

**PENGARUH RAMALAN PENJUALAN
TERHADAP PENENTUAN TARGET PENJUALAN OBAT
DI PT. RAJAWALI INTI RETAIL (GUARDIAN PHARMACY)
J A K A R T A**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah-satu Tugas Akademik
Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

Oleh :

Himawan Prabawanto

N I M : 88420030

NIRM : 88312340250014

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
J A K A R T A
1 9 9 4**



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
J A K A R T A


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

N a m a : Himawan Prabawanto
N I M : 88420030
N I R M : 88312340250014
J u r u s a n : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Pengaruh Ramalan Penjualan Terhadap
Penentuan Target Penjualan Obat Di
PT.Rajawali Inti Retail (Guardian
Pharmacy) Jakarta.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan di hadapan
Panitia Ujian Skripsi pada Universitas Darma Persada.


Jakarta, Juli 1994

Mengetahui,
An.Dekan Fakultas Ekonomi
Ketua Jurusan Manajemen

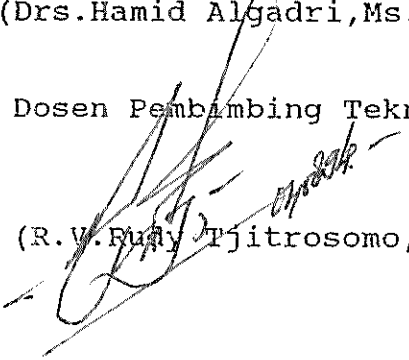

(Drs.Victor Senobua)

Menyetujui

Dosen Pembimbing Materi


(Drs.Hamid Algadri, Ms.Tr)

Dosen Pembimbing Teknis,


(R.W.Rudy Tjitrosomo, SH)



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
J A K A R T A

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Ramalan Penjualan Terhadap
Penentuan Target Penjualan Obat Di
PT. Rajawali Inti Retail (Guardian
Pharmacy) Jakarta.

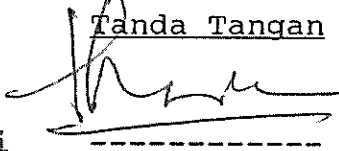

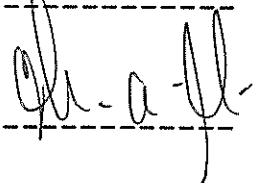
Dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Himawan Prabawanto
N I M : 88420030
N I R M : 88312340250014
J u r u s a n : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)

Telah diajukan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada
tanggal 27 Agustus 1994.

dengan hasil / catatan :

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

<u>N a m a</u>	<u>Jabatan</u>	<u>Tanda Tangan</u>
1. Dr. Hamdy Hady	Ketua Penguji	
2. Drs. Hamid Alqadri, Ms.Tr	Anggota Penguji	
3. Chalid Ismail, SE	Anggota Penguji	

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karuniaNya, bahwa akhirnya Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Adapun maksud penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah-satu tugas akademik dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat dalam menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, Penulis tidak sedikit mengalami hambatan dan kesulitan yang disebabkan karena kurangnya pengalaman dalam penyusunannya. Disamping itu Penulis menyadari pula bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi materi maupun teknik pembahasannya, namun akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati Penulis akan menerima segala kritik dan saran yang bermanfaat bagi penyempurnaan Skripsi ini.

Pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa terima-kasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak, terutama kepada :

1. Bapak Drs. Dahlan M. Satalaksana, MAFC, MAPE, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Victor Senobua, selaku Ketua-Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
3. Bapak Drs. Hamid Alqadari, Ms. Tr, selaku dosen pembimbing materi yang telah banyak memberikan

bimbingan dan pengarahan dalam penulisan Skripsi ini.

4. Bapak R.V. Rudy Tjitrosomo, SH, selaku dosen pembimbing teknis yang banyak memberikan pengarahan sehingga Skripsi ini dapat tersusun.
5. Para Dosen dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada, Jakarta.
6. Pimpinan PT. RAJAWALI INTI RETAIL dan Stafnya, khususnya Divisi Marketing, yang telah membantu Penulis dalam mendapatkan data-data serta keterangan-keterangan yang sangat diperlukan.
7. Saudara Drs. Mukadi dan Saudara Prayogo yang telah banyak memberikan dorongan moril dalam menyusun Skripsi ini.
8. Orang-tua dan istri tercinta yang telah dengan sabar mendampingi Penulis dan memberikan bantuan moril maupun materiil selama penyelesaian studi.

