
EVALUASI SALES PERFORMANCE PT. LION SUPERINDO PEKALONGAN

Teguh Purwanto¹, Khoirul Fatah², Musfirah Majid³

^{1,3} Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

² Program Studi Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

Korespondensi email: purwateguh1@gmail.com

Diterima : Herna Rizaldi Tanggal 10 Juni 2024, Direvisi : Herna Rizaldi, Tanggal 14
Juni 2024, Disetujui : Saebani Tanggal 20 Juni 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja penjualan (sales performance) di PT. Lion Super Indo dengan menggunakan metode least square.. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup laporan penjualan bulanan selama tahun 2022. Analisis data dilakukan dengan mengaplikasikan model least square untuk mengestimasi sales performance PT. Lion Superindo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara kegiatan promosi dan peningkatan penjualan. Selain itu, model least square yang dikembangkan berhasil memberikan prediksi yang akurat mengenai dampak promosi terhadap penjualan di masa mendatang. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen PT. Lion Superindo Pekalongan dalam merencanakan dan mengoptimalkan strategi promosi penjualan. Dengan memanfaatkan model peramalan yang telah dikembangkan, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih terinformasi mengenai alokasi anggaran promosi dan waktu pelaksanaan kampanye promosi yang optimal

Kata kunci: least square, sales performance, PT.lion Superindo

SALES PERFORMANCE EVALUATION PT. LION SUPERINDO PEKALONGAN

Abstract

This research aims to evaluate sales performance at PT. Lion Super Indo using the least squares method. The data used in this research includes monthly sales reports for 2022. Data analysis was carried out by applying the least squares model to estimate PT's sales performance. Lion Supeindo. The research results show that there is a significant positive correlation between promotional activities and increased sales. In addition, the least squares model developed succeeded in providing accurate predictions regarding the impact of promotions on future sales. This research provides a practical contribution to the management of PT. Lion Superindo Pekalongan in planning and optimizing sales promotion strategies. By utilizing the forecasting model that has been developed, companies can make more informed decisions regarding the allocation of promotional budgets and the optimal timing of promotional campaigns..

Keywords: least square, sales performance, PT.lion Superindo

PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan untuk meramalkan penjualan secara akurat menjadi sangat penting bagi perusahaan. Peramalan penjualan yang tepat memungkinkan perusahaan untuk mengelola sumber daya agar lebih efisien, mengoptimalkan inventaris, merencanakan produksi, dan merancang strategi pemasaran yang efektif. Ketidakakuratan dalam peramalan penjualan dapat mengakibatkan berbagai masalah, seperti kelebihan *stock* (*overstock*) atau kekurangan *stock* (*stockout*), yang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas dan daya saing perusahaan.

Superindo adalah supermarket di Indonesia, yang sudah berkembang sejak tahun 1997. Dan sudah memiliki 183 termasuk 6 gerai waralaba yaitu Super Indo Express. Gerai Super Indo tersebar di kota-kota besar di Pulau Jawa dan Sumatera bagian selatan. Setiap gerai umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. (www.superindo.co.id, 2022)

PT.lion superindo sebagai perusahaan ritel yang menjual produk makanan dan minuman dalam kegiatan operasionalnya rentan terhadap masalah persediaan barang, terkadang stock barang berlebihan menumpuk digudang, salah satu penyebabnya karena Kesalahan dalam memprediksi permintaan pasar sehingga barang yang dipesan melebihi kebutuhan sebenarnya, atau Penurunan mendadak dalam permintaan konsumen.

Sales performance sangat krusial dan berperan besar dalam mencapai target penjualan. Namun, untuk mencapai hasil penjualan yang optimal, diperlukan sinergi antara berbagai elemen seperti pemasaran, produk, harga, pelayanan pelanggan, dan adaptasi terhadap kondisi pasar. Harga memiliki peranan yang sangat penting dan melekat pada atribut penjualan produk baik barang maupun jasa (Rizaldi, 2022). Selain itu, kualitas layanan juga menjadi faktor yang layak untuk menjadi perhatian dalam meningkatkan volumen penjualan (Solikhah, et al., 2023). Kolaborasi antar departemen dalam perusahaan serta strategi yang holistik dan terintegrasi akan membantu meningkatkan penjualan secara keseluruhan.

Forecasting adalah alat yang sangat efektif untuk meningkatkan penjualan dengan cara membantu perusahaan merencanakan dan mengelola berbagai aspek bisnis mereka dengan lebih baik. Dengan perkiraan yang akurat, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi risiko, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan keuntungan

. Implementasi forecasting yang baik juga memerlukan penggunaan data yang tepat, teknologi yang mendukung, dan keahlian dalam analisis data. forecasting adalah salah satu cara yang efektif untuk dapat meningkatkan laba perusahaan (pakaja et al. 2012) bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan bisa mengembangkan usahanya. Prediksi penjualan/ sales forecasting adalah salah satu cara yang efektif untuk dapat meningkatkan laba

perusahaan (pakaja et al. 2012).

Salah satu indikator penting dalam sebuah perusahaan, bila tingkat penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut besar, maka laba yang dihasilkan perusahaan itu pun akan besar pula sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan bisa mengembangkan usahanya. Prediksi penjualan/sales forecasting adalah salah satu cara yang efektif untuk dapat meningkatkan laba perusahaan (pakaja et al. 2012)

Untuk mendukung tingkat penjualan yang tinggi performance sales menjadi kegiatan utama yang perlu mendapatkan perhatian, untuk itu telaah tentang sales performance dengan bantuan metode *least square* dalam penelitian ini menjadi kajian yang penting untuk dilakukan.

Pengukuran kinerja penjualan merupakan aspek penting dalam manajemen bisnis, terutama dalam pengambilan keputusan strategis yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Metode Least Square (Kuadrat Terkecil) sering digunakan dalam analisis regresi untuk menentukan hubungan antara variabel-variabel dan memprediksi kinerja berdasarkan data historis. Berikut adalah beberapa konsep dan studi yang relevan dengan topik ini

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka. Pengambilan data dalam penelitian ini yaitu sales performance yang ada di PT. Lion Superindo dengan data sales performance tahun 2022, pengumpulan data dengan teknik wawancara

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data historis dari Sales performance PT. Lion Superindo dari bulan Januari s.d Desember 2022

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini menggunakan data historis sales performance PT. Lion Superindo selama satu tahun dari bulan Januari s.d Desember 2022

Prosedur tahap-tahap dalam penelitian ini :

Tahapan pada penelitian ini pertama mengumpulkan data historis penjualan dari tahun 2021 dan 2022 untuk melihat kondisi penjualan PT. Lion Superindo selama 12 bulan, tahapan selanjutnya melakukan identifikasi penjualan selama rentang waktu tersebut. Tahapan yang berikutnya adalah melakukan perhitungan peramalan penjualan

dengan metode least square dengan rumus $Y = a + bx$

Keterangan :

Y = nilai trend pada periode tertentu

a = intersep yaitu besarnya nilai Y bila nilai X = 0

b = slope garis trend, yaitu perubahan variabel Y untuk setiap perubahan satu unit variabel X

x = unit waktu yang dihitung dari periode dasar

Untuk membuat nilai $\sum Xi=0$ tergantung dari jumlah data tahunnya yaitu genap dan ganjil, (Budiasih Yanti, 2012) pedomannya sebagai berikut: (1.) Bila jumlah data tahun tidak habis dibagi dua yaitu ganjil maka dipakai skala $x = 1$ tahun. Maka tahun dasar diletakkan ditengahnya, Bila jumlah data tahun habis dibagi dua yaitu genap maka dipakai skala $x = 1/2$ tahun. Maka tahun dasar diletakkan pada tahun yang ditengah, Prinsip dari metode kuadrat terkecil adalah meminimumkan jumlah kuadrat penyimpangannya (selisih) nilai variable bebasnya (Yi) dengan nilai trend / ramalan (Y') atau $\sum(Yi-Y')^2$ diminimumkan. Dengan bantuan kalkulus yaitu deviasi partial, $\sum(Yi-Y')^2$ diminimumkan maka akan diperoleh dua buah persamaan normal sebagai berikut:

