinamis karena harus meyakinkan orang untuk membeli sesuatu barang atau jasa yang mempunyai arti komersil baginya.
- 2) Buying ; fungsi ini dimaksudkan membeli dalam arti yang aktif, bahwa si pembeli tidak menunggu sampai barang disodorkan dan ditawarkan padanya.

**b. Fungsi pengadaan secara fisik**

Fungsi ini mencakup kegiatan yang menyebabkan perpindahan fisik barang dan meliputi :

- 1) Transportasi ; fungsi ini menyangkut perencanaan seksi dan pengerahan semua alat pengangkutan yang digunakan untuk memindahkan barang dalam proses.
- 2) Penyimpanan/stroge ; fungsi ini menyimpan barang-barang selama waktu antara dihasilkan dan waktu di jual. Kadang-kadang selama ada dalam fase penyimpanan ini perlu juga diadakan suatu pengelolaan lebih lanjut.

**c. Fungsi pemberian jasa**

Dalam fungsi ini tercakup kegiatan memperlancar fungsi-fungsi pertukaran dan pengeluaran fisik barang yang meliputi :

- 1) Financing ; fungsi dimaksudkan mencari dan mengurus modal uang dan kredit yang langsung bersangkutan dengan transaksi-transaksi dalam mengalirkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

- 2) Risk Taking ; fungsi ini menanggung resiko adalah fungsi bagaimana mengurangi atau mengelakkan kerugian karena rusaknya barang, hilangnya barang, atau turunnya harga dan sebagainya.
- 3) Market information ; dalam fungsi ini dapat dimaksudkan segala yang dapat memperlancar hubungan di dalam organisasi dan hubungan keluar seperti informasi dan research, advertising dan publicity.
- 4) Standardization ; fungsi standardization dan grading yaitu penetapan batas elemen berupa perincian-perincian yang harus di penuhi oleh barang-barang pabrik, atau kelas-kelas ,barang-barang pertanian harus digolongkan berupa memilih ketentuan-ketentuan dari suatu produk yang dimasukan kedalam kelas-kelas dari derajat yang sudah ditetapkan dengan standarisasinya.

### **3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)**

Bauran Pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

#### **a. Produk**

Dalam pengelolaan produk termasuk pula perencanaan dan pengembangan produk dan/ atau jasa yang baik untuk dipasarkan oleh perusahaan. Perlu adanya suatu pedoman untuk mengubah produk yang ada, menambah produk baru, atau mengambil tindakan lain yang dapat mempengaruhi

kebijaksanaan dalam penentuan produk. Selain itu, keputusan-keputusan juga perlu diambil menyangkut masalah pemberian merk, pembungkusan, warna, dan bentuk produk lainnya.

b. Harga

Dalam kebijaksanaan harga, manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijaksanaan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim dan hal-hal lain yang berhubungan dengan harga.

c. Promosi

Promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahu dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah : periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat.

d. Distribusi

Sebagian dari tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi, serta mengembangkan sistem distribusi yang secara fisik menangani dan mengangkut produk melalui saluran tersebut. Hal ini dimaksudkan agar produknya dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya.

#### 4. Pengertian Penjualan.

Penjualan adalah suatu kegiatan saja didalam pemasaran, definisi penjualan cukup luas. Beberapa ahli menyebutkan sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebutkan seni .

Menurut Atep Adya Barata dan Dedi Sudirman dalam bukunya Manajemen Pemasaran, penjualan adalah “ Ilmu dan Seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan.” (Atep Adya Barata dan Sudirman Dedi, 1998:8)

Menurut Ferdinand F. Mauser, dikutip oleh Ahmad Jaini dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip penjualan menjelaskan “ Penjualan adalah proses membujuk dan membantu konsumen potensial untuk membeli barang dan jasa atau tindakan sesuai dengan gagasan yang mempunyai arti komersial bagi penjual.” (Ahmad Jaini, 1992:2)

Sedangkan Menurut Winardi, dalam bukunya Pengantar Manajemen :

Penjualan (Selling) adalah proses sang penjual memastikan, mengaktivasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat, baik bagi sang penjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. (Winardi, 1999:221)

Jadi adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa penjual dan pembeli. Didalam perekonomian kita (ekonomi uang),

seseorang yang menjual sesuatu akan mendapat imbalan berupa uang. Dengan alat tukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan akan menjadi lebih mudah dilakukan.

Menurut Surya Arifin dalam bukunya yang berjudul Manajemen menjelaskan tugas-tugas bagian penjualan adalah sebagai berikut :

- a. Mencari pelanggan baru atau pasar yang baru
- b. Mengawasi atau mengendalikan pelanggan.
- c. Mengawasi persaingan atau pengusaha lain
- d. Melakukan riset pasar
- e. Membantu pelaksanaan promosi penjualan
- f. Menilai bonafiditas pelanggan atau pemberian kredit.
- g. Membantu menyelesaikan masalah penagihan. (Surya Arifin, 2005:5)

## **5. Ramalan Penjualan.**

Menurut Basu Swastha. dalam bukunya Manajemen Penjualan menyebutkan bahwa:

Ramalan Penjualan perusahaan adalah Estimasi realistis tentang penjualan actual dalam rupiah atau unit yang diharapkan akan tercapai perusahaan dalam periode mendatang menurut rencana pemasaran serta kondisi lingkungan exstern yang terantisipasi. (Basu Swastha, 1999:8)

Menurut A Supriyanto, dalam bukunya Akuntansi Manajemen Tiga “Ramalan merupakan prediksi mengenai apa yang akan terjadi, tanpa membawa implikasi pada peramal bahwa dia akan berusaha untuk mempengaruhi realisasi.” (A. Supriyanto, 2001:82)

Menurut Lalu Sumayang dalam bukunya Dasar-dasar Manajemen, “ Ramalan adalah perhitungan yang objektif dan dengan menggunakan data-data masa lalu, untuk menentukan sesuatu dimasa yang akan datang.” (Lalu Sumayang, 2003:24)

Menurut George R. Terry dalam bukunya Prinsip-prinsip penjualan, “Ramalan (Forecasting) merupakan suatu usaha untuk meramal melalui studi analisa terhadap data-data yang tersedia, potensi operasional dan kondisi-kondisi dimasa yang akan datang.” (George R. Terry, 2003:52)

Dari berbagai pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Peramalan adalah suatu usaha untuk memprediksikan atau memproyeksikan yang akan terjadi di masa akan datang dengan menggunakan data-data masa lalu.

Peramalan penjualan adalah suatu proyeksi atau gambaran bagi pihak manajemen mengenai penjualan produknya pada masa yang akan datang berdasarkan daerah penjualan dalam periode tertentu.

Manajemen perlu melakukan peramalan terutama mengenai penjualan. Peramalan penjualan tersebut akan menjadi dasar untuk menentukan rencana penjualan. Rencana penjualan akan ditentukan dengan memperhatikan peramalan penjualan dan memperhatikan sumber daya yang dimiliki, dari sinilah rencana yang lebih operasional akan ditentukan kemudian.

## **6. Teknik Ramalan Penjualan**

Setelah kita mengetahui pengertian ramalan dari beberapa teori yang telah dikemukakan, maka kita harus mengetahui cara atau teknik untuk membuat suatu ramalan.

- a. Meramalkan penjualan berdasarkan pendapat para Eksekutif (executive opinion)

Dengan cara ini masing-masing anggota eksekutif membuat ramalan penjualan secara independen yaitu bebas satu sama lain untuk suatu periode yang akan datang, Ramalan yang dibuat bukan saja berdasarkan pendapat atau opini akan tetapi mungkin berdasarkan data yang ada atau dengan menggunakan suatu 'Judgement' yang sudah dipertimbangkan dengan masak-masak.

- b. Metode Meramal dengan menggunakan beberapa tenaga penjual (Sales Force Composite Methode)

Cara yang kedua ini terdiri dari orang-orang yang langsung melakukan penjualan yang harus membuat ramalan. Mungkin terdiri dari beberapa

agen dan salesmen , mereka masing-masing diharuskan membuat ramalan tentang hasil penjualan untuk yang akan datang dengan menurut jenis barang, menurut daerah geografisnya dan kalau mungkin menurut besar kecilnya pendapatan para pembelinya. Nilai Ramalan dari mereka kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan ramalan penjualan keseluruhan.

c. Meramalkan dengan metode statistik

Ilmu statistik memberikan beberapa metode analisis yang memungkinkan untuk pembuatan ramalan-ramalan khususnya analisis korelasi dan regresi.