Untuk kesemuanya Penulis hanya dapat mendoakan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan memberikan rahmat dan karuniaNya sebagai imbalan.

Akhir kata, besar harapan Penulis kiranya Skripsi ini akan dapat bermanfaat, atau sedikitnya memberikan sumbangan bagi para pembaca yang berminat dalam perkembangan Ilmu Manajemen khususnya dalam bidang pemasaran.

Jakarta, Juli 1994

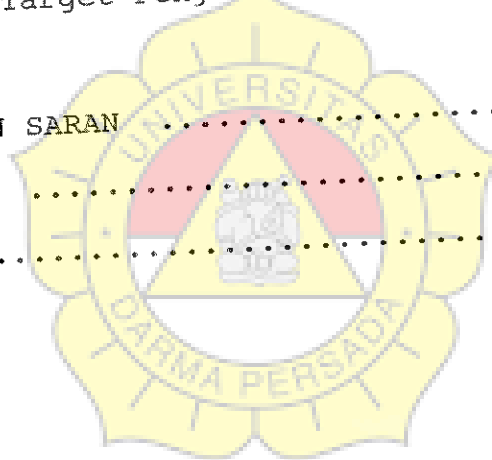
Penulis,

(Himawan Prabawanto)

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar-belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penulisan	5
D. Ruang-lingkup	5
E. Metode Penelitian	6
F. Sistematika Pembahasan	7
II. LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Umum Pemasaran	10
B. Pengertian Ramalan Penjualan	13
C. Hubungan Ramalan Penjualan dengan Target Penjualan	17
D. Kegunaan Ramalan Penjualan	17
E. Jenis-jenis Ramalan Penjualan	19
F. Model-model Ramalan Penjualan	21

III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
A. Sejarah singkat Perusahaan	41
B. Ruang-lingkup Kegiatan Perusahaan	44
C. Data Penjualan	
IV. ANALISA PENGARUH RAMALAN PENJUALAN.....	69
A. Masalah Yang Dihadapi Perusahaan.....	70
B. Perkembangan Penjualan	77
C. Proyeksi Penjualan	89
D. Menentukan Target Penjualan	
V. KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan	99
B. Saran	
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

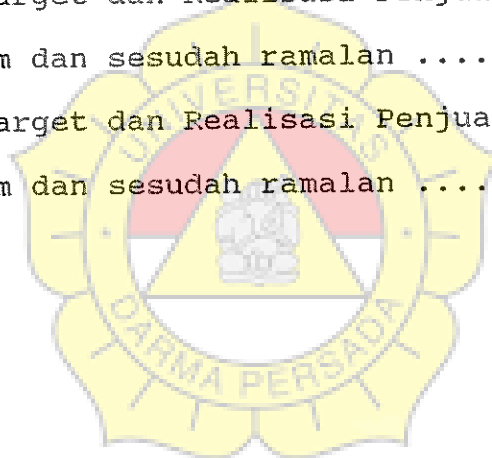


DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Analisa Garis Trend Setengah Rata-rata	24
2. Tehnik Ramalan Model Moment	26
3. Tehnik Ramalan Model Least Square	28
4. Tehnik Ramalan Model Single Exponential Smoothing	30
5. Tehnik Ramalan Model Double Exponential Smoothing	32
6. Tehnik Ramalan Model Simple Average Method..	35
7. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Juli 1992	46
8. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Agustus 1992	47
9. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan September 1992	48
10. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Oktober 1992	49
11. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Nopember 1992	50
12. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Desember 1992	51
13. Target dan Realisasi Penjualan Obat Bulan Januari 1993	52