$$\sum Yi = n.a + b.\sum Xi$$

$$\sum Xi Yi = a.\sum Xi + b.Xi^2 \dots\dots\dots(2.1)$$

Dengan menyelesaikan kedua persamaan normal ini secara simultan, maka nilai a dan b dari persamaan trend $Y' = a + b X$ yang dicari dapat dihitung. Agar perhitungan menjadi lebih sederhana pemberian kode pada nilai X (tahun) diupayakan sedemikian rupa sehingga $\sum Xi=0$, dengan begitu persamaan normal di atas dapat disederhanakan menjadi:

$$a = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots(2.2)$$

$$b = \frac{\sum Xi Yi}{\sum Xi^2} \dots\dots\dots(2.3)$$

Setelah nilai a dan b dihitung dengan rumus di atas maka setelah itu menganalisis hasil yang telah dihitung dan menyusun asumsi dari hasil peramalan penjualan dari bulan januari 2022 sampai dengan Desember 2022 dan kemudian diambil kesimpulan

Teknik Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu berupa angka, angka dari hasil kinerja pemasaran PT. Lion Superindo selama satu tahun tepatnya dari bulan januari hingga Desember 2022 Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. yaitu mengidentifikasi dan memberikan gambaran tentang peramalan penjualan menggunakan metode least square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini dilakukan penghitungan peramalan kinerja penjualan PT. Lion Superindo Pekalongan dengan menggunakan metode least square. Pertama tama memasukkan data actual penjualan sebagai nilai Y nya, kemudian menentukan nilai x nya, untuk menentukan nilai x sebagai variable waktu dengan melihat jumlah data aktualnya , dikarenakan data sebanyak 12 item, jumlah genap maka skor nilai x nya adalah -11,-9,-7,-5,-3,-1,1,3,5,7,9, dan 11, langkah berikutnya adalah menghitung nilai a dengan menggunakan rumus

$$a = \sum Y/n$$

$$a = 71.199.269/12$$

a = 5.933.271 selanjutnya mencari nilai b dengan rumus sebagai berikut

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

$$b = -422.023.29/572$$

b = -73.780. nilai a dan b sudah kita dapatkan kemudian langkah berikutnya memasukan rumus $Y = a + b \times$ untuk memprediksi penjualan pada bulan berikutnya, untuk prediksi penjualn pada bulan januari sampai dengan mei 2023 sebagai berikut :

$$Y \text{ Jan } 23 = 5.933.271 + -73.780 (13) = 4.974.131$$

$$Y \text{ Feb } 23 = 5.933.271 + -73.780 (15) = 4.826.571$$

$$Y \text{ Mar} 23 = 5.933.271 + -73.780 (17) = 4.679.011$$

$$Y \text{ Apr } 23 = 5.933.271 + -73.780 (19) = 4.531.451$$

$$Y \text{ Mei } 23 = 5.933.271 + -73.780 (21) = 4.383.891$$

Tabel 4.1 Peramalan Penjualan

No	Periode	Y	X	XY	X ²	Peramalan
1	Januai	6.093.338	-11	-67026718	121	5.121.691
2	Februari	5.496.551	-9	-49468959	81	5.269.251
3	Maret	7.566.049	-7	-52962343	49	5.416.811
4	April	8.966.204	-5	-44831020	25	5.564.371
5	Mei	5.435.567	-3	-16306701	9	5.711.931
6	Juni	5.140.515	-1	-5140515	1	5.859.491
7	Juli	5.790.903	1	5790903	1	
8	Agustus	5.457.955	3	16373865	9	
9	September	5.189.408	5	25947040	25	
10	Oktober	5.150.406	7	36052842	49	
11	November	5.333.380	9	48000420	81	
12	Desember	5.578.987	11	61368857	121	
	Total	71.199.269	0	-42202329	572	
13	Januari 2023		13			4.974.131
14	Feb 2023		15			4.826.571
15	Maret 2023		17			4.679.011
16	April 2023		19			4.531.451
17	Mei 2023		21			4.383.891