## **7. Pendekatan Peramalan**

Tujuan peramalan penjualan adalah memungkinkan seorang pimpinan dalam membuat perencanaan kedepan dan berusaha mencapai penjualan yang diramalkan secara efektif. Menurut sifatnya digunakan dua pendekatan untuk melakukan ramalan penjualan yaitu :

a. Pendekatan Kualitatif

Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan yang menitikberatkan pada pendapat seseorang. Cara penafsiran semacam ini mempunyai suatu kelemahan yang cukup menonjol, pendapat seseorang sering kali bersifat subjektif dari pada yang bersifat objektif. Adapun beberapa cara penafsiran yang bersifat kualitatif ini antara lain :

- 1) Pendapat pimpinan bagian pemasaran
- 2) Pendapat para petugas penjualan

- 3) Pendapat lembaga-lembaga peneliti
- 4) Pendapat Konsumen
- 5) Pendapat para ahli yang dipandang memahami (konsultan)

b. Pendekatan Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif merupakan suatu cara penafsiran atau pendekatan yang menitikberatkan pada perhitungan-perhitungan angka dengan menggunakan cara penafsiran kuantitatif, hal ini diharapkan dapat sejauh mungkin menghilangkan unsur-unsur subjektif seseorang sehingga hasil taksiran lebih dapat dipertanggungjawabkan. Adapun beberapa cara penafsiran yang bersifat kuantitatif ini antara lain :

- 1) Cara yang berdasarkan pada data historis dan satu variabel saja, yaitu variabel yang akan ditaksirkan itu sendiri misalnya :
  - a) Metode trend bebas (free hand methode)
  - b) Metode trend setengah rata-rata
  - c) Metode trend least square
  - d) Metode kuadratik
- 2) Cara yang mendasarkan pada historis dari variabel yang akan ditaksir serta hubungannya dengan data historis dari variabel yang dianggap mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap perkembangan variabel yang ditaksir tersebut. Variabel yang ditaksir sering pula disebut sebagai variabel yang dipengaruhi (dependent variable), sedangkan variabel

lain sering disebut sebagai variabel bebas (independent variable). Cara penafsiran semacam ini misalnya :

a) Metode regresi tunggal, adalah penafsiran hanya menggunakan satu variabel yang mempengaruhi dan satu variabel bebas.

b) Metode regresi berganda (multiple regrestions) adalah penafsiran menggunakan satu variabel yang mempengaruhi satu atau lebih variabel bebas.

3) Cara penafsiran yang menggunakan metode-metode statistika (trend atau regresi) yang diterapkan pada berbagai analisa khusus, seperti :

a) Analisa industri jenis-jenis produk dihasilkan perusahaan .

b) Analisa pemakaian akhir produk .

## **8. Pengertian Anggaran**

Secara sederhana anggaran atau budget adalah perencanaan keuangan bagi seorang pimpinan atau manager keuangan karena anggaran tersebut merupakan sarana baginya untk memonitor atau mengawasi arus uang masuk dan keluar. Agar lebih jelas akan dikemukakan pendapat mengenai pengertian anggaran menurut M. Munandar dalam bukunya Budgeting mengutip bahwa :

Business Budget atau Budget (Anggaran) adalah suatu perencanaan yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang . (M. Munandar, 1998:1)

Adapun menurut Amin Widjaya Tunggal dalam bukunya Dasar-dasar Budgeting, "Budget adalah ungkapan keuangan dari program kerja untuk mencapai sasaran dalam jangka waktu yang telah ditentukan." (Amin Widjaya, 1995:16)

Definisi lain Menurut Harahap dalam bukunya Budgeting (Penganggaran Perencanaan Lengkap) untuk membantu manajemen menjelaskan definisi budget sebagai berikut :

Sebagai suatu konsep yang membantu manajemen dalam mencapai tujuannya melalui upaya menuangkan secara tertulis sasaran yang akan dicapai perusahaan mulai dari sasaran utama, sasaran khusus sampai rincian penyebabnya. Rencana ini dituangkan pada jangka pendek tahunan bahkan dirinci dalam periode yang lebih singkat. Budget inilah yang menjadi kerangka tujuan yang akan dicapai untuk mencapai tujuan organisasi. (S.S. Harahap, 1996:10)

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan budget adalah konsep yang membantu manajemen, ia larut dalam fungsi manajemen, membantu dan mempermudah manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan. Ia memiliki sifat-sifat dan persyaratan yang harus dimiliki agar konsep ini dapat berfungsi sebagai Tool of Management yang mempermudah manajemen dalam mencapai tujuannya. Sedangkan Anggaran penjualan sangat penting untuk kegiatan-kegiatan perencanaan penjualan. Manajer berharap dapat mencapai tujuan penjualan tertentu dan anggaran digunakan untuk mengarahkan uang dalam mencapai tujuan tersebut.

Menurut Basu Swasta dalam bukunya Manajemen Penjualan mendefinisikan “ Anggaran Penjualan merupakan suatu catatan tentang pengeluaran-pengeluaran terencana yang disusun menurut basis tahunan, biasanya pengeluaran-pengeluaran itu pecah lagi secara kuartalan dan tengah tahunan.” (Basu Swastha, D.H., 1998:191)

Menurut Abas Kartedinata menguraikan tentang definisi Budget Penjualan (sales budget) adalah “ Penjualan yang memperlihatkan jumlah satuan-satuan produk yang diperkirakan akan dijual, harga jual persatuan dan jumlah-jumlah uang yang akan diterima sebagai hasil penjualan produk-produk tertentu.” (Abas Kartedinata, 2000:175)

#### a. Kegunaan Budget Penjualan

Secara umum, budget termasuk penjualan mempunyai tiga kegunaan pokok yaitu sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja dan sebagai pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam memimpin jalannya perusahaan.

Sedangkan secara khusus budget penjualan berguna untuk dasar penyusunan semua budget dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar yang bersaing, budget penjualan yang harus disusun paling awal dari pada semua budget lain yang ada dalam perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan budget.

Penjualan untuk bisa melakukan penafsiran secara lebih akurat diperlukan berbagai data, informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun suatu budget. Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan didalam penyusunan suatu budget penjualan secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua kelompok ialah :

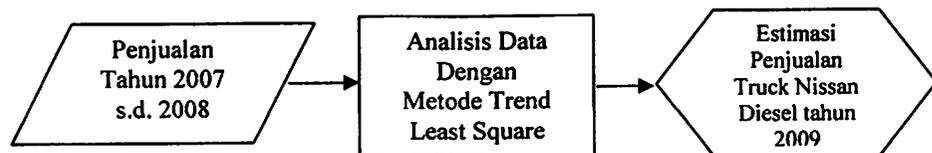
- 1) Faktor-faktor intern yaitu : data, informasi dan pengalaman yang terdapat di dalam perusahaan sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa :
  - a) Penjualan tahun-tahun yang lalu meliputi; kualitas, kuantitas, harga , waktu maupun tempat (daerah) penjualannya.
  - b) Kebijaksanaan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan, seperti mislanya tentang pemilihan saluran distribusi, pemilihan media promosi ,cara (metode) pentapan harga jual dan sebagainya.
  - c) Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang
  - d) Tenaga kerja yang dimiliki, baik jumlahnya (kuantitas) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitas), serta kemungkinan pengembangan di waktu yang akan datang.

- e) Modal kerja yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan perluasan di waktu yang akan datang.
- 2) Faktor faktor ekstern, yaitu data informasi dan pengalaman yang terdapat di luar perusahaan, tetapi disana mempunyai pengaruh terhadap budget penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain berupa :
- a) Keadaan persaingan di pasar
  - b) Posisi perusahaan dalam persaingan
  - c) Tingkat pertumbuhan penduduk
  - d) Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan perusahaan , yang terutama akan mempengaruhi dalam merencanakan harga jual dalam penjualan yang akan disusun.
  - e) Agama, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat.
  - f) Berbagai kebijaksanaan pemerintah, baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan.

### **C. Definisi Konseptual**

Sesuai dengan judul yang penulis kemukakan yaitu Analisis Estimasi Penjualan Truck Nissan Diesel Pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, maka metode konseptual adalah :

## 1. Kerangka Pikir



Dari kerangka pikir yang diajukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa dari data penjualan 2007 s.d. 2008 , dihitung atau diestimasi selanjutnya di analisis data dengan menggunakan alat analisis metode Trend least square sehingga di dapat estimasi tahun 2009, dari perhitungan tersebut apakah naik atau turun penjualan tahun 2009.