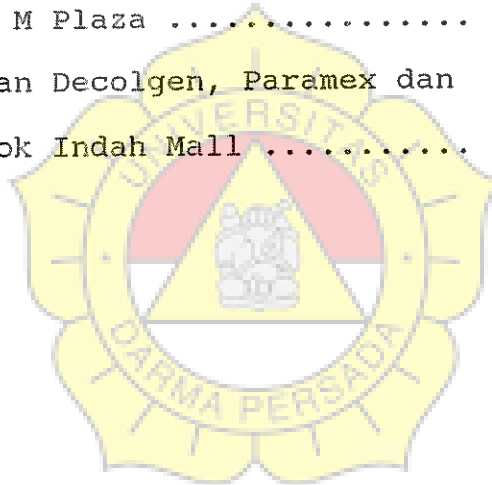
14. Target dan Realisasi Penjualan Obat	
Bulan Februari 1993	53
15. Target dan Realisasi Penjualan Obat	
Bulan Maret 1993	54
16. Target dan Realisasi Penjualan Obat	
Bulan April 1993	55
17. Target dan Realisasi Penjualan Obat	
Bulan Mei 1993	56
18. Target dan Realisasi Penjualan Obat	
Bulan Juni 1993	57
19. Target dan Realisasi Penjualan Decolgen	58
20. Target dan Realisasi Penjualan Paramex	59
21. Target dan Realisasi Penjualan Procold	60
22. Perbandingan Realisasi Penjualan dan Persediaan Decolgen	62
23. Perbandingan Realisasi Penjualan dan Persediaan Paramex	63
24. Perbandingan Realisasi Penjualan dan Persediaan Procold	64
25. Penjualan Decolgen di Outlet Guardian	66
26. Penjualan Paramex di Outlet Guardian	67
27. Penjualan Procold di Outlet Guardian	68
28. Ramalan Penjualan Decolgen Model Exponential Smoothing Tunggal	78

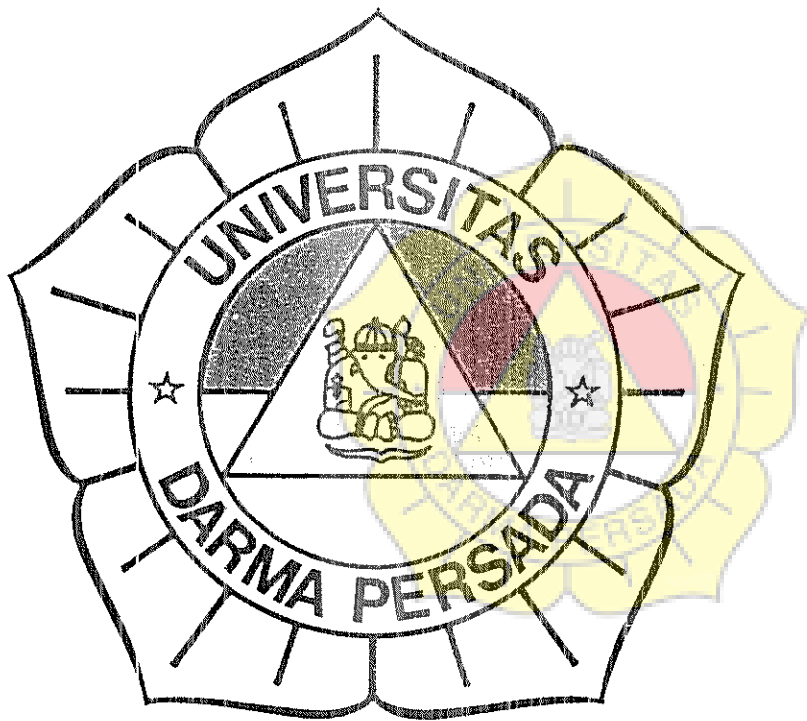
29. Ramalan Penjualan Paramex Model	
Exponential Smoothing Tunggal	82
30. Ramalan Penjualan Procold Model	
Exponential Smoothing Tunggal	86
31. Perhitungan Rata-rata Persediaan Decolgen ..	90
32. Perhitungan Rata-rata Persediaan Paramex ...	91
33. Perhitungan Rata-rata Persediaan Procold ...	92
34. Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Decolgen sebelum dan sesudah ramalan	94
35. Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Paramex sebelum dan sesudah ramalan	95
36. Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Procold sebelum dan sesudah ramalan	96



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Grafik Penjualan Decolgen, Paramex, dan Procold	70
2. Tingkat Penjualan Decolgen, Paramex dan Procold di Guardian Plaza Indonesia	73
3. Tingkat Penjualan Decolgen, Paramex dan Procold di Blok M Plaza	74
4. Tingkat Penjualan Decolgen, Paramex dan Procold di Pondok Indah Mall	75





BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR-BELAKANG MASALAH

Pada umumnya upaya yang selalu dilakukan oleh setiap pengusaha di dalam menawarkan produknya, baik berupa barang maupun jasa baik bersifat elastis maupun inelastis selalu bertujuan agar dapat tejual. Demikian pula halnya dengan Perusahaan yang bergerak di bidang farmasi, akan berupaya agar setiap barang yang ditawarkan dapat dibeli oleh konsumen.