Dari hasil perhitungan peramalan penjualan pada PT.Lion Superindo Pekalongan berdasarkan data prediksi untuk bulan Januari 2023 adalah sebesar 4.974.131 pada bulan Februari sebesar 4.826.571 dan pada bulan Maret sebesar 4.679.011 dengan hasil prediksi tersebut dapat dilihat bahwa penjualan PT. Lion Superindo cenderung mengalami penurunan, oleh karena itu metode peramalan sangat penting dalam dunia bisnis , dengan adanya peramalan ini dapat di ketahui kondisi penjualan di masa yang akan datang sehingga dapat diambil keputusan yang tepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan peramalan diatas menunjukkan bahwa hasil penjualan PT. Lion Superindo Pekalongan dari Bulan Januari, Februari , Maret 2023 mengalami penurunan, penurunan terjadi tidak hanya pada tahun 2023 namun sebenarnya pada bulan bulan akhir tahun sebelumnya yaitu tahun 2022 sudah ada indikasi menurun dan ternyata setelah dilakukan perhitungan peramalan dengan metode least square mengalami penurunan.oleh karena itu penelitian peramalan tersebut memang perlu dilakukan untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Saran

Saran bagi PT. Lion Superindo Pekalongan dengan melihat dari hasil peramalan tersebut ,perlu segera ada tindak lanjut untuk meningkatkan kembali sales performance karyawan melalui berbagai kegiatan pemasaran dan pengembangan sumberdaya manusia., antar lain dengan mengumpulkan dan menganalisis data penjualan historis untuk mengidentifikasi tren dan pola penjualan. Analisis ini dapat membantu mengidentifikasi produk mana yang mengalami penurunan penjualan dan segmentasi pelanggan yang paling terpengaruh.

selanjutnya Lakukan pula segmentasi pelanggan, berdasarkan berbagai kriteria seperti demografi, perilaku pembelian, dan preferensi. Fokuskan upaya pemasaran pada segmen pelanggan yang paling menguntungkan atau yang berpotensi untuk meningkatkan penjualan.

Untuk lebih meningkatkan performa lakukan Evaluasi Strategi Pemasaran, Tinjau kembali strategi promosi yang ada. Coba lakukan berbagai pendekatan seperti diskon, bundling produk, atau program loyalitas untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Model promosi yang sedang handal saat ini yaitu Manfaatkan pemasaran digital seperti media sosial, email marketing, dan iklan online untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan

kesadaran merek

Kembangkan kemampuan karyawan dengan mengikuti program Pelatihan Karyawan, Berikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Respons Cepat terhadap Keluhan: Tangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Pelanggan yang merasa dihargai dan diperhatikan cenderung lebih loyal dan mungkin akan melakukan pembelian ulang.

Tinjau kembali Portofolio Produk lakukan Evaluasi kinerja produk saat ini dan identifikasi produk yang kurang diminati. Pertimbangkan untuk menambah produk baru atau menghapus produk yang tidak laku.

Ciptakan produk baru atau perbarui produk yang ada (inovasi produk) untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang.

Optimalisasi Manajemen Persediaan

Lakukan Monitor Persediaan dengan menggunakan sistem manajemen persediaan yang efektif untuk memantau tingkat persediaan secara real-time. Pastikan produk yang paling diminati selalu tersedia.

Pengurangan Persediaan Berlebih: Identifikasi produk dengan persediaan berlebih dan rencanakan strategi untuk mengurangi persediaan tersebut, seperti melalui promosi khusus atau diskon.

Lakukan analisis harga kompetitif untuk memastikan harga produk Anda sesuai dengan pasar. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan.

Langkah penting berikutnya dengan Strategi Penetapan Harga: Pertimbangkan berbagai strategi penetapan harga seperti harga dinamis, harga psikologis, atau penawaran khusus untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Penggunaan Teknologi Sistem CRM (Customer Relationship Management): Implementasikan sistem CRM untuk mengelola interaksi dengan pelanggan dan mengoptimalkan pemasaran serta layanan pelanggan.

Analitik Bisnis: Gunakan alat analitik bisnis untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang perilaku pelanggan, tren penjualan, dan kinerja operasional. Ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

Pengembangan Kanal Distribusi Kanal Penjualan Online: Jika belum memiliki, pertimbangkan untuk membuka toko online atau bermitra dengan platform e-commerce untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Omni-Channel: Integrasikan berbagai kanal penjualan (online dan offline) untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mulus bagi pelanggan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, perusahaan ritel dapat meningkatkan kinerja penjualan mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan mengoptimalkan operasional bisnis secara keseluruhan.

REFERENSI

- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2011). *Essentials of Modern Business Statistics with Microsoft Excel*. South-Western Cengage Learning.
- Badmus, M. A. dan Ariyo, O. S. 2011. Forecasting cultivated areas and production of Maize in Nigerian using ARIMA Model. *Asian journal of agricultural science*. 3(3):171-176
- Churchill, G. A., & Peter, J. P. (1998). *Marketing: Creating Value for Customers*. Irwin/McGraw-Hill.
- Djarwanto. subagyo pangestu:2000. *Statistik induktif*. BPFE Yogyakarta
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill.
- Hariri F R, 2016. Metode least square untuk memprediksi penjualan sari kedelai rosi. *Jurnal simetris volume 7 no 2*
- Hyndman, R. J., & Athanasopoulos, G. (2018). *Forecasting: Principles and Practice* (2nd ed.). OTexts.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2004). *Applied Linear Statistical Models*. McGraw-Hill.
- Linda, Puspa., Marihat Situmorang., Gim Taringan, "Peramalan Penjualan Produksi Teh Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro Sumatera Bagian Utara Tahun 2014 dengan Metode Arima Box Jenkins", *Saintia Matematika*, vol 02, no. 03 pp. 253-266, 2014
- Makridakis, S., Wheelwright, S. C., & Hyndman, R. J. (1998). *Forecasting: Methods and Applications* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

-
- Montgomery, D. C., Jennings, C. L., & Kulahci, M. (2015). *Introduction to Time Series Analysis and Forecasting*. John Wiley & Sons.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2012). *Introduction to Linear Regression Analysis*. Wiley.
- Paramita, Citra., Dul Muid, "Analisa Perbandingan Metode Peramalan Penjualan Bahan Bakar Minyak dengan Standar Kesalahan Peramalan (SKP) pada PT. Pertamina (Persero) Region IV Jateng dan DIY", 2011.
- Putra Pamungkas, Dinar. 2016. implementasi metode least square untuk prediksi penjualan tahu pong. *jurnal ilmiah nero Volume2 Nomer 2*
- Raju, T. S., & Konda, K. (2017). Sales Performance Analysis Using Regression. *Journal of Business and Management*, 19(2), 1-7.
- Rizaldi, H. (2022). The influence of brand popularity, perceived quality, price, and need on purchase intention iPhone products in Purwokerto. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 24(2), 14-22.
- Sadli, Muhammad. 2017. Implementasi sistem cerdas Least square dalam meramalkan pemenuhan kebutuhan stock listrik dikota lhokseumawe. *jurnal ecotipe*. Volume 14 no.2
- Solikhah, F., Purwanto, T., Arifiyanto, M., Rizaldi, H., & Moegiri, M. (2023). ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, TINGKAT PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT (Studi Kasus pada Lazismu Kota Pekalongan). *Neraca*, 19(2), 76-86.
- Sudarismiaty A., dan Tri Diah Sari M., 2016. Analisis Peramalan Penjualan untuk menentukan rencana produksi pada UD Rifa'i. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*. Vol 14 No 2.
- Sugiyono., 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kuantitatif dan R&D Bandung*. CV Alfabet
- Sun, W., & Zhou, H. (2014). Prediction of Sales Using Least Squares Method. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6), 180-184.
- Wilda Nur Octavia, R., dan Chotijah., U. 2022. Implementasi Metode Least Square untuk memprediksi penjualan kue donat dan Bomboloni. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. Vol 11 No 1