

ABSTRAK

Rahmad Ardiansyah, NPM 04.815.0029, dengan Judul Skripsi “Peramalan Penjualan Kendaraan Roda Empat Pada PT. Auto Kencana Andalas dengan Metode Trend”. Pembimbing I, Ir. Rupal Singh, MT., Pembimbing II, Ir. M. Banjarnahor.

Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang industri maupun jasa umumnya didirikan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, baik yang bersifat ekonomis maupun sosial. Pelayanan purna jual merupakan jasa pendukung produk, yaitu suatu kegiatan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen setelah terjadi pembelian suatu produk, hal ini merupakan wujud nyata perhatian terhadap kepuasan konsumen dan terhadap produk yang dijual untuk mencapai tujuan yang diharapkan. PT. Auto Kencana Andalas merupakan perusahaan yang bergerak di bidang outomotif, baik penjualan, perbaikan, dan pengadaan suku cadang serta pelayanan purna jual.

Selama ini promosi yang dijalankan pihak perusahaan PT. Auto Kencana Andalas dilakukan secara terbatas dan kurang efektif, hal ini disebabkan karena segala keputusan tentang promosi tergantung kepada Direktur, sedangkan departemen penjualan dan promosi hanya memberikan rancangan atau usulan tentang bentuk promosi yang akan dijalankan sehingga respon yang diberikan konsumen tidak seperti yang diharapkan, dan juga dalam pendistribusiannya, perusahaan sering dihadapkan pada permasalahan tidak sesuainya target penjualan yang dibuat dengan permintaan yang ada. Untuk memecahkan permasalahan tersebut digunakan model peramalan deret berkala, antara lain Trend Linier, Trend Kuadaratis, dan Trend Eksponensial sebagai metode dan teknik pemecahan masalah, sedangkan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara biaya promosi dan hasil penjualan digunakan rumus koefisien korelasi.

Tujuan dari permasalahan adalah untuk mengetahui kegiatan promosi dan pendistribusian produk kendaraan yang dijalankan oleh perusahaan saat ini, melihat hubungan antara biaya promosi dengan hasil penjualan serta membuat ramalan penjualan produk kendaraan untuk masa yang akan datang. Setelah data yang ada dianalisis diperoleh hasil pada bagian promosi, hendaknya jenis promosi sales promotion dijalankan bersamaan dengan jenis promosi personal selling, berdasarkan perhitungan koefisien korelasi terdapat hubungan yang kuat antara biaya promosi dengan hasil penjualan, yaitu 90 % dan berdasarkan hasil peramalan untuk kendaraan Chevrolet dan Opel Blazer diperkirakan permintaan pasar akan type kendaraan Spark, Aveo, Tavera, dan Zafira mengalami peningkatan, sedangkan untuk type Blazer Montera mengalami penurunan pada tahun 2007, 2008, dan 2009.