Sebagaimana diketahui PT. Rajawali Inti Retail disamping sebagai distributor juga sebagai pengecer, yang dikenal dengan nama Guardian Pharmacy, menawarkan berbagai jenis barang seperti: obat bebas, obat-obatan dengan resep Dokter (Apotik), vitamin, health-food, rehab-equipments, barang-barang kebutuhan bayi dan barang-barang lain yang berhubungan dengan perawatan tubuh.

Dari sekian banyak jenis barang yang ditawarkan, sudah tentu kelancaran penjualannya tidak akan selalu sama. Artinya, harus dilihat juga sikap konsumen terhadap barang-barang yang ditawarkan itu sendiri, sebab walaupun yang ditawarkan harganya murah belum tentu

dibeli oleh calon konsumen.

Apalagi produk yang gunanya sebagai obat, dalam penjualannya harus banyak memerlukan perhatian baik dari segi kemasan, penempatannya, umur peredarannya, serta harga obat itu sendiri. Karena penggunaan obat menyangkut keselamatan jiwa pemakainya.

Obat memang bukan merupakan kebutuhan pokok masyarakat, tetapi adalah kebutuhan yang sangat penting pada waktu orang mengalami sakit. Bagi golongan masyarakat tertentu, tingginya harga menyebabkan obat-obatan merupakan sesuatu yang sulit diperoleh, sehingga adakalanya pada saat mendesak harta-benda apapun harus dikorbankan untuk dapat membelinya.

Untuk dapat membagi-bagi atau mengelompokkan jenis barang mana yang dibutuhkan oleh, konsumen langkah yang tepat untuk dilakukan antara lain dengan mempelajari data-data penjualan (data empiris). Data penjualan tersebut dapat memberikan indikasi, bahwa barang yang banyak terjual berarti banyak dibutuhkan oleh konsumen. Hal tersebut berarti bahwa untuk melihat barang-barang apa saja yang dibutuhkan, perlu dilakukan pengelompokan atau pemilahan mengenai urutan dari berbagai jenis barang yang terjual.

Dengan membuat urutan dari jenis barang yang terjual :

yaitu, pertama dari jumlah yang paling banyak terjual, sampai dengan jumlah yang paling sedikit terjual, akan terlihat perbedaan banyaknya barang yang dibutuhkan oleh masyarakat atau konsumen.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa PT. Rajawali Inti Retail selain bergerak sebagai distributor juga bergerak sebagai pengecer (untuk usaha eceran lebih dikenal dengan nama Guardian Pharmacy) barang-barang farmasi seperti : obat bebas, obat dengan resep dokter (apotik), vitamin, health food, rehab equipment, barang-barang kebutuhan bayi, kosmetik dan barang kesehatan lainnya. Untuk mengetahui berapa jumlah barang yang terjual, dapat dilakukan melalui pengecekan jenis-jenis barang yang laku terjual. Akan tetapi karena banyaknya jenis barang yang dijual (yaitu mencakup jenis, ragam merek, dan kegunaannya) hal ini tentunya akan memakan waktu yang cukup lama. Karena itu untuk mengumpulkan data-data yang dapat dijadikan sebagai dasar pemilahan barang-barang yang cepat terjual ("fast moving") akan memerlukan waktu dan pemikiran yang khusus.

Upaya setiap perusahaan di dalam merencanakan persediaan barang-barang dagangannya, disamping berkeinginan untuk dapat menetapkan kepastian tentang jumlah

persediaan barang pada waktu yang akan datang, juga ingin melihat perkembangan penjualan dari tiap-tiap jenis barang itu sendiri.

Untuk melihat berapa banyak barang yang akan dijual pada masa yang akan datang, dan bagaimana perkembangannya, perusahaan harus dapat membuat ramalan yang mampu menjelaskan tentang perkembangan jumlah barang yang dijual, dan jumlah barang yang akan ditanamkan di masa mendatang.

Jika memperhatikan Guardian Pharmacy (yang menjual berbagai jenis barang untuk kebutuhan kesehatan) dalam upayanya melakukan ramalan dan melihat perkembangan penjualan selama ini, merupakan pekerjaan yang tidak mudah baginya, artinya disamping umur Perusahaan yang masih relatif muda (yaitu baru 3 tahun berjalan) penentuan metoda ramalan yang sesuai dengan bidang usaha akan menjadi pemikiran yang harus dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka Penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang perkembangan penjualan khususnya penentuan "target" penjualan pada PT. Rajawali Inti Retail, dalam hal ini divisi Guardian Pharmacy. Untuk itu Penulis memilih judul : *PENGARUH RAMALAN PENJUALAN TERHADAP PENENTUAN TARGET PENJUALAN OBAT DI PT. RAJAWALI INTI RETAIL (GUARDIAN PHARMACY), JAKARTA.*

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

"Sejauhmana pengaruh metode peramalan dapat digunakan untuk menentukan target penjualan barang-barang eceran".

Penelitian ini dilakukan di PT. Rajawali Inti Retail, Jakarta.

C. TUJUAN PENULISAN

Tujuan dari penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk :

1. Memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi akhir pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Mengetahui sampai sejauh mana pengaruh metode peramalan dapat digunakan dalam menentukan target penjualan barang-barang eceran khususnya obat-obatan.

D. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup dari penelitian ini dibatasi atas :

1. Penelitian dilakukan di PT. Rajawali Inti Retail, Jakarta.
2. Jenis-jenis barang yang diteliti adalah obat-obatan

- anti influenza, merek Decolgen, Paramex dan Procold.
3. Data-data yang digunakan dari bulan Juli 1992 sampai dengan Juni 1993.

E. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan skripsi ini, dilakukan dengan menggunakan beberapa metode :

1. Metode Pengumpulan Data :

a. Riset lapangan ("Field Research").

Riset ini dilakukan dengan jalan mengadakan penelitian langsung terhadap perusahaan untuk memperoleh data primer dari perusahaan tersebut, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Wawancara ("Interview") sebagai metode pengumpulan data dengan jalan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan.
2. Menyusun daftar pertanyaan ("Questionnaire"), yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada perusahaan.

b. Riset Kepustakaan ("Library Research").

Riset ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari buku-buku wajib

("texts books") yang ada hubungannya dengan masalah rumusan yang menyangkut kegiatan peramalan, serta mempelajari buku-buku pelengkap ("reference") seperti majalah, surat kabar dan sebagainya.

2. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh lebih dititik beratkan pada perhitungan angka-angka. Perhitungan ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pendekatan model peramalan "Single Exponential Smoothing".

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN SKRIPSI

Sistematika pembahasan, merupakan gambaran secara singkat dan jelas mengenai materi Skripsi ini, dan Penulis membagi materi Skripsi menjadi lima bab terdiri atas beberapa sub-bab, dengan susunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan ini terdiri atas enam sub-bab: sub-bab pertama menguraikan Latar-belakang Masalah, sub-bab kedua mengenai Rumusan Masalah, sub-bab ketiga mengenai Tujuan Penelitian, sub-bab ke empat mengenai Ruang-lingkup Penelitian, sub-bab ke lima menguraikan tentang Metodologi

dari Penelitian, dan yang terakhir adalah Sistematisa Penyusunan Skripsi berisi uraian dari bab-pokok dan sub-bab yang terdapat dalam Skripsi ini.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam Bab ini Penulis membagi dalam sub-bab yang terdiri atas : Pengertian secara umum tentang Pemasaran, kemudian pengertian Ramalan Penjualan, Kegunaan Ramalan Penjualan, Jenis-jenis Ramalan Penjualan, Model-model Ramalan.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum tentang Perusahaan, yang meliputi Sejarah-singkat Perusahaan, baik ditinjau dari Dasar Hukum, Modal Perusahaan dan Struktur-organisasinya. Disamping itu juga dijelaskan tentang Ruang-lingkup Kegiatan, Data Penjualan beserta penentuan target penjualan (dalam bentuk tabel).

BAB IV: ANALISA PENGARUH RAMALAN PENJUALAN

Bab ini merupakan inti dari penyusunan Skripsi, karena dalam bab ini akan dianalisa pula ten-

tang Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan. Disamping itu juga tentang perkembangan penjualan obat berdasarkan tingkat pertumbuhan penjualannya. Dalam penganalisaan ini pemecahan masalahnya menggunakan pendekatan dengan tehnik peramalan secara kuantitatif. Disamping itu, juga akan dibahas tentang penentuan "target" penjualan. Penjualan dengan menggunakan beberapa alternatif/pilihan pemecahan yang pendekatannya memanfaatkan model Ramalan; dan yang terakhir adalah penentuan pilihan sebagai alternatif pemecahan masalah dengan menggunakan ramalan Penjualan metode pengukuran kuantitatif, Model Exponential Smoothing Tunggal (Single Exponential Smoothing).

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini merupakan penutup dari penyusunan Skripsi ini, dan Penulis mencoba membuat kesimpulan serta memberikan saran-saran yang kiranya dapat diambil manfaatnya.