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara tentang adanya hubungan antara satu variabel atau lebih, berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan serta dasar teori sebagai pendukung penganalisaan selanjutnya, maka penulis mengambil kesimpulan sementara sebagai berikut :

**“Tingkat estimasi penjualan Truck Nissan Diesel pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda setiap bulan selama tahun 2009 mengalami peningkatan yang signifikan ”.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuannya, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode empiris dengan mengadakan penelitian langsung ke lapangan ,data diambil setelah diolah menjadi data valid dan data yang diperoleh data sesungguhnya.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini penulis akan mengemukakan operasional variabel yang digunakan sebagai berikut :

1. Analisis adalah “ Penelitian sesuatu masalah, karangan untuk mengetahui latar belakang dan duduk persoalannya.” (Syahrul Ramadhan, 2001:35)
2. Penjualan adalah “ Ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya “

3. Estimasi adalah Perkiraan, penilaian, peramalan yang hasilnya berupa rupiah yang diperkirakan akan dicapai dengan melihat penjualan tahun sebelumnya sebagai dasar perhitungannya. (Winardi, 1995:5)

Variabel Y adalah Data, data penjualan selama 24 bulan dari tahun 2007 s.d. 2008. Data tersebut data yang diperoleh dari pihak PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, dalam hal ini data penjualan setiap bulannya.

Variabel X adalah waktu, atau periode yakni 24 bulan dari bulan Januari 2007 sampai dengan Desember 2008.

Standar Error adalah suatu formula perhitungan untuk mempermudah atau menolong pengguna rumus diatas. Variabel – variabel Y adalah penjualan nyata yang dilakukan oleh pihak PT. Perdana Karya Inti Motor di Samarinda sedangkan Variabel  $\hat{Y}$  adalah estimasi yang dilakukan oleh penulis.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun pengumpulan data yang penulis lakukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penulisan laporan ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dimaksud antara lain sebagai berikut :

#### **1. Observasi**

Penulis mengamati objek penelitian sehingga data relative objektif dari pengamatan penjualan.

## 2. Interview

Penulis memperoleh data dengan cara mengadakan tanya jawab dengan pihak yang merupakan karyawan perusahaan yang berhubungan dengan judul skripsi .

## 3. Studi pustaka

Penulis menggunakan perpustakaan sebagai sumber data dengan mempelajari dan mencatat teori yang berhubungan dengan skripsi sebagai sumber pendukung.

### D. Metode Analisis

Dalam usaha memecahkan masalah yang disajikan dalam penulisan Skripsi ini , maka penulis menggunakan metode / alat analisis yaitu Metode Trend Least Square dan Standar Kesalahan Peramalan. (Indriyo Gitosudarmo (HONS) dan Najmuddin, 2001: 30-38) adalah :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Data penjualan (time series data)

$X$  = Periode Waktu (Hari, Minggu, Bulan, Tahun)

$a$  dan  $b$  = Bilangan Konstanta

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

Selain itu penulis juga mengambil perhitungan standar Error atau Standar deviasi sebagai alat analisis yang membantu mengetahui selisih kesalahan dalam mengestimasi penjualan.

$$SE = \sqrt{\frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{n-1}}$$

Keterangan :

SE= Standar Error

Y = Penjualan Nyata

$\hat{Y}$  = Estimasi Penjualan

n = Banyaknya data .

## **BAB IV**

### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

Dunia usaha di Indonesia saat ini dihadapkan kepada persaingan yang semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional dalam era globalisasi, dimana turut diwarnai pula dengan munculnya blok-blok ekonomi.

Mutu, bagaimanapun merupakan faktor penting di mata konsumen. Dengan menerapkan ISO 9001 (Quality Management system) , sebagai salah satu program peningkatan mutu yang telah di terima di dunia industri maupun jasa secara intrnational, Sejak 1987, para pelaku bisnis dapat menjadikannya sebagai landasan untuk selalu melakukan peningkatan mutu yang terus menerus, termasuk didalamnya tercapainya Q (quality of product and service), C (competitive cost), D (Delivery Time), S (Safety).

PT. Perdana Karya didirikan pada 7 Desember 1983 di Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Pada Awalnya, Perdana Karya memulai usahanya pada bidang penyewaan alat-alat berat. Seiring dengan perkembangannya, PT. Perdana Karya memperoleh sejumlah proyek dibidang industri migas, hingga beberapa tahun kemudian melakukan ekspansi di berbagai bidang usaha diantaranya konstruksi bangunan, penyewaan dan jasa-jasa umum lainnya. Pada Tahun 2000, PT. Perdana Karya membuka anak perusahaan yang bergerak sebagai Dealer kendaraan bermotor jenis Truck dan Bus merk Nissan Diesel,

yang bernama PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR dengan nomor Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No.170115001205 tertanggal 25 Mei 2000, dan Surat ijin usaha perdagangan (SIUP) No. 035/17-01/PM/V/2000 tertanggal 24 Mei 2000. Surat Pengesahan dari Kantor Kehakiman & HAM No. 436.HT.01.01.Th.2000, dengan nilai investasi Rp 250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah), selanjutnya bekerjasama dengan PT. ASTRA INTERNATIONAL , diangkat sebagai Dealer Kendaraan bermotor merk “NISSAN DIESEL “ Truck Katagori III dan V dan BUS No. 07/SP/AI-ND/XII/2005 tertanggal 5 Desember 2005 ,berkedudukan di Jalan Sentosa No. 01 , Telp, 771855, dengan struktur organisasi; Komisaris : Lie Hendry Widyanto, Direktur Utama: Ir. Soerjadi Sedarsono.

## **B. Struktur Organisasi**

Dalam menjalankan suatu unit usaha, diperlukan sekelompok orang yang terkoordinasi dalam sebuah tempat yang saling bekerjasama sehingga suatu kegiatan usaha dapat terlaksana dengan baik. Untuk melaksanakan semua kegiatan tersebut perlu adanya sarana manajemen yang tersusun rapi, yang tertuang dalam struktur organisasi.

Struktur organisasi berguna bagi tiap unit usaha dalam hal pembagian tugas dan tanggungjawab yang berbeda antara karyawan ataupun bagian yang satu dengan bagian yang lain. Sehingga dengan adanya struktur organisasi ini

tidak akan terjadi rangkap jabatan ataupun tugas yang hanya tertumpuk pada satu karyawan atau satu bagian saja.

Begitu pula PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda memiliki struktur organisasi yang tersusun rapi guna menunjang kelancaran kegiatan perusahaan. Dalam pelaksanaannya, tugas dan tanggung jawab seluruh Manager, Kepala Departemen, Kepala Seksi harus bekerja sama sesuai tugas, tanggung jawab dan wewenang berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan manajemen puncak, terkecuali Departemen Accounting & Finance.

Adapun tugas-tugas dan tanggung jawab setiap bagian adalah sebagai berikut :

1. Direktur berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada kantor pusat di Jakarta. Direktur mempunyai tugas :
  - a. Mengarahkan kegiatan kantor yang meliputi kegiatan administrasi dan pemasaran ;
  - b. Merencanakan seluruh kegiatan pemasaran;
  - c. Mengendalikan seluruh kegiatan kantor dan pemasaran;
  - d. Serta mengevaluasi seluruh kegiatan kantor dan pemasaran.
2. Administrasi Head mempunyai tugas :
  - a. Mengatur /mengorganisir kegiatan administrasi ;
  - b. Pengadaan dan pemeliharaan sarana serta prasarana operasional kantor;
  - c. Bertanggung jawab terhadap Manager di bawah .
  - d. Memberi laporan kepada Direktur

3. Sales Supervisor mempunyai tugas :
  - a. Mengorganisasi bawahannya (para salesmen);
  - b. Membuat perencanaan pemasaran guna mencapai target penjualan;
  - c. Menganalisa dan mengevaluasi kinerja bawahannya (para salesman);
  - d. Melaporkan perkembangan penjualan dan menganalisa pemasaran kepada direktur yang telah dicapai.
  
4. Kepala Bengkel mempunyai tugas :
  - a. Menangani / mengkoordinir semua perbaikan kendaraan customer ;
  - b. Melakukan pengecekan kendaraan yang akan di rawat ;
  - c. Menyediakan peralatan dan perlengkapan suku cadang asli
  - d. Melaporkan operasional bengkel kepada direktur;

Untuk menunjang kegiatan usahanya di bidang penjualan berbagai jenis kendaraan dan demi memberi kemudahan bagi konsumen perusahaan membagi kegiatan perusahaan dalam empat departemen sebagai berikut :

1) Departemen Accounting

Kegiatan utama bagian ini yaitu mencatat setiap arus kas yang terjadi agar setiap penghasilan dan pengeluaran terperinci dan tercatat secara sistematis, sehingga memudahkan dalam menganalisa pendapatan perusahaan;

## 2) Departemen Penjualan

Bagian ini bertugas untuk menawarkan dan menjual jenis Truck Nissan Diesel, dalam bagian ini sangat di perlukan orang yang mengerti teknik pemasaran sehingga bisa menaikkan kuantitas penjualan perusahaan;

## 3) Departemen Service

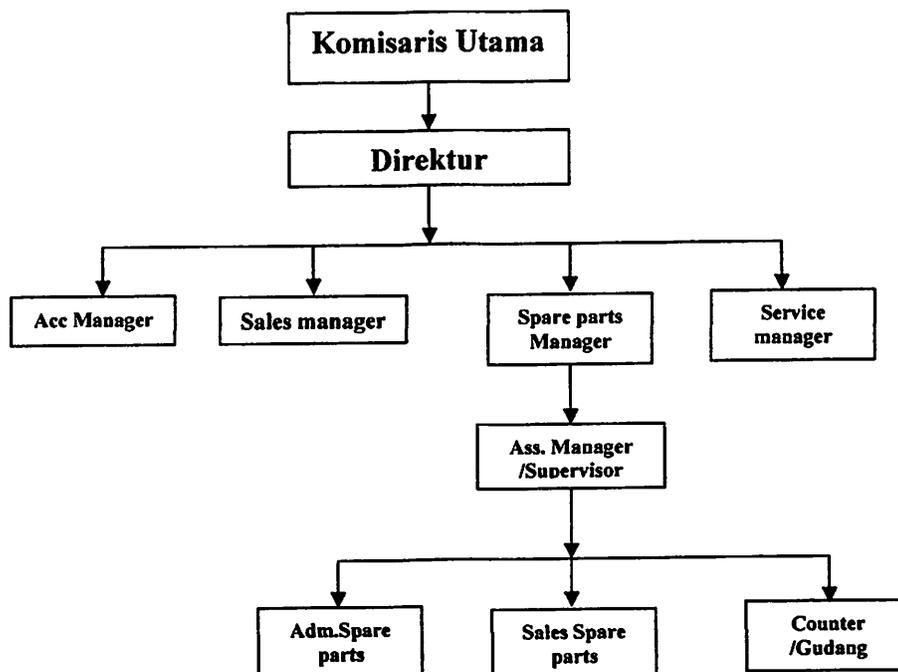
Bagian ini bertugas menyediakan jasa reparasi kendaraan, sehingga konsumen juga mendapatkan pelayanan yang memuaskan;

## 4) Departemen Spare Parts

Bagian ini bertugas untuk menyediakan peralatan dan perlengkapan serta suku cadang asli Nissan Diesel yang di perlukan oleh bagian service untuk perawatan dan pemeliharaan kendaraan. Selain itu bagian ini menjual suku cadang asli tersebut secara partai dan eceran kepada konsumen.

### C. Bagan Organisasi

Gambar 1 : Bagan Organisasi PT. Perdana Karya Intimotor



Sumber : PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda Tahun 2008

### D. Gambaran Objek yang diteliti

Dalam gambaran objek penelitian ini penulis hanya meneliti pada bagian Departemen penjualan atau yang berkaitan dengan judul yang penulis kemukakan, Serta data-data yang mempunyai relevansi terhadap proses penelitian. Dalam hal ini data – data penjualan riil perusahaan yakni PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, yang sudah diolah oleh pihak perusahaan dalam bentuk laporan tahunan penjualan.

### E. Penyajian Data

Tabel 2 :Data penjualan Tahun 2007 s.d. 2008

| No | BULAN          | TOTAL PENJUALAN             |
|----|----------------|-----------------------------|
| 1  | Januari 2007   | Rp 623.750.000,00           |
| 2  | Pebruari 2007  | Rp 987.250.000,00           |
| 3  | Maret 2007     | Rp 1.283.500.000,00         |
| 4  | April 2007     | Rp 2.689.750.000,00         |
| 5  | Mei 2007       | Rp 3.491.000.000,00         |
| 6  | Juni 2007      | Rp 4.075.400.000,00         |
| 7  | Juli 2007      | Rp 2.237.100.000,00         |
| 8  | Agustus 2007   | Rp 1.932.500.000,00         |
| 9  | September 2007 | Rp 5.806.000.000,00         |
| 10 | Oktober 2007   | Rp 4.715.000.000,00         |
| 11 | November 2007  | Rp 4.442.000.000,00         |
| 12 | Desember 2007  | Rp 3.456.000.000,00         |
| 13 | Januari 2008   | Rp 1.284.000.000,00         |
| 14 | Pebruari 2008  | Rp 4.899.300.000,00         |
| 15 | Maret 2008     | Rp 5.664.000.000,00         |
| 16 | April 2008     | Rp 1.570.000.000,00         |
| 17 | Mei 2008       | Rp 3.574.750.000,00         |
| 18 | Juni 2008      | Rp 2.993.000.000,00         |
| 19 | Juli 2008      | Rp 9.263.000.000,00         |
| 20 | Agustus 2008   | Rp 924.200.000,00           |
| 21 | September 2008 | Rp 1.498.000.000,00         |
| 22 | Oktober 2008   | Rp 2.133.000.000,00         |
| 23 | November 2008  | Rp 1.375.500.000,00         |
| 24 | Desember 2008  | Rp 3.456.000.000,00         |
|    | <b>TOTAL</b>   | <b>Rp 74.374.000.000,00</b> |

Sumber : PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda

## **BAB V**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis Data Hasil Penelitian**

Sesuai dengan data yang diperoleh oleh penulis pada PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda, yaitu penjualan tahun 2007 s.d. 2008 yang merupakan dasar untuk membuat perhitungan estimasi penjualan Truck Nissan Diesel. Telah dikemukakan pada bab terdahulu bahwa dalam melakukan estimasi yang akan dibahas dalam pembahasan skripsi ini adalah untuk estimasi penjualan tahun 2009, yaitu total penjualan tiap bulannya yaitu bulan Januari sampai dengan Desember 2009, maka sebelum melakukan estimasi penjualan tersebut harus mengetahui data-data penjualan Truck Nissan Diesel yang terjadi di tahun sebelumnya.

Dalam perhitungan estimasi tahun 2009, seperti yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya bahwa alat analisis yang penulis gunakan adalah Metode Trend Least Square dan untuk mengetahui kesalahan estimasi penulis menggunakan alat analisis Standar Error . Dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat diketahui adanya penurunan ataupun kenaikan penjualan Truck Nissan Diesel pada tahun 2009 dari Januari sampai dengan Desember .

Sehingga hasil estimasi penjualan ini nantinya dapat dijadikan sebagai suatu masukan untuk penyusunan rencana atau sebagai sumber untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang. Dalam melakukan perhitungan estimasi

dengan menggunakan Metode Trend Least Square, penulis menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Data penjualan (time series data)

X = Periode Waktu (Hari, Minggu, Bulan, Tahun)

a dan b = Bilangan Konstanta

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

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

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari pihak perusahaan seperti pada bab IV tepatnya pada penyajian data, sebelumnya penulis akan menghitung Estimasi penjualan tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 3 :Data penjualan Tahun 2007 s.d. 2008

| No | BULAN          | TOTAL PENJUALAN<br>(JUTAAN) |
|----|----------------|-----------------------------|
| 1  | Januari 2007   | 623,75                      |
| 2  | Pebruari 2007  | 987,25                      |
| 3  | Maret 2007     | 1.283,5                     |
| 4  | April 2007     | 2.689,75                    |
| 5  | Mei 2007       | 3.491                       |
| 6  | Juni 2007      | 4.075,4                     |
| 7  | Juli 2007      | 2.237,1                     |
| 8  | Agustus 2007   | 1.932,5                     |
| 9  | September 2007 | 5.806                       |
| 10 | Oktober 2007   | 4.715                       |
| 11 | November 2007  | 4.442                       |
| 12 | Desember 2007  | 3.456                       |
| 13 | Januari 2008   | 1.284                       |
| 14 | Pebruari 2008  | 4.899,3                     |
| 15 | Maret 2008     | 5.664                       |
| 16 | April 2008     | 1.570                       |
| 17 | Mei 2008       | 3.574,75                    |
| 18 | Juni 2008      | 2.993                       |
| 19 | Juli 2008      | 9.263                       |
| 20 | Agustus 2008   | 924,2                       |
| 21 | September 2008 | 1.498                       |
| 22 | Oktober 2008   | 2.133                       |
| 23 | November 2008  | 1.375,5                     |
| 24 | Desember 2008  | 3.456                       |
|    | <b>TOTAL</b>   | <b>74.374</b>               |

Sumber : PT. Perdana Karya Intimotor Samarinda

Untuk menghitung trend pemakaian dalam metode ini adalah dengan cara memasukan nilai X ke dalam persamaan  $\hat{Y} = a + bX$ , yang nilai X nya sudah di ketahui sebelumnya. Bulan trend dasarnya adalah Bulan Desember 2007 yaitu nilai X = -1 , untuk jumlah n ganjil nilai X nya adalah ....., -1, -2, -3, -4 ...dst -12, sedangkan untuk jumlah n genap nilai X adalah , 1, 2, 3, 4 ..dst 12., Jadi berdasarkan analisis data yang dilakukan, dapat diketahui tingkat estimasi penjualan untuk Januari s.d. Desember 2009.

Tabel 4 : Persiapan Estimasi penjualan Truck Nissan Diesel Tahun 2009

| No | BULAN          | (Y) (JUTAAN)  | X        | XY               | X <sup>2</sup> |
|----|----------------|---------------|----------|------------------|----------------|
| 1  | Januari 2007   | 623,75        | -12      | -7.485           | 144            |
| 2  | Pebruari 2007  | 987,25        | -11      | -10.859,75       | 121            |
| 3  | Maret 2007     | 1.283,5       | -10      | -12.835          | 100            |
| 4  | April 2007     | 2.689,75      | -9       | -24.207,75       | 81             |
| 5  | Mei 2007       | 3.491         | -8       | -27.928          | 64             |
| 6  | Juni 2007      | 4.075,4       | -7       | -28.527,8        | 49             |
| 7  | Juli 2007      | 2.237,1       | -6       | -13.442,6        | 36             |
| 8  | Agustus 2007   | 1.932,5       | -5       | -9.662,5         | 25             |
| 9  | September 2007 | 5.806         | -4       | -23.224          | 16             |
| 10 | Oktober 2007   | 4.715         | -3       | -14.145          | 9              |
| 11 | November 2007  | 4.442         | -2       | -8.884           | 4              |
| 12 | Desember 2007  | 3.456         | -1       | -3.456           | 1              |
| 13 | Januari 2008   | 1.284         | 1        | 1.284            | 1              |
| 14 | Pebruari 2008  | 4.899,3       | 2        | 9.798,6          | 4              |
| 15 | Maret 2008     | 5.664         | 3        | 16.992           | 9              |
| 16 | April 2008     | 1.570         | 4        | 6.280            | 16             |
| 17 | Mei 2008       | 3.574,75      | 5        | 17.873,75        | 26             |
| 18 | Juni 2008      | 2.993         | 6        | 17.958           | 36             |
| 19 | Juli 2008      | 9.263         | 7        | 64.841           | 49             |
| 20 | Agustus 2008   | 924,2         | 8        | 7.393,6          | 64             |
| 21 | September 2008 | 1.498         | 9        | 13.482           | 81             |
| 22 | Oktober 2008   | 2.133         | 10       | 21.330           | 100            |
| 23 | November 2008  | 1.375,5       | 11       | 15.130,5         | 121            |
| 24 | Desember 2008  | 3.456         | 12       | 41.472           | 144            |
|    | <b>Total</b>   | <b>74.374</b> | <b>0</b> | <b>49.198,05</b> | <b>1.300</b>   |

Sumber : Data yang diolah

Mencari Nilai a dan b sebagai berikut :

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

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

$$a = \frac{74.374}{24}$$

$$= 3.098,91$$

$$b = \frac{49.198,05}{1.300}$$

$$= 37,84$$

Setelah diketahui nilai a dan b, maka dapat diketahui persamaan garis trend yaitu

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 3.098,91 + 37,84 (X)$$

untuk 12 bulan kedepan maka nilai X genap yaitu 13, 14, 15, ..dst 24.

Selanjutnya penulis akan menghitung estimasi penjualan Tahun 2009 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \hat{Y} \text{ Januari 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (13) \\ &= 3.098,91 + 491,92 \\ &= 3.590,83 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Ÿ Pebruari 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (14) \\ &= 3.098,91 + 529,76 \\ &= 3.628,67 \\ \text{Ÿ Maret 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (15) \\ &= 3.098,91 + 567,6 \\ &= 3.666,51 \\ \text{Ÿ April 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (16) \\ &= 3.098,91 + 605,44 \\ &= 3.704,35 \\ \text{Ÿ Mei 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (17) \\ &= 3.098,91 + 643,28 \\ &= 3.742,19 \\ \text{Ÿ Juni 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (18) \\ &= 3.098,91 + 681,12 \\ &= 3.780,03 \\ \text{Ÿ Juli 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (19) \\ &= 3.098,91 + 718,96 \\ &= 3.817,87 \\ \text{Ÿ Agustus 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (20) \\ &= 3.098,91 + 756,8 \\ &= 3.855,71 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\ddot{Y} \text{ September 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (21) \\ &= 3.098,91 + 794,64 \\ &= 3.893,55\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\ddot{Y} \text{ Oktober 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (22) \\ &= 3.098,91 + 832,48 \\ &= 3.931,39\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\ddot{Y} \text{ November 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (23) \\ &= 3.098,91 + 870,32 \\ &= 3.969,23\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\ddot{Y} \text{ Desember 2009} &= 3.098,91 + 37,84 (24) \\ &= 3.098,91 + 908,16 \\ &= 4.007,07\end{aligned}$$

Tabel 5 : Estimasi Penjualan Tahun 2009

| No | BULAN        | Estimasi Penjualan |
|----|--------------|--------------------|
| 1  | Januari      | 3.590,83           |
| 2  | Februari     | 3.628,67           |
| 3  | Maret        | 3.666,51           |
| 4  | April        | 3.704,35           |
| 5  | Mei          | 3.742,19           |
| 6  | Juni         | 3.780,03           |
| 7  | Juli         | 3.817,87           |
| 8  | Agustus      | 3.855,71           |
| 9  | September    | 3.893,55           |
| 10 | Oktober      | 3.931,39           |
| 11 | Nopember     | 3.969,23           |
| 12 | Desember     | 4.007,07           |
|    | <b>Total</b> | <b>45.587,40</b>   |

Sumber : Data yang diolah

Demikian perhitungan-perhitungan yang dilakukan untuk menyusun estimasi penjualan truck Nissan Diessel. Estimasi penjualan merupakan taksiran pada masa akan datang yang dibuat pada masa sekarang, yang didalamnya masih mengandung unsur ketidakpastian, agar kepastian diperoleh maka estimasi penjualan tersebut tidak bersifat point estimate, sehingga perlu di cari penghilang kesalahan (error) yaitu error estimasi dengan rumus :

$$SE = \sqrt{\frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{n-1}}$$

Keterangan :

SE= Standar Error

Y = Penjualan Nyata (Riil)

$\hat{Y}$  = Estimasi Penjualan Tahun 2009

n = Banyaknya data .

Untuk memudahkan atau menolong penggunaan rumus diatas di perlukan suatu perhitungan yang di sajikan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \hat{Y} \text{ Januari 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-12) \\ &= 3.098,91 + (-454,08) \\ &= 2.644,83 \\ \hat{Y} \text{ Pebruari 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-11) \\ &= 3.098,91 + (-416,24) \\ &= 2.682,67 \\ \hat{Y} \text{ Maret 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-10) \\ &= 3.098,91 + (-378,40) \\ &= 2.720,51 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\ddot{Y} \text{ April 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-9) \\ &= 3.098,91 + (-340,56) \\ &= 2.758,35 \\ \ddot{Y} \text{ Mei 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-8) \\ &= 3.098,91 + (-302,72) \\ &= 2.796,19 \\ \ddot{Y} \text{ Juni 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-7) \\ &= 3.098,91 + (-264,88) \\ &= 2.2.834,03 \\ \ddot{Y} \text{ Juli 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-6) \\ &= 3.098,91 + (-227,04) \\ &= 2.871,87 \\ \ddot{Y} \text{ Agustus 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-5) \\ &= 3.098,91 + (-189,20) \\ &= 2.909,71 \\ \ddot{Y} \text{ September 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-4) \\ &= 3.098,91 + (-151,36) \\ &= 2.947,55 \\ \ddot{Y} \text{ Oktober 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-3) \\ &= 3.098,91 + (-113,52) \\ &= 2.985,39\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ November 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-2) \\ &= 3.098,91 + (-75,68) \\ &= 3.023,23\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ Desember 2007} &= 3.098,91 + 37,84 (-1) \\ &= 3.098,91 + (-37,84) \\ &= 3.061,07\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ Januari 2008} &= 3.098,91 + 37,84 (1) \\ &= 3.098,91 + 37,84 \\ &= 3.136,75\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ Pebruari 2008} &= 3.098,91 + 37,84 (2) \\ &= 3.098,91 + 75,68 \\ &= 3.174,59\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ Maret 2008} &= 3.098,91 + 37,84 (3) \\ &= 3.098,91 + 113,52 \\ &= 3.212,43\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ April 2008} &= 3.098,91 + 37,84 (4) \\ &= 3.098,91 + 151,36 \\ &= 3.250,27\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ÿ Mei 2008} &= 3.098,91 + 37,84 (5) \\ &= 3.098,91 + 189,20 \\ &= 3.288,11\end{aligned}$$

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| Ÿ Juni 2008      | = 3.098,91 + 37,84 (6)  |
|                  | = 3.098,91 + 227,04     |
|                  | = 3.325,95              |
| Ÿ Juli 2008      | = 3.098,91 + 37,84 (7)  |
|                  | = 3.098,91 + 264,88     |
|                  | = 3.363,79              |
| Ÿ Agustus 2008   | = 3.098,91 + 37,84 (8)  |
|                  | = 3.098,91 + 302,72     |
|                  | = 3.401,63              |
| Ÿ September 2008 | = 3.098,91 + 37,84 (9)  |
|                  | = 3.098,91 + 340,56     |
|                  | = 3.439,47              |
| Ÿ Oktober 2008   | = 3.098,91 + 37,84 (10) |
|                  | = 3.098,91 + 378,40     |
|                  | = 3.477,31              |
| Ÿ November 2008  | = 3.098,91 + 37,84 (11) |
|                  | = 3.098,91 + 416,24     |
|                  | = 3.515,15              |
| Ÿ Desember 2008  | = 3.098,91 + 37,84 (12) |
|                  | = 3.098,91 + 454,08     |
|                  | = 3.552,99              |

Setelah didapat perhitungan nilai penjualan Estimasi tahun 2007 sampai dengan tahun 2008 maka untuk selanjutnya menghitung masing – masing kesalahan estimasi pada tahun 2009 sebagai berikut; dengan terlebih dahulu menghitung nilai standar Error Tahun 2007 s.d. 2008.

Tabel 6 : Persiapan Menghitung Standar Error Estimasi Penjualan

| No | BULAN          | (Y) (Riil)<br>(JUTAA<br>N) | $\hat{Y}$ (Estimasi) | $Y - \hat{Y}$ | $(Y - \hat{Y})^2$    |
|----|----------------|----------------------------|----------------------|---------------|----------------------|
| 1  | Januari 2007   | 623,75                     | 2.644,83             | -2.021,08     | 4.084.764,37         |
| 2  | Pebruari 2007  | 987,25                     | 2.682,67             | -1.695,42     | 2.874.448,98         |
| 3  | Maret 2007     | 1.283,5                    | 2.720,51             | -1.437,01     | 2.064.997,74         |
| 4  | April 2007     | 2.689,75                   | 2.758,35             | -68,60        | 4.705,96             |
| 5  | Mei 2007       | 3.491                      | 2.796,19             | 694,81        | 482.760,94           |
| 6  | Juni 2007      | 4.075,4                    | 2.834,03             | 1.241,37      | 1.540.999,48         |
| 7  | Juli 2007      | 2.237,1                    | 2.871,87             | -634,77       | 402.932,95           |
| 8  | Agustus 2007   | 1.932,5                    | 2.909,71             | -977,21       | 954.939,38           |
| 9  | September 2007 | 5.806                      | 2.947,55             | 2.858,45      | 8.170.736,40         |
| 10 | Oktober 2007   | 4.715                      | 2.985,39             | 1.729,61      | 2.991.550,75         |
| 11 | November 2007  | 4.442                      | 3.023,23             | 1.418,77      | 2.012.908,31         |
| 12 | Desember 2007  | 3.456                      | 3.061,07             | 394,93        | 155.969,70           |
| 13 | Januari 2008   | 1.284                      | 3.136,75             | -1.852,75     | 3.432.682,56         |
| 14 | Pebruari 2008  | 4.899,3                    | 3.174,59             | 1.724,71      | 2.974.624,58         |
| 15 | Maret 2008     | 5.664                      | 3.212,43             | 2.451,57      | 6.010.195,46         |
| 16 | April 2008     | 1.570                      | 3.250,27             | -1.680,27     | 2.823.307,27         |
| 17 | Mei 2008       | 3.574,75                   | 3.288,11             | 286,64        | 82.162,49            |
| 18 | Juni 2008      | 2.993                      | 3.325,95             | -332,95       | 110.855,70           |
| 19 | Juli 2008      | 9.263                      | 3.363,79             | 5.899,21      | 34.800.678,62        |
| 20 | Agustus 2008   | 924,2                      | 3.401,63             | -2.477,43     | 6.137.659,40         |
| 21 | September 2008 | 1.498                      | 3.439,47             | -1.941,47     | 3.769.305,76         |
| 22 | Oktober 2008   | 2.133                      | 3.477,31             | -1.344,31     | 1.807.169,38         |
| 23 | November 2008  | 1.375,5                    | 3.515,15             | -2.139,65     | 4.578.102,12         |
| 24 | Desember 2008  | 3.456                      | 3.552,99             | -96,99        | 9.407,06             |
|    | <b>Total</b>   | <b>74.374</b>              | <b>74.373,84</b>     | <b>0</b>      | <b>92.277.865,39</b> |

Sumber : Data yang diolah

$$SE = \sqrt{\frac{\sum(Y-\hat{Y})^2}{n-1}}$$

$$\begin{aligned} SE &= \sqrt{\frac{\sum(Y-\hat{Y})^2}{n-1}} \\ &= \sqrt{\frac{92.277.865,39}{24-1}} \\ &= \sqrt{4.012.081,10} \\ SE &= \mathbf{2.003,02} \end{aligned}$$

Setelah mengetahui nilai dari Standar Error , maka nilai tersebut dapat ditambahkan (+) atau di kurangkan (-) dengan Nilai Estimasi Tahun 2009, perhitungan sebagai berikut :

|                                     |                                  |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| $\hat{Y}$ Januari 2009 Batas Atas   | = 3.590,83 + 2.003,02 = 5.593,85 |
| $\hat{Y}$ Januari 2009 Batas Bawah  | = 3.590,83 – 2.003,02 = 1.587,81 |
| $\hat{Y}$ Pebruari 2009 Batas Atas  | = 3.628,67 + 2.003,02 = 5.631,69 |
| $\hat{Y}$ Pebruari 2009 Batas Bawah | = 3.628,67 – 2.003,02 = 1.625,65 |
| $\hat{Y}$ Maret 2009 Batas Atas     | = 3.666,51 + 2.003,02 = 5.669,53 |
| $\hat{Y}$ Maret 2009 Batas Bawah    | = 3.666,51 – 2.003,02 = 1.663,49 |

|                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| Ÿ April 2009 Batas Atas      | $= 3.704,35 + 2.003,02 = 5.707,37$ |
| Ÿ April 2009 Batas Bawah     | $= 3.704,35 - 2.003,02 = 1.701,33$ |
| Ÿ Mei 2009 Batas Atas        | $= 3.742,19 + 2.003,02 = 5.745,21$ |
| Ÿ Mei 2009 Batas Bawah       | $= 3.742,19 - 2.003,02 = 1.739,17$ |
| Ÿ Juni 2009 Batas Atas       | $= 3.780,03 + 2.003,02 = 5.783,05$ |
| Ÿ Juni 2009 Batas Bawah      | $= 3.780,03 - 2.003,02 = 1.777,01$ |
| Ÿ Juli 2009 Batas Atas       | $= 3.817,87 + 2.003,02 = 5.820,89$ |
| Ÿ Juli 2009 Batas Bawah      | $= 3.817,87 - 2.003,02 = 1.814,85$ |
| Ÿ Agustus 2009 Batas Atas    | $= 3.855,71 + 2.003,02 = 5.858,73$ |
| Ÿ Agustus 2009 Batas Bawah   | $= 3.855,71 - 2.003,02 = 1.852,69$ |
| Ÿ September 2009 Batas Atas  | $= 3.893,55 + 2.003,02 = 5.896,57$ |
| Ÿ September 2009 Batas Bawah | $= 3.893,55 - 2.003,02 = 1.890,53$ |
| Ÿ Oktober 2009 Batas Atas    | $= 3.931,39 + 2.003,02 = 5.934,41$ |
| Ÿ Oktober 2009 Batas Bawah   | $= 3.931,39 - 2.003,02 = 1.928,37$ |
| Ÿ November 2009 Batas Atas   | $= 3.969,23 + 2.003,02 = 5.972,25$ |
| Ÿ November 2009 Batas Bawah  | $= 3.969,23 - 2.003,02 = 1.966,21$ |
| Ÿ Desember 2009 Batas Atas   | $= 4.007,07 + 2.003,02 = 6.010,09$ |
| Ÿ Desember 2009 Batas Bawah  | $= 4.007,07 - 2.003,02 = 2.004,05$ |

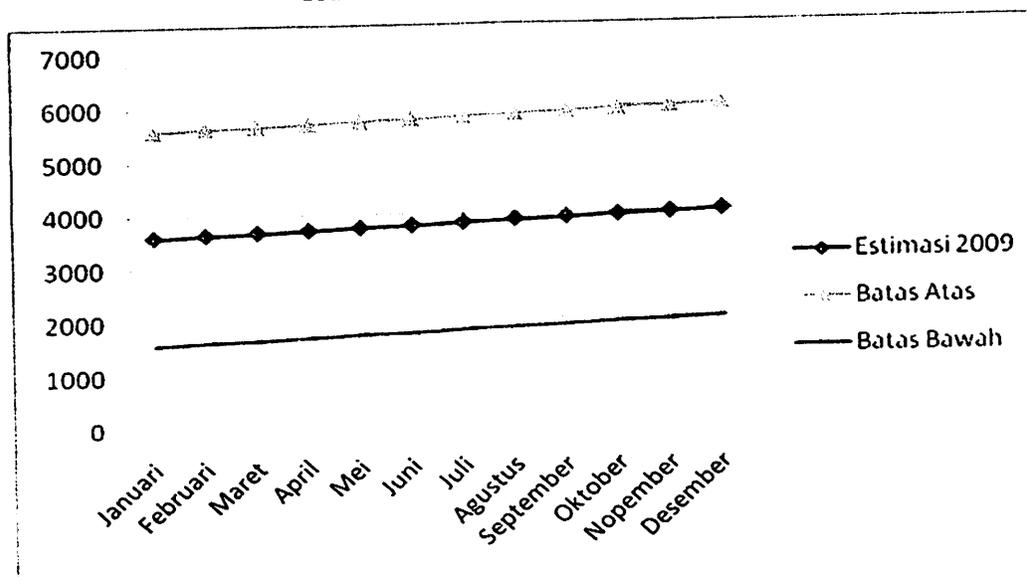
Dari hasil perhitungan Standar Error diatas, dapat ditarik kesimpulan estimasi penjualan tahun 2009 dengan menggunakan rumus Standar Error, maka batas atas dan batas bawah penjualan dapat dilihat pada tabel dan grafik di bawah ini :

Tabel 7 : Daftar Batas Atas dan Batas Bawah Penjualan  
Truk Nissan Diesel Tahun 2009.

| No | BULAN     | $\hat{Y}$ =Estimasi<br>Penjualan<br>2009 | Batas Atas<br>(+)2.003,02 | Batas Bawah<br>(-)2.003,02 |
|----|-----------|--|---------------------------|----------------------------|
| 1  | Januari   | 3.590,83                                 | 5.593,85                  | 1.587,81                   |
| 2  | Februari  | 3.628,67                                 | 5.631,69                  | 1.625,65                   |
| 3  | Maret     | 3.666,51                                 | 5.669,53                  | 1.663,49                   |
| 4  | April     | 3.704,35                                 | 5.707,37                  | 1.701,33                   |
| 5  | Mei       | 3.742,19                                 | 5.745,21                  | 1.739,17                   |
| 6  | Juni      | 3.780,03                                 | 5.783,05                  | 1.777,01                   |
| 7  | Juli      | 3.817,87                                 | 5.820,89                  | 1.814,85                   |
| 8  | Agustus   | 3.855,71                                 | 5.858,73                  | 1.852,69                   |
| 9  | September | 3.893,55                                 | 5.896,57                  | 1.890,53                   |
| 10 | Oktober   | 3.931,39                                 | 5.934,41                  | 1.928,37                   |
| 11 | Nopember  | 3.969,23                                 | 5.972,25                  | 1.966,21                   |
| 12 | Desember  | 4.007,07                                 | 6.010,09                  | 2.004,05                   |

Sumber : Data yang diolah

Gambar 2 : Diagram Batas Atas dan Batas Bawah Penjualan  
Truk Nissan Diesel Tahun 2009



Sumber : Data yang diolah

## B. Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa diatas, maka akan diketengahkan sebuah tabel perbandingan penjualan dari tahun 2007, 2008 dan estimasi tahun 2009. sebagai berikut :

Tabel 8 : Perbandingan Penjualan Tahun 2007 , 2008 dan Estimasi 2009  
Truk Nissan Diesel.

| No            | BULAN     | Tahun 2007       | Tahun 2008       | Estimasi Penjualan 2009 |
|---------------|-----------|------------------|------------------|-------------------------|
| 1             | Januari   | 623,75           | 1.284            | 3.590,83                |
| 2             | Februari  | 987,25           | 4.899,3          | 3.628,67                |
| 3             | Maret     | 1.283,5          | 5.664            | 3.666,51                |
| 4             | April     | 2.689,75         | 1.570            | 3.704,35                |
| 5             | Mei       | 3.491            | 3.574,75         | 3.742,19                |
| 6             | Juni      | 4.075,4          | 2.993            | 3.780,03                |
| 7             | Juli      | 2.237,1          | 9.263            | 3.817,87                |
| 8             | Agustus   | 1.932,5          | 924,2            | 3.855,71                |
| 9             | September | 5.806            | 1.498            | 3.893,55                |
| 10            | Oktober   | 4.715            | 2.133            | 3.931,39                |
| 11            | Nopember  | 4.442            | 1.375,5          | 3.969,23                |
| 12            | Desember  | 3.456            | 3.456            | 4.007,07                |
| <b>JUMLAH</b> |           | <b>35.739,25</b> | <b>38.634,75</b> | <b>45.587,40</b>        |

Sumber : Hasil pengolahan data dan perhitungan estimasi penjualan

Dilihat dari tabel untuk tahun 2007 penjualan bulan Januari sebesar Rp 623.750.000,00 dan tahun 2008 sebesar Rp 1.284.000.000,00. Pada periode 2007 dan 2008 kecenderungan penjualan mengalami fluktuatif , ini disebabkan

karena kurangnya promosi dari pihak perusahaan serta faktor-faktor pendukung lainnya seperti Ekonomi Nasional yang masih mengalami reses sehingga kecenderungan konsumen mengurangi tingkat pembelian.

Estimasi tahun 2009 dari Januari hingga bulan Desember meningkat, yakni pada Bulan Januari Rp 3.590.830.000,00 dan seterusnya hingga pada bulan Desember 2009 Rp 4.007.070.000,00. Dilihat dari analisis yang telah dilakukan sebelumnya, secara keseluruhan memperhatikan bahwa penjualan Truck Nissan Diesel yang akan datang mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini sesuai dengan hipotesis yang penulis sajikan pada bab II bahwa diduga penjualan Truck Nissan Diesel setiap bulan selama tahun 2009 mengalami peningkatan yang signifikan.

Namun perhitungan Estimasi diatas tentunya tidak selamanya tepat dengan keadaan sebenarnya, karena estimasi hanyalah merupakan suatu upaya untuk menduga peristiwa atau menafsirkan yang akan datang sehingga apa yang akan di lakukan nanti tidak menyimpang dengan keadaan yang sebenarnya, pihak manajemen dapat membuat keputusan dan untuk mengantisipasi kelebihan atau kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Setelah penulis melakukan perhitungan estimasi penjualan dengan menggunakan Metode Trend Least Square pada analisis dan pembahasan, maka pada bab ini penulis akan mengambil simpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya.

Adapun kesimpulan yang dapat penulis kemukakan pada bab ini adalah :

1. Dilihat dari hasil penjualan Truck Nissan Diesel Tahun 2007 dan 2008, dapat diuraikan sebagai berikut; Pada tahun 2007, pada bulan Januari Rp 623.750.000,00, Februari Rp 987.250.000,00, Maret Rp 1.283.500.000,00, April Rp 2.689.750.000,00, Mei Rp 3.491.000.000,00, Juni Rp 4.075.400.000,00, Juli Rp 2.237.100.000,00, Agustus Rp 1.932.500.000,00, September Rp 5.806.000.000,00, Oktober Rp 4.715.000.000,00, November Rp 4.442.000.000,00, Desember Rp 3.456.000.000,00. Sedangkan Tahun 2008, Bulan Januari Rp 1.284.000.000,00, Februari Rp 4.899.300.000,00, Maret Rp 5.664.000.000,00, April Rp 1.570.000.000,00, Mei Rp 3.574.750.000,00, Juni Rp 2.993.000.000,00, Juli Rp 9.263.000.000,00, Agustus Rp 924.200.000,00, September Rp 1.498.000.000,00, Oktober

Rp 2.133.000.000,00, November Rp 1.375.500.000,00 , Desember Rp 3.456.000.000,00.

2. Nilai Estimasi penjualan Tahun 2009 dapat di uraikan sebagai berikut ; bulan Januari Rp 3.590.830.000,00, Februari Rp 3.628.670.000,00, Maret Rp 3.666.510.000,00, April Rp 3.704.350.000,00, Mei Rp 3.742.190.000,00, Juni Rp 3.780.030.000,00, Juli Rp 3.817.870.000,00, Agustus Rp 3.855.710.000,00, September Rp 3.893.550.000,00, Oktober Rp 3.931.390.000,00, November Rp 3.969.230.000,00, Desember Rp 4.007.070.000,00.
3. Berdasarkan dari perhitungan Nilai Standar Error sebesar 2.003,02 dengan membandingkan Estimasi tahun 2009, dapat diketahui nilai batas atas dan bawah sebagai berikut, Januari 2009 Batas Atas = 5.593,85, Januari 2009 Batas Bawah = 1.587,81, Pebruari 2009 Batas Atas = 5.631,69, Pebruari 2009 Batas Bawah = 1.625,65, Maret 2009 Batas Atas = 5.669,53, Maret 2009 Batas Bawah = 1.663,49, April 2009 Batas Atas = 5.707,37, April 2009 Batas Bawah = 1.701,33, Mei 2009 Batas Atas = 5.745,21, Mei 2009 Batas Bawah = 1.739,17, Juni 2009 Batas Atas = 5.783,05, Juni 2009 Batas Bawah = 1.777,01, Juli 2009 Batas Atas = 5.820,89, Juli 2009 Batas Bawah = 1.814,85, Agustus 2009 Batas Atas = 5.858,73, Agustus 2009 Batas Bawah = 1.852,69, September 2009 Batas Atas = 5. 896,57, September 2009 Batas Bawah = 1.890,53, Oktober 2009 Batas Atas = 5.934,41, Oktober 2009 Batas Bawah = 1.928,37, November 2009 Batas Atas = 5.972,25, November 2009

Batas Bawah = 1.966,21, Desember 2009 Batas Atas = 6.010,09, Desember 2009 Batas Bawah = 2.004,05.

Dari perhitungan tersebut di atas maka dapat diketahui berapa yang harus disediakan oleh perusahaan agar tidak mengalami kelebihan atau kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

#### **B. Saran- saran**

Adapun saran-saran yang penulis berikan kepada pihak PT. Perdana Karya Intimotor di Samarinda adalah sebagai berikut :

1. Untuk lebih meningkatkan jumlah penjualan di masa yang akan datang hendaknya perusahaan menerapkan salah satu metode statistik, terutama untuk mengetahui jumlah perkiraan atau estimasi penjualan yang akan datang.;
2. Untuk menjaga tingkat penjualan yang stabil sebaiknya perusahaan dapat membaca situasi dan keadaan yang terjadi saat penjualan;
3. Diharapkan perusahaan dapat menyeimbangkan antara jumlah yang dijual dengan kebutuhan pasar, sehingga diharapkan tidak terjadi kelebihan atau kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

B.N , Marbun ; 2003 ; *Kamus Manajemen*, Cetakan Pertama, Sinar Harpa, Jakarta.

Barata, Adya, Atep ; Dedi Sudirman ; 1998 ; *Manajemen Pemasaran*, Rineka Cipta ,  
Jakarta.

Cahyono T, Bambang; 1996 ; *Modul Manajemen Pemasaran*, IPWI, Jakarta.

Gitosudarmo, Indriyo. (HONS) & M. Najmuddin ; 2001; *Teknik Proyeksi Bisnis*,  
BPFE, Yogyakarta.

Harahap.S.S ; 1996 ; *Budgeting (Penganggaran Perencanaan Lengkap)*, Raja  
Garfindo Prasada, Jakarta.

Irianto, Ivan ; 2005 ; *Penentuan Estimasi Penjualan Paracetamol Sirup  
Menggunakan Metode Market Share Pada PT. Kimia Farma Samarinda*,  
POLNES, Samarinda.

Jaini, Ahmad; 1992 ; *Prinsip-prinsip Penjualan*, Politeknik Universitas Brawijaya ,  
Malang.

Kertadimas Abas; 2000 ; *Akuntansi dan Analisis Biaya*, Rineka Cipta, Jakarta.

Khotler Philip ; 1997 ; *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan,  
Implementasi dan Kontrol)*, Edisi Revisi, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I,  
PT.Prenhallindo, Jakarta.

Murti Sumammi ; Johan Soeprihanto ; 1998 ; *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar  
Ekonomi Perusahaan)*, Edisi Lima, Liberty, Yogyakarta.

- Munandar. M ; 1998 ; *Budgeting (Perencanaan Kerja, Pengkoordinasi Kerja dan Pengawasan Kerja)*, BPFE, Yogyakarta.
- Ramadhan, Syahrul ; 2001 ; *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Ikhtiar, Surabaya.
- Supriyanto, R..A ; 2001 ; *Akuntansi Manajemen Tiga (Proses Pengendalian Manajemen)*, BPFE, Yogyakarta.
- Sumayang, Lalu,; 2003 ; *Dasar-dasar Manajemen Produksi Dan Operasi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Surya, Arifin ; 2000 ; *Manajemen*, Edisi Kesatu, Darma Bakti, Jakarta..
- Suprianto, .J ; 2000 ; *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi keenam, Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu, DH ; 1996 ; *Azas Azas Marketing*, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Swastha, Basu, DH ; 1998 ; *Manajemen Penjualan*, Edisi Ketiga, PT.BPFE, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, DH ; 1999 ; *Manajemen Penjualan*, BPFE, Yogyakarta.
- Terry , G.R ; 2003 ; *Prinsip-prinsip Manajemen*, PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Winardi. ; 1991 ; *Pengantar Manajemen Penjualan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Widajaya, Amin ; 1995 ; *Dasar-dasar Budgeting*, Rineka cipta, Jakarta.
- Winardi ; 1995 ; *Pengantar Manajemen Penjualan*, Citra Aditya, Bandung.
- Yunita, Eva ; 2005 ; *Estimasi Penjualan Tiket Kapal Laut Terhadap total Penjualan Tiket Kapal PELNI dengan Metode Kontribusi Pada CV. Mulya Budi Balikpapan*, POLNES, Samarinda.



# PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR

Dealer Resmi Nissan Diesel Kalimantan Timur



Jl. Sentosa No. 01 Samarinda 75117 Flexi : (0541) 7078797 Telp. (0541) 771855 Fax. (0541) 771856

No. : 005/PKL/PKIM/Smd/2009  
Lamp. : -  
Hal : Persetujuan Pengambilan Data

Kepada :  
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah  
Di – Samarinda

Dengan Hormat,  
Menindak lanjuti surat Bapak No. 074/II.3.AU/F/VI/2009 Tgl . 05 Mei 2009 dengan ini kami beritahukan bahwa :

1. Permohonan Bapak untuk melakukan penelitian dan pengambilan data dapat kami terima Atas Nama : Fathamsyah NIM. 2006110029
2. Data-data tersebut hanya untuk penelitian dan kami harap dipergunakan sebagaimana mestinya.
3. Setelah laporan selesai kami meminta 1 buah copy untuk perusahaan.

Demikian untuk diketahui atas kepercayaan Bapak kepada Perusahaan kami, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
PT. Perdana Karya Intimotor

PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR

NISSAN DIESEL

Joko Harjanto  
Pimpinan Dealer



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH  
S A M A R I N D A

TERAKREDITASI BAN-PT DEPDIKNAS NOMOR : 030/BAN-PT/Ak-X/S1/XII/2007

Kampus : Jl. Ir. H. Juanda No. 15 Telp. No : (0541) 7070289, 743459 - Fax No : (0541) 743459  
Samarinda 75124 - Kalimantan Timur. E-mail [stie\\_muhammadiyah@yahoo.co.id](mailto:stie_muhammadiyah@yahoo.co.id)

Samarinda, 23 Juni 2009

SURAT PERNYATAAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda ( STIEM ) Samarinda.

N A M A : FATHAMSYAH  
N I M & N P M : 2006110029 / 2006.11.311.40110100468  
J U R U S A N : MANAJEMEN  
J U D U L S K R I P S I : ANALISIS ESTIMASI PENJUALAN TRUCK NISSAN  
DIESEL PADA PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR  
S A M A R I N D A

Menyatakan bahwa saya benar – benar telah melaksanakan penelitian pada sebuah perusahaan : PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR DI SAMARINDA

WAKTU PELAKSANAAN PENELITIAN

| No. | HARI / TANGGAL PENELITIAN | KETERANGAN              |
|-----|---------------------------|-------------------------|
| 1.  | 16 Juni 2009              | Mengolah Data Penjualan |
| 2.  | 18 Juni 2009              | Tahun 2007 s.d. 2008    |
| 3.  |                           |                         |
| 4.  |                           |                         |

Guna mendapatkan data untuk dipergunakan dalam penulisan Skripsi yang sesuai dengan judul di atas, terima kasih.

Pimpinan Instansi / Perusahaan,

PT. PERDANA KARYA INTIMOTOR

Joko NISSAN DIESEL

Pimpinan Dealer

Mahasiswa yang meneliti,

FATHAMSYAH

NIM. 2006110029

Mengetahui:  
Ketua Jurusan,  
M. SENOPATI, SE  
KAM : 558 069

