

ANALISIS RAMALAN PENJUALAN KOPI PADA PT. SULOTCO JAYA ABADI KECAMATAN BITTUANG KABUPATEN TANA TORAJA

Oleh:

Jemi Pabisangan Tahirs
Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail:

tahirsjemi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out how the forecast of coffee sales at PT. Sulotco Jaya Abadi in 2021-2025. This type of research is quantitative descriptive analysis. The data used are primary data and secondary data, primary data obtained from interviews with PT management. Sulotco Jaya Abadi and secondary data in the form of documents or archives. Data analysis method by using Least Square Analysis. The results showed that the forecast of coffee sales at PT. Sulotco Jaya Abadi has increased from year to year, namely in 2021 the coffee sales volume is 3059,225 tons, in 2022 it is 3671,584 tons, in 2023 it is 4283,943 tons, in 2024 it is 4896,302 tons, and in 2025 it is 5508,661 tons.

Keywords: *Forecast, Sales, Coffee*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi tahun 2021-2025. Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder, Data primer diperoleh dari wawancara dengan manajemen PT. Sulotco Jaya Abadi dan data sekunder berupa dokumen atau arsip. Metode analisis data dengan menggunakan *Analisis Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yakni tahun 2021 volume penjualan kopisebesar 3059,225 ton, tahun 2022 sebesar 3671,584 ton, tahun 2023 sebesar 4283,943 ton, tahun 2024 sebesar 4896,302 ton, dan tahun 2025 sebesar 5508,661 ton.

Kata Kunci: *Ramalan, Penjualan, Kopi*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan lembaga yang dalam kegiatan operasionalnya selalu bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi konsumen guna untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Karena itu perusahaan selalu berusaha untuk menjual produk perusahaan dengan volume yang sangat besar untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Penjualan merupakan kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh perusahaan

untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Semakin banyak produk dari perusahaan yang terjual maka akan sangat banyak pula keuntungan yang akan diterima oleh perusahaan. Maka dari itu perusahaan selalu berusaha untuk memaksimalkan penjualan produk.

Untuk memaksimalkan penjualan di masa yang akan datang perusahaan perlu memperkirakan atau meramalkan penjualan dimasa yang akan datang, dimana perkiraan atau peramalan

merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual dimasa yang akan datang oleh perusahaan dalam keadaan tertentu dibuat berdasarkan data yang pernah terjadi atau mungkin yang akan terjadi. Ada dua metode yang sering di gunakan perusahaan dalam peramalan yakni, metode ralaman kualitatif adalah metode tanpa menggunakan data historis dan umumnya dilakukan secara subjektif. Metode ini dilakukan dengan mempertimbangkan pendapat para pakar yang ahli pada bidangnya dan metode secara kuanlitatif yang merupakan metode yang didasarkan pada rekayasa atas data historis yang ada tanpa adanya penilaian subjektif oleh para pakar.

Pada tahun 1987 PT. Sulotco Jaya Abadi membuka kebun kopi dengan kemitraan usaha yang bergerak di bidang budidaya dan perdagangan kopi, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan biji kopi mentah (*Cherry*) menjadi kopi untuk siap sangrai (*green bean*), sampai dikemas untuk diekspor ketujuh negara yang besar diantaranya adalah Australia, Jepang, Amerika Serikat, Korea Selatan, Taiwan, Jerman, dan China.

Dari tahun ke tahun penjualan kopi PT.Sulotco Jaya Abadi terus mengalami peningkatan yang besar. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya penggemar kopi dan juga strategi

pemasaran kopi yang tepat dalam penjualan kopi. Namun seiring berjalannya waktu kini semakin banyak penggemar kopi sehingga banyak juga perusahaan lain yang bersaing dalam perdagangan kopi. Dan juga dalam perusahaan PT. Sulotco Jaya Abadi dalam menargetkan penjualan yang akan mereka capai masih dengan menggunakan metode kualitatif dimana target penjualan masih dilakukan sendiri oleh pimpinan perusahaan hal ini dinilai kurang efektif karena terkadang asumsi yang diajukan tidak sesuai dengan realitas yang terjadi atau menyimpang jauh dari kemampuan perusahaan dan tidak dijamin ketepatan ramalannya sehingga, perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan pasar dan juga akan mudah kelebihan kapasitas pabrik, peralatan, dan persediaan. Maka dari itu untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang maka perusahaan sangat perlu untuk melakukan ramalan dengan dengan cara yang tepat dan dapat dilihat ketepatannya untuk mempermudah perusahaan mengambil keputusan

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Peramalan

Setiap perusahaan kedepannya akan selalu mengalami kendala dalam aktivitasnya guna mencapai tujuannya. Maka dari itu semua perusahaan dituntut

untuk menyusun sebuah strategi untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang akan dihadapi dalam mencapai tujuan tersebut. Namun, sebelum menyusun strategi tersebut perusahaan perlu untuk melakukan peramalan di mana peramalan sendiri merupakan kegiatan untuk memperkirakan kejadian yang akan terjadi di masa yang akan datang. Menurut Jay&Barry (2015:113) “Peramalan merupakan seni atau ilmu dalam memprediksi peristiwa pada masa yang akan datang. Peramalan akan melibatkan mengambil data *historis* (seperti penjualan tahun lalu) dan memproyeksikan mereka ke masa yang akan datang dengan model matematika”.

Tujuan Peramalan

Fungsi peramalan akan terlihat saat pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh pihak perusahaan. Keputusan yang baik dan tepat ialah keputusan yang didasarkan atas pertimbangan apa yang akan terjadi saat keputusan tersebut dilaksanakan dalam perusahaan, Menurut Heizer & Render (2009:47) ”Peramalan mempunyai tujuan yaitu: (1) Sebagai pengkaji kebijakan perusahaan yang berlaku saat ini dan masa lalu dan juga melihat sejauh mana pengaruh di masa yang akan datang: (2) Peramalan dibutuhkan karena terdapat *time lag tahu delayantara* ketika suatu

kebijakan perusahaan ditetapkan ketika implementasi: (3) Peramalan adalah dasar penyusunan bisnis disuatu perusahaan sehingga bisa meningkatkan efektifitas sebuah rencana bisnis”.

Jenis Peramalan

Dalam meramalkan penjualan ada beberapa jenis peramalan yang di gunakan perusahaan, berdasarkan menurut Nasition dan Prasetyawan (2008:30).

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan peneliti ialah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Dimana analisis dilakukan dengan data dalam bentuk angka yang disajikan dalam bentuk angka, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk uraian bahasa prosa dan bahasa baku.

Teknik Dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui pemahaman referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mendatangi secara langsung untuk melakukan wawancara dan mendapatkan

data-data yang dibutuhkan di tempat penelitian yaitu PT. Sulotco Jaya Abadi melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Jenis Data

Data Primer

Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dari pimpinan dan pegawai perusahaan PT. Sulotco Jaya Abadi kecamatan Bittuang Kabupaten Tana Toraja.

Data sekunder

Data sekunder yang berupa data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti berupa dokumen-dokumen atau arsip data penjualan PT. Sulotco Jaya Abadi. Studi pustaka yang diperoleh dari perpustakaan dan literatur.

Teknik Analisis Data

Menurut Chorry dan Elva (2020:21) Dalam peramalan penjualan ada teknik

yang dapat digunakan yakni secara *kuantitatif* dan *kualitatif*. Peramalan secara *kualitatif* dilakukan dengan meminta pendapat berbagai sumber untuk melakukan peramalan. Dan peramalan dengan metode *Kuantitatif* didasarkan pada data objektif, baik bersifat *makro* atau *micro*.

Analisis Data Dan Pembahasan

Persoalan Penelitian

Analisis Data

Untuk mengetahui ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi dimasa yang akan datang maka dilakukan analisis data dengan menggunakan metode matematis yakni metode *Moment* dan metode *Least Square*. Berikut adalah data penjualan kopi arabica dari tahun 2016-2020 sebagai dasar untuk melakukan peramalan:

Tabel 1. Penjualan Kopi Arabica Pada PT. Sulotco Jaya Abadi Pereode 2016-2020

No.	Bulan	Tahun (kg)				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Januari	1090	37,4	1560	226473,5	20471,5
2	Februari	600	41010,5	3367,5	22652	164755,2
3	Maret	500	1704	2864,9	96479,8	249153
4	April		19616	3250,5	43397,9	271505,7
5	Mei	1210	22570	2656	4115,55	172039,5
6	Juni	600	41405,5	641653,5	261290,5	24352,5
7	Juli		64764	165552	44395,5	143652,5
8	Agustus	84264	83717,6771	193852	177515	808280,1
9	September	20204	47850	105333	138804,7	165118,7
10	Oktober	1000	128270,7	128339	74312,5	266557,9

11 November	520	37790,5	24580	60661,5	267818
12 Desember	42698,5	14608,685	108908,5	63173,7	305818
JUMLAH (Ton)	152686,5	503,3449621	1381,9169	1213,272	2859,523

Pada tabel 1 menyajikan jumlah penjualan kopi yang diperoleh perusahaan kemudian direkap setiap bulan dan ditotalkan dalam satu tahun untuk menganalisis ramalan penjualan selama 5 tahun yang akan datang dengan menggunakan metode kuantitatif

(perhitungan statistik dan matematik) dengan menggunakan analisis penetapan garis *trend* secara matematis dengan menggunakan metode *Least Square*. Menghitung nilai a dan b dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Penjualan Kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi Analisis dengan Metode Least Square

Tahun	Volume Penjualan (Y)	X	XY	X ²
2016	152,69	-2	-305,38	4
2017	503,34	-1	-503,34	1
2018	1381,92	0	0	0
2019	1213,27	1	1213,27	1
2020	2859,52	2	5719,04	4
Jumlah (Ton)	6110,74	0	6123,59	10

Setelah dihitung dengan table jumlah dimasukkan kedalam Rumus Least Square untuk mendapatkan persamaan a dan b

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

$$= \frac{6110,74}{5}$$

$$= 1222,148$$

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

$$b = \frac{6123,59}{10}$$

$$b = 612,359$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diketahui nilai a dan b. Dengan demikian, peramalan penjualan kopi pada PT.

Sulotco Jaya Abadi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 1222,148 + 612,359X$$

Berdasarkan persamaan di atas maka ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi dapat dihitung sebagai berikut:

$$Y = 1222,148 + 612,359 (3)$$

$$= 3059,225$$

$$Y = 1222,148 + 612,359 (4)$$

$$= 3671,584$$

$$Y = 1222,148 + 612,359 (5)$$

$$= 4283,943$$

$$Y = 1222,148 + 612,359 (6)$$

$$= 4896,302$$

$$Y = 1222,148 + 612,359 (7) \\ = 5508,661$$

Jika disajikan kembali dalam bentuk tabel maka ramalan penjualan kopi pada

PT. Sulotco Jaya Abadi dengan metode *Least Square* adalah sebagai berikut :

Table 3. Ramalan Penjualan Kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi Tahun 2021-2025

Tahun	Volume Penjualan
2021	3059,225
2022	3671,584
2023	4283,943
2024	4896,302
2025	5508,661

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi mengalami peningkatan penjualan yang cukup besar dari tahun 2021 volume penjualan kopi sebesar 3059,225 ton, tahun 2022 sebesar 3671,584 ton, tahun 2023 sebesar 4283,943 ton, tahun 2024 sebesar 4896,302 ton, dan tahun 2025 sebesar 5508,661 ton.

sebesar 4896,302 ton, dan tahun 2025 sebesar 5508,661 ton.

Analisis ramalan penjualan tahun 2021-2025 tersebut akan berlaku jika:

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *least square* besar volume penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi selama 5 (lima) tahun yang akan datang yaitu pada tahun 2021 volume penjualan kopi sebesar 3059,225 ton, tahun 2022 sebesar 3671,584 ton, tahun 2023 sebesar 4283,943 ton, tahun 2024

1. Harga barang atau jasa, semakin naik harga produk kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi maka permintaan konsumen juga akan turun, sebaliknya jika harga produk kopi pada PT. Sulotco turun maka permintaan terhadap produk kopi akan naik, jadi harga yang ditawarkan perusahaan terhadap produknya akan mempengaruhi volume penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan.
2. Pendapatan masyarakat, apabila pendapatan masyarakat yang membeli produk kopi naik maka permintaan terhadap kopi juga naik, akan tetapi juga pendapatan rata-rata

konsumen turun maka permintaan terhadap kopi juga akan turun. Karena itu perusahaan sangat perlu untuk melihat keadaan ekonomi konsumen sebelum memproduksi kopi agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dalam membeli produk.

3. Selera masyarakat, tiap tahunnya selera akan selalu berubah seiring dengan adanya perkembangan jaman, karena itu perusahaan sebelum memproduksi kopi perlu untuk melihat selera baru yang akan menarik minat konsumen terhadap produk yang akan dijual.
4. Kualitas barang, permintaan barang dengan kualitas yang bagus meskipun itu sedikit mahal namun kebanyakan konsumen memilih produk yang kualitasnya bagus dibandingkan dengan yang mudah rusak, jadi sangat perlu untuk perusahaan memberikan kualitas produk yang baik bagi konsumen untuk meningkatkan volume penjualan.
5. Harga barang lain, permintaan suatu produk akan turun jika konsumen melihat alternatif lain atau bisa digantikan dengan jenis lain. Konsumen juga akan melakukan perbandingan dengan produk perusahaan lain. Jika mereka dapat

menemukan produk dengan kualitas yang sama tapi dengan harga yang lebih rendah maka akan sangat mudah bagi konsumen untuk beralih, jadi perusahaan juga sangat perlu untuk meningkatkan kualitas produk tapi tetap juga memperhatikan harga kopi yang beredar.

Jadi, kelima asumsi di atas merupakan faktor yang sangat perlu untuk diperhatikan perusahaan dalam menjual produknya di pasar, dengan melakukan ramalan penjualan maka akan sangat mudah bagi perusahaan untuk mengambil keputusan perencanaan produksi dan juga akan mudah mengatasi kemungkinan-kemungkinan yang akan mempengaruhi volume penjualan.

5. SIMPULAN

Dari analisis dengan metode least square ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco Jaya Abadi adalah sebagai berikut:

1. Menunjukkan bahwa penjualan kopi dari tahun 2021-2025 mengalami peningkatan dari 5 tahun sebelumnya yakni dari tahun 2016-2020.
2. Dari hasil analisis dengan menggunakan metode least square ramalan penjualan kopi pada PT. Sulotco dari tahun 2021-2025 secara berturut-turut sebesar 3059,225, 3671,584, 4283,943, 4896,302, 5508,661.

3. Metode *least square* adalah metode analisis yang akurat sehingga dapat digunakan dalam meramalkan penjualan pada PT. Sulotco Jaya Abadi Kecamatan Bittuang Kabupaten Tana Toraja.

Saran

Dari hasil analisis peramalan penjualan kopi pada PT. Suloco Jaya Abadi, penulis memberi saran :

1. Dalam menghitung peramalan dengan menggunakan metode Least Square dibutuhkan ketelitian yang cukup tinggi dengan data-data yang akurat.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan peramalan dengan metode kuantitatif agar lebih akurat, karena hasil peramalan yang dilakukan akan digunakan sebagai dasar penyusunan strategi produksi, pemasaran maupun keuangan di masa yang akan datang.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok. PT Graindo Persada.
- Basu, Swastha. (2001). *Manajemen Pemasaran*, cetakan kelima. Yogyakarta. Penerbit. BPFE.
- Fariha Elva dkk. 2020. *Anggaran Perusahaan, Teori dan Praktika*. Surabaya. Scopindo Media Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat. Penerbit. Jurnal (Online)
- Kotler. 2016. *Marketing Management 15e Global Edition*. England. Pearson Education Limited
- Moekijat. (2013). *Latihan dan Pengembangan Sumber daya Manusia*. Bandar Maju. Bandung.
- Nafarin. (2000). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta. Salemba Empat.
- Nasution dan Prasetyawan. (2008). *Perencanaan Dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sumayang. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta. Penerbit. Salemba Empat.
- Swastha. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit. Erlangga
- Perwira Nova, dkk. (2014). *Pratikum Penganggaran Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat

Firmansya Kurniadi.2010.*Pengaruh Biaya Promosi Dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Sejati Sragen.*

Sabriansya dkk.2017.*Analisis Ramalan Penjualan PT. Graha Korinto Utama Cabang Samarinda.* Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi.

Romantika Ashana.2017.*Analisis Ramalan Penjualan Arang Tempurung Kelapa Di Kelurahan Mapane.*

Wardah Siti dan Iskandar. 2016. *Analisis Peramalan Penjualan produk Keripik Pisang Kemasan Bungkus (Studi Kasus “Home Industri Arwana Tembilihan”).*