



**PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK
PADA KOPERASI AGRINA KECAMATAN
ANGKOLA BARAT KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Svariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh :

**SAHDAN FAHRI HARAHAP
NIM. 12 230 0037**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK
PADA KOPERASI AGRINA KECAMATAN
ANGKOLA BARAT KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh :

**SAHDAN FAHRI HARAHAP
NIM. 12 230 0037**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK
PADA KOPERASI AGRINA KECAMATAN
ANGKOLA BARAT KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh :

**SAHDAN FAHRI HARAHAH
NIM. 12 230 0037**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19731128 200112 1 002

PEMBIMBING II

Utari Eyy Cahyani, MM
NIP. 19870521 201503 2 004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 Kode Pos 22733

Hal : Skripsi
a.n. SAHDAN FAHRI HARAHAH
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 April 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
di
Padangsidimpuan

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SAHDAN FAHRI HARAHAH yang berjudul: "**PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK PADA KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Muhammad Isa, ST, MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Pembimbing II

Utari Evy Cahyani, MM
NIP. 19870521 201503 2 004

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SAHDAN FAHRI HARAHAP
Nim : 12 230 0037
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ES-4
Judul Skripsi : **Proyeksi Penjualan Keripik Salak Pada Koperasi Agrina
Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah
dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan
kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat
penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi
sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 Tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa,
yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan
norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 27 Maret 2017

yang menyatakan,



SAHDAN FAHRI HARAHAP
NIM. 12 230 0037

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sahdan Fahri Harahap
NIM : 12 230 0037
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Proyeksi Penjualan Keripik Salak Pada Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 21 Maret 2017

Yang menyatakan,




SAHDAN FAHRI HARAHAP
NIM. 12 230 0037

KEMENTERIAN AGRI REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGRIKULTUR PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : SAHDAN FAHRI HARAHAP
NIM : 12 230 0037
FAKULTAS/JURUSAN : FEBI/EKONOMI SYARIAH-4
JUDUL SKRIPIS : PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK
KOPERASI AGRINA KECAMATAN
ANGKOLA BARAT KABUPATEN
TAPANULI SELATAN

Ketua

Sekretaris

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Anggota

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Tanggal/Pukul : 6 April 2017/ 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : 74,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 2,8
Predikat : BAIK



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 KodePos 22733**

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PROYEKSI PENJUALAN KRIPIK SALAK PADA
KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

NAMA : SAHDAN FAHRI HARAHAHAP

NIM : 12 230 0037

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 25 Mei 2017

Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Sahdan Fahri Harahap

Nim : 12 230 0037

Judul : Proyeksi Penjualan Keripik Salak Pada Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

Penelitian ini di latar belakang oleh seringnya terjadi kekurangan maupun kelebihan barang dagangan yang bisa menyebabkan terjadinya suatu masalah di KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN sebagai perusahaan yang bersifat *profit oriented*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proyeksi penjualan di tahun Oktober 2016 sampai Juli 2017 di KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN. Sehingga dapat disusun perencanaan pemesanan barang dagangan maupun perencanaan sumber daya lainnya.

Teori-teori dalam penelitian ini berkaitan dengan ilmu Manajemen Operasional, Penganggaran Perusahaan, Studi Kelayakan Bisnis, Manajemen Akuntansi dan Manajemen Penjualan. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah beberapa teori yang berkaitan dengan perencanaan dan prakiraan penjualan serta mengaitkannya secara perspektif Islam.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode *Time Series* yang terdiri dari 3 bagian, yaitu metode Trend Linear, metode Trend Parabolik, dan metode Trend Eksponensial. Ketiga metode ini dibandingkan dan akan dipilih salah satu yang lebih layak digunakan untuk menentukan proyeksi penjualan penjualan di KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN. Sampel data yang digunakan adalah data penjualan dari bulan April 2014 sampai September 2016. Data yang diambil merupakan data berbentuk dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persamaan yang layak digunakan untuk menentukan prakiraan penjualan di KOPERASI AGRINA KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN adalah $Y = 175,15 - 2,15X + 0,001X^2$, persamaan ini diambil dari metode trend parabolik, karena mempunyai tingkat kesalahan (MSE) terkecil dibandingkan dengan trend linier maupun trend eksponensial. Dari persamaan tersebut dapat diketahui prakiraan penjualan pada bulan Oktober 2016 sebanyak 109,461 Kotak, bulan November 2016 sebanyak 107,374 Desember 2016 sebanyak 105,289 kotak, Januari 2017 sebanyak 103,206 Kotak, Februari 2017 sebanyak 101,125 Kotak, Maret 2017 sebanyak 99,046 Kotak, April 2017 sebanyak 96,969 Kotak, Mei 2017 sebanyak 94,894 Kotak, Juni 2017 sebanyak 92,821 Kotak dan bulan Juli 2017 sebanyak 90,75 Kotak.

Kata Kunci: Proyeksi dan Penjualan

pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

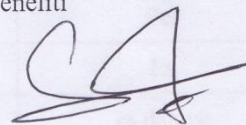
5. Muhammad Isa, ST.MM sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan
6. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di IAIN Padangsidempuan. Terimakasih juga kepada rekan-rekan seperjuangan di Angkatan 2012 khususnya Ekonomi Syariah-4/MB-3.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah bapak/ibu dan saudara-saudara berikan sangat berharga bagi kelancaran penyusunan skripsi peneliti. Semoga Allah dapat memberi imbalan dari apa yang telah bapak/ibu dan saudara-saudara berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran serta bimbingan dan arahan dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Padangsidempuan, 2 April 2017

Peneliti



Sahdan Fahri Harahap
NIM. 12 230 0037

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab – Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan Nomor 0543 b/u/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf lain.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	Te
ث	śā	Ś	es (dengan titik di atasnya)
ج	jīm	J	Je
ح	hā`	H	ha(dengan titik di bawahnya)
خ	khā`	Kh	ka dan kha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ż	zet (dengan titik di atasnya)
ر	rā`	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sīn	S	Es
ش	syīn	Sy	es dan ye
ص	śād	Ş	es (dengan titik di bawahnya)
ض	dād	D	de (dengantitik di bawahnya)

ط	ṭā`	Ṭ	te (dengantitik di bawahnya)
ظ	zā`	Z	zet (dengantitik di bawahnya)
ع	‘ain	...‘...	komaterbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	fā`	F	Ef
ق	qāf	Q	Qi
ك	kāf	K	Ka
ل	lām	L	El
م	mīm	M	Em
ن	nūn	N	En
و	wāwu	W	We
ه	hā`	H	Ha
ء	hamzah	,	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā`	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	a

	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ – kataba يَذْهَبُ – yazhabu

فَعَلَ – fa’ala سُئِلَ – su’ila

ذُكِرَ – zükira

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ – kaifa هَوْلٌ – haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
	Dammah dan Wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ – qāla

قِيلَ – qīla

رَمَى – ramā

يَقُولُ – yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-aṭfāl
- raudatul aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talhah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā

نَزَّلَ – nazzala

الْبِرِّ – al-birr

الْحَجِّ – al-hajju

نُعَمَّ – nu''ima

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٱ. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلِ – ar-rajulu

السَّيِّدَةُ – as-sayyidatu

الشَّمْسِ – asy-syamsu

الْقَلَمِ – al-qalamu

الْبَدِيعُ – al-badī'u

الْجَلَالُ – al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

1. Hamzah di awal:

أَمِرْتُ – umirtu

أَكَلُ – akala

2. Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ – ta'khuzūna

تَأْكُلُونَ – ta'kulūna

3. Hamzah di akhir:

شَيْءٍ – syai'un

النَّوْءُ – an-nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara; bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

- Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

- Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

- Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna

- Fa aufū-lkaila wa-lmīzāna

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمُرْسَاهَا - Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ
manistatā'a ilaihi sabilā

مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا - Wa lillāhi alan-nāsi hijjul-baiti
manistatā'a ilaihi sabilā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ - Wa mā Muhammadun illā rasūl.

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ
لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
- Inna awwala baitin wudi'a lin-nāsi
lallażī bi Bakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ
فِيهِ الْقُرْآنُ
- Syahru Ramadāna al-lażī unzila fīhi
al-Qur'ānu.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتْحٌ قَرِيبٌ - Nasrum minallāhi wa fathun qarib.

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا - Lillāhi al-amru jamī'an
- Lillāhiamru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ - Wallāhu bikulli syai'in 'alīmun.

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional	6
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Toeri	10
1. Proyeksi	10
2. Karakteristik Proyeksi	11
3. Proyeksi Penjualan	12
4. Penjualan Dalam Ekonomi Islam	18
5. Pentingnya Perencanaan	19
6. Proses Perencanaan.....	20
7. Pembagian Perencanaan	25
8. Perencanaan Priode Mekkah dan Madinah	28
a. Priode Mekkah.....	28
b. Priode Madinah	32
9. Rencana dan Strategi Ekonomi Islam.....	36
10. Falsafah Perencanaan Ekonomi dalam Islam	38
11. Pola Permintaan	39
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pikir	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
B. Jenis Penelitian	48
C. Teknik Pengumpulan Data	48

D. Teknik Analisis Data	49
1. Trend Linier	49
2. Trend Parabolik	51
3. Trend Eksponensial	51
4. Rata-Rata Kuadrat (MSE, <i>Mean squared error</i>)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	53
1. Sejarah Singkat Perusahaan	53
2. Struktur Organisasi	54
3. Dampak Ekonomi Koperasi Agrina	55
B. Pengolahan Data dan Analisis	55
C. Analisis Data	57
1. Trend Linier	57
2. Trend Parabolik	57
3. Trend Eksponensial	60
4. Rata-Rata Kuadrat (MSE, <i>Mean squared error</i>)	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Luas Area Produksi Salak Per Kecamatan di Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara 2012.....	2
Tabel 1. 2 Hasil Penjualan Produk Salak Koperasi Agrina Tahun 2015	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 4. 1 Hasil Penjualan bulan September 2016 Koperasi Agrina	58
Tabel 4. 2 Penjualan Kripik Salak 2014 – 2016 Koperasi Agrina...	58
Tabel 4. 3 Perhitungan Trend Linier	59
Tabel 4. 4 Perhitungan Trend Parabolik	61
Tabel 4. 5 Perhitungan Trend Eksponensial	62
Tabel 4. 6 Perhitungan Kesalahan Trend Linier	63
Tabel 4. 7 Perhitungan Kesalahan Trend Parabolik	64
Tabel 4. 8 Perhitungan Kesalahan Trend Eksponensial	65
Tabel 4. 9 Perbandingan Kesalahan (MSE) Masing-Masing Trend	66
Tabel 4. 10 Prakiraan penjualan Koperasi Agrina Maret sampai Desember 2016 dengan Trend Parabolik.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Flow Chart (Rencana Mencari Hasil Penelitian).....	49
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya pertanian di Angkola Barat memiliki keunggulan dalam agribisnis dan agroindustri. Keunggulan tersebut diantaranya sebagai pusat perkebunan salak dan juga memiliki potensi alam yang cukup baik, sehingga mampu mendukung pengadaan agribisnis salak untuk menunjang pengembangannya. Sebagai pusat perkebunan salak Angkola Barat dituntut mempunyai sumber daya manusia yang handal guna mempertahankan dan mengembangkan aset-aset yang dimiliki. Angkola Barat sendiri sudah sejak lama dikenal sebagai penghasil buah salak di Sumatera Utara dengan tingkat Penjualan tertinggi. Sebagai buah asli Indonesia, salak mempunyai prospek cukup cerah, masyarakat Indonesia menyukai buah ini sehingga konsumsi salak untuk pasaran lokal cukup tinggi. Oleh karena itu Angkola Barat mempunyai perkebunan salak terbesar dan terluas di daerah padangsidempuan. Banyaknya salak di daerah Angkola Barat membuat para petani memasarkannya dan menjualnya.

Didaerah Angkola Barat banyak kita jumpai perkebunan salak baik yang berskala kecil, menengah maupun besar. Ditinjau dari produktivitasnya, daerah sentra penghasil buah salak terdapat di beberapa kecamatan yaitu kecamatan Angkola Barat, Angkola Selatan, Angkola Timur, dan Marancar. Kecamatan Angkola Barat merupakan daerah yang memiliki luas area tanaman salak terbesar dan jumlah Penjualan salak terbanyak dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Tapanuli Selatan. Seperti yang terdapat pada Tabel 1.1:

Tabel 1. 1
Luas Area Penjualan Salak Per Kecamatan di Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara 2012

No	Kecamatan	Luas Area (Ha)	Jumlah Penjualan (Ton)
1	Angkola Barat	17.666	397.485
2	Angklola Selatan	466	10.485
3	Angkola Timur	436	9.810
4	Marancar	363	8.168

Sumber: Arsip Koperasi Agrina Pengolahan Buah salak, 2012

Di Angkola Barat terdapat budidaya salak menjadi dodol salak, keripik salak, dan kurma salak. Salah satu agribisnis untuk mengolah buah salak yang terdapat di Angkola Barat adalah Koperasi Agrina (Agro Rimba Nusantara) yang berdiri sejak 25 September 2007, namun baru aktif pada tahun 2008. Pengembangannya memiliki prospek yang cukup cerah, karena bisa mendorong perekonomian masyarakat sekitar yang mengalami kesulitan dalam mendistribusikannya.

Pengolahan buah salak menjadi berbagai jenis makanan dan minuman ini bertujuan agar daya tahannya lebih lama dan awet. Selama ini untuk buah salak segar biasanya hanya bisa bertahan dan dapat disimpan selama kira-kira 1-7 hari saja. Koperasi Agrina ini membuktikan salak olahannya bisa bertahan sampai delapan bulanan lebih. Melalui Koperassi Agrina telah ditemukan beberapa produk unggulan yang terbuat dari buah salak yaitu nagogo drink, sirup salak, madu salak, kurma salak, dodol salak, dan Keripik salak. Berdasarkan Tabel 1.2 produk unggulan peringkat pertama adalah keripik salak dengan jumlah Penjualan perbulan sebesar 10.000 kotak.

Tabel 1. 2
Hasil Penjualan Produk Salak Koperasi Agrina Tahun 2015

NO	Jenis Produk	Jumlah Penjualan/Bulan
1	Nagogo Drink	5000 botol
2	Sirup Salak	1000 botol
3	Madu Salak	1000 botol
4	Kurma Salak	1000 botol
5	Dodol Salak	2000 Kotak
6	Keripik Salak	10.000 Kotak

Sumber: Hasil Wawancara dengan Pimpinan Koperasi Agrina

Dari beberapa produk yang menjadi komoditas perdagangan pada Koperasi Agrina, produk keripik salak merupakan produk yang paling diminati pelanggan dengan hasil penjualan 10.000 kotak perbulan. Sebagai produk yang paling dominan maka kesalahan pengelolaan produk ini akan berakibat fatal terhadap kemajuan Koperasi Agrina di masa mendatang. Pada umumnya keputusan bisnis dibuat berhadapan dengan risiko atau ketidakpastian. Suatu perusahaan harus memutuskan berapa banyak masing-masing produk harus dibuat, dengan harga berapa, dan berapa banyak biaya harus dihabiskan untuk periklanan dan juga harus membuat rencana untuk pertumbuhan perusahaan. Semua keputusan ini didasarkan pada Proyeksi terhadap tingkat kegiatan ekonomi masa depan pada umumnya dan permintaan terhadap produk perusahaan pada khususnya. Proyeksi adalah suatu kegiatan di dalam memprediksi kejadian dimasa mendatang dengan menganalisis kejadian masa lalu. Sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur maupun jasa perlu melakukan Proyeksi di masa depan agar tujuan organisasi dapat dicapai

dengan efektif dan efisien.¹ Setiap perusahaan selalu menghadapi masa depan dalam aktivitasnya, dalam rangka mencapai keberhasilannya.

Proyeksi yang dilakukan umumnya akan berdasarkan pada data yang terdapat pada masa lalu yang akan dianalisis dengan menggunakan cara-cara tertentu. Data masa lalu dikumpulkan, dipelajari dan dianalisis dihubungkan dengan berjalannya waktu. Karena adanya faktor waktu ini, maka dari hasil analisis tersebut kita mencoba mengatakan sesuatu yang akan terjadi di masa mendatang.²

Hal tersebut berlaku pada Koperasi Agrina yang terdapat Untuk mengembangkan Koperasi Agrina yang terdapat di Kecamatan Angkola Barat pada masa yang akan datang sangat ditentukan oleh baiknya Proyeksi, salah satunya dalam memproyeksi Penjualan produknya.

Dengan alasan tersebut maka pengolahan Penjualan keripik salak menjadi prioritas untuk diperhatikan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di lapangan serta hasil wawancara peneliti dengan Pimpinan *GM (General Manager)*, dapat diketahui bahwa mengelola barang dagangannya secara sederhana dan apa adanya saja. Dengan kata lain dalam melakukan pesanan barang hanya berdasarkan kebiasaan saja dan belum pernah menerapkan metode ilmiah.³ Akibatnya sering terjadi kekurangan persediaan penjualan keripik salak dan akibatnya tidak bisa berhenti untuk penjualan keripik salak.

¹Dominick Salvatore, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Salemba Empat, 2005), hlm. 200.

²Sudjana, *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga* (Bandung: Tarsito, 1998), hlm. 238

³Wawancara dengan Bapak Syarbeni dilakukan pada hari Jum'at 12 Mei 2016 di Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Syarbeni ia menceritakan bahwa pernyataan di atas menunjukkan kondisi yang tidak baik bagi perkembangan Koperasi Agrina ini di masa mendatang. Ketika terjadi kekurangan persediaan maka pelanggan mungkin akan kecewa. Disisi lain juga akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Peneliti menduga penyebab terjadinya keadaan tersebut salah satunya disebabkan tidak pernah melakukan Prakiraan Penjualan secara ilmiah. Dengan kegiatan Penjualan secara terencana dengan metode ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan maka diharapkan peristiwa kekurangan persediaan barang dapat diketahui. Dengan diketahuinya proyeksi Penjualan pada masa mendatang maka Koperasi Agrina akan lebih cermat dalam melakukan Penjualan barang. Atas dasar latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk menelitinya dalam bentuk skripsi dengan judul “**PROYEKSI PENJUALAN KERIPIK SALAK KOPERASI AGRINA DI KECAMATAN ANGKOLA BARAT**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Target Penjualan Keripik Salak di Koperasi Agrina di kecamatan Angkola Barat mulai menurun.
2. Kurangnya bahan baku utama Keripik Salak di Koperasi Agrina di kecamatan Angkola Barat.

3. Keterlambatan bahan baku utama Penjualan keripik salak Koperasi Agrina di kecamatan Angkola Barat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan luasnya permasalahan yang ada dan supaya penelitian ini lebih fokus membahas topik permasalahan yang diteliti maka penelitian ini perlu dibatasi. Penelitian ini dibatasi hanya membahas proyeksi penjualan produk makanan Keripik Salak pada Koperasi Agrina di Kecamatan Angkola Barat. Metode proyeksi penjualan dilakukan dengan metode Trend dengan periode proyeksi adalah bulan Januari 2012 sampai bulan Agustus. Dalam penelitian ini diasumsikan kondisi perekonomian berjalan seperti masa lalu.

D. Definisi Operasional

1. Proyeksi

Proyeksi secara umum adalah untuk mengetahui perkembangan di masa yang akan datang berdasarkan data yang telah ada. Proyeksi pada dasarnya merupakan suatu perkiraan atau taksiran mengenai terjadinya suatu kejadian (nilai dari suatu variabel) untuk waktu yang akan datang seperti proyeksi ternak unggas untuk empat tahun yang akan datang. Hasil proyeksi menggambarkan tingkat kemampuan untuk masa yang akan datang, untuk menghindari atau mengurangi tingkatan resiko dari kesalahan, Maka diperlukan asumsi-asumsi yang dibuat oleh pihak pengambil

keputusan, yang didukung oleh proyeksi tentang tingkat kemampuan penjualan di masa depan secara objektif.

2. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan perusahaan adalah level penjualan perusahaan yang diharapkan, yakni yang dihitung berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan.⁴ Berdasarkan definisi di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa Proyeksi penjualan adalah suatu teknik untuk memprediksi kuantitas penjualan suatu produk atau lebih dalam suatu rentang waktu di masa yang akan datang berdasarkan data masa lampau. Proyeksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Proyeksi yang masih berkaitan dengan perencanaan perusahaan untuk masa depan. Perencanaan adalah suatu proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapakah Proyeksi banyaknya penjualan produk Keripik Salak untuk periode Oktober 2016 sampai Juli 2017 pada Koperasi Agrina di kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan ?

⁴Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT. Indeks, 2008), hlm. 159.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui banyaknya proyeksi Penjualan produk makanan Keripik Salak untuk periode tahun Oktober 2016 sampai Juli 2017 pada Kopersi Agrina di Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya di bidang ilmu manajemen operasional, manajemen akuntansi dan penganggaran perusahaan serta mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi lembaga tempat penelitian/perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan acuan perusahaan untuk Proyeksi penjualan produk di masa mendatang sehingga dapat disusun perencanaan pemesanan barang, persediaan, maupun menyiapkan sumber daya lainnya.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini berguna sebagai bahan referensi tambahan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun Skripsi selanjutnya, maka peneliti menyajikan sistematika pembahasan yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Pada BAB I, peneliti menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang peneliti mengangkat judul penelitian, peneliti memaparkan beberapa variabel atau faktor lain yang berhubungan dengan penelitian yang disebut identifikasi masalah. Setelah itu, dilanjutkan dengan pembatasan masalah. Kemudian peneliti, menjelaskan rumusan masalah yang masih berkaitan dengan tujuan penelitian.

Menjelaskan defenisi variabel dari beberapa referensi, dan pada akhirnya menjelaskan beberapa kegunaan penelitian.

Pada BAB II, peneliti memaparkan tentang teori yang berkaitan yaitu tentang perencanaan dan Proyeksi Penjualan. Selanjutnya peneliti mengemukakan penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka berfikir.

Pada BAB III, peneliti menyajikan metode penelitian yang berkaitan dengan teknik-teknik pengolahan data, termasuk menjelaskan lokasi dan waktu penelitian tersebut. Selain itu, bab ini menjelaskan jenis penelitian, instrument pengumpulan data serta teknik pengolahan data-data penelitian.

Pada BAB IV, peneliti menguraikan pelaksanaan penelitian dan pengolahan data-data yang dilakukan sesuai dengan metodologi penelitian.

BAB V menjelaskan kesimpulan dari penelitian ini serta saran-saran yang diberikan peneliti terhadap Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan sesuai dengan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Toeri

1. Proyeksi

Setiap perusahaan selalu menghadapi masa depan dalam aktivitasnya, dalam rangka mencapai keberhasilannya. Oleh karena itu semua perusahaan membutuhkan pimpinan yang mampu untuk menetapkan keputusan yang tepat dalam menghadapi masa depan yang penuh ketidakpastian, agar perusahaan tersebut dapat meraih keberhasilannya. Salah satu hal yang penting adalah memproyeksikan atau memprakirakan besarnya permintaan pelanggan akan barang atau jasa yang dihasilkan.

Proyeksi atau merupakan seni dan ilmu dalam memprediksikan kejadian yang mungkin dihadapi pada masa yang akan datang. Para manajer dibantu oleh peralatan metode-metode proyeksi yang dapat digunakan sehingga dapat memberikan hasil proyeksi yang lebih dapat dipercaya akan ketepatannya.

Oleh karena masing-masing metode proyeksi berbeda-beda, maka penggunaannya harus hati-hati terutama dalam pemilihan metode untuk penggunaan dalam kaskus tertentu. Pertimbangan ini dibutuhkan, karena tidak ada satupun metode dari proyeksi tersebut yang dapat dipergunakan secara universal untuk seluruh keadaan atau situasi.¹

¹Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 184.

walaupun selalu terdapat adanya penyimpangan hasil proyeksi dengan apa yang terjadi, tetapi upaya dapat dilakukan untuk mengurangi kesalahan dari proyeksi tersebut.

Terdapat dua cara untuk mengurangi kesalahan atau error dari proyeksi yang dilakukan. Cara yang pertama adalah mengurangi kesalahan atau error tersebut melalui proyeksi yang terbaik. Sedangkan cara yang kedua adalah membuat fleksibilitas atau keluwesan dari operasi Penjualan. Dengan proyeksi yang baik akan selalu menghadapi beberapa kesalahan atau error, tetapi kemungkinan kesalahan atau *error* yang terkecil adalah konsisten dengan tujuan dari biaya proyeksi yang masuk akal.

2. Karakteristik Proyeksi

Proyeksi hanya semata-mata usaha memperkirakan apa yang akan terjadi, tanpa mengikat orang yang memprakirakan bahwa perkiraannya akan terjadi. Supaya proyeksi bukan prediksi, tetapi suatu estimasi mengenai apa yang akan terjadi jika berbagai situasi dan kondisi timbul. Adapun karakteristik proyeksi:

- a. Boleh dinyatakan dalam satuan keuangan, dan boleh tidak.
- b. Kurun waktunya tidak tetap.
- c. Orang yang membuat proyeksi tidak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai hasil yang diproyeksikan.²
- d. Proyeksi biasanya tidak disahkan oleh tingkat manajemen yang lebih tinggi.

² Ibid., hlm. 185

- e. Proyeksi akan segera diperoleh jika muncul informasi baru mengenai perubahan situasi dan kondisi.

3. Proyeksi Penjualan

Prakiraan tentang volume penjualan produk di masa mendatang juga dapat digunakan sebagai informasi dalam merencanakan tentang besar kecilnya kapasitas produksi yang direncanakan. Semakin kecil kapasitas produksi dibanding dengan peluang pasar yang tersedia maka semakin besar kehilangan kesempatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, dan sebaliknya semakin besar kapasitas produksi dibanding dengan peluang yang tersedia maka akan terjadi pemborosan sumber daya karena produk yang berlebihan.

Pekerjaan dalam menyusun studi kelayakan bisnis adalah pekerjaan yang berhubungan dengan perencanaan prakiraan tentang bermacam-macam peluang usaha serta kemungkinan yang terjadi di masa yang akan datang.³ Prakiraan penjualan, produksi, pertumbuhan ekonomi, dan sebagainya baik jangka pendek maupun jangka panjang berguna bagi penyusunan rencana perusahaan dan negara. Mengetahui kondisi masa depan baik dari sisi produk maupun penjualan, mendorong perusahaan untuk mempersiapkan segala sesuatu sedini mungkin, sehingga hasil yang dicapai dapat optimal.⁴

³M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: RINEKA CIPTA, 2003), hlm. 59.

⁴Suharyadi Purwanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 174.

Pemimpin perusahaan sering membuat dan menggunakan prakiraan (*forecasting*) untuk mengetahui keadaan usahanya di masa mendatang. Prakiraan yang ia lakukan umumnya akan berdasarkan pada data yang diperoleh pada masa lampau yang dianalisis dengan cara-cara tertentu.⁵ Pimpinan perusahaan sering terlibat pada persoalan dimana ia harus membuat dan menggunakan prakiraan. Sebagai pimpinan yang bertanggung jawab, ia perlu misalnya, mengetahui bagaimana volume penjualan masa depan, bagaimana keadaan perniagaan bergerak dari bulan ke bulan, atau dari tahun ke tahun termasuk keadaan bulan-bulan atau tahun-tahun mendatang, dan berapa banyak barang yang harus diproduksi untuk tahun depan. Demikian pula ia perlu memprakirakan untuk jangka pendek dan jangka panjang tentang harga-harga bahan baku, harga barang-barang jadi yang dihasilkan, situasi pasaran barang, keperluan pegawai, keperluan besar modal dan lain sebagainya.⁶

Prakiraan adalah meramal tentang suatu peristiwa yang bakal terjadi berdasarkan perhitungan rasional. Prakiraan yaitu ramalan, perhitungan sebelumnya.⁷ Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang sama juga dijelaskan bahwa prediksi itu sama dengan prakiraan dan ramalan, dalam arti bahwa prakiraan itu adalah prediksi atau ramalan.⁸ Prakiraan adalah proses aktivitas meramalkan suatu kejadian yang mungkin terjadi dimasa mendatang dengan cara mengkaji data yang ada.

⁵Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Manajemen, Metode dan Kasus* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 99.

⁶Sudjana, *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga* (Bandung: Tarsito, 1998), hlm. 238.

⁷Windy Novia, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Kashiko), hlm. 466.

⁸*Ibid.*, hlm. 468.

Prakiraan penjualan merupakan proses aktivitas memperkirakan volume produk yang akan terjual di masa mendatang dalam keadaan tertentu dan diperkirakan berdasarkan dari yang pernah terjadi. Prakiraan penjualan merupakan faktor penting dalam perencanaan perusahaan karena prakiraan penjualan menentukan anggaran penjualan dan anggaran penjualan menentukan anggaran produk, anggaran biaya pabrik, anggaran beban usaha, anggaran kas, anggaran laba rugi, dan anggaran neraca.⁹ Esensi prakiraan adalah perkiraan peristiwa-peristiwa di waktu yang akan datang atas dasar pola-pola di waktu yang lalu dan penggunaan kebijakan terhadap proyeksi-proyeksi dengan pola-pola di waktu yang lalu.¹⁰

Unsur-unsur pokok dalam proses perencanaan perusahaan adalah memprakirakan *penjualan*. Perhitungan ini biasanya dihasilkan dari berbagai sumber informasi. Setidaknya prakiraan untuk tahun depan akan mencerminkan (1) kecenderungan penjualan masa lalu yang diharapkan akan terulang lagi pada tahun berikutnya, dan (2) pengaruh setiap peristiwa apa pun yang mungkin secara material memengaruhi kecenderungan itu. Contoh yang berkaitan dengan nomor (2) adalah kampanye periklanan besar-besaran atas perubahan dalam kebijaksanaan harga yang dilakukan perusahaan.¹¹

Setelah para pemasar membuat estimasi permintaan perusahaan, tugas mereka selanjutnya adalah memilih level usaha pemasaran. Level yang

⁹M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 96.

¹⁰Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE, 1999), hlm. 260.

¹¹Arthur J. Keown, dkk., *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan* (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 112.

dipilih itu akan menghasilkan level penjualan yang diharapkan. Prakiraan penjualan perusahaan adalah level penjualan perusahaan yang diharapkan, yakni yang dihitung berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan.

Sering terdengar bahwa perusahaan harus menyusun rencana pemasaran berdasarkan prakiraan penjualannya. Urutan prakiraan ke perencanaan itu sah jika “prakiraan” berarti estimasi kegiatan ekonomi nasional atau jika permintaan perusahaan tidak dapat diperluas. Akan tetapi, urutan tersebut tidak sah jika permintaan pasar dapat diperluas atau jika “prakiraan” berarti estimasi penjualan perusahaan. Ramalan penjualan perusahaan itu tidak menjadi dasar untuk memutuskan besarnya pengeluaran biaya pemasaran. Sebaliknya, prakiraan penjualan merupakan hasil dari rencana pengeluaran pemasaran yang diasumsikan.

Ada dua konsep lain yang perlu disebutkan yang terkait dengan prakiraan penjualan perusahaan. Kuota penjualan adalah seperangkat sasaran penjualan untuk lini produk, divisi perusahaan, atau tenaga penjualan. Kuota penjualan itu merupakan perangkat manajerial untuk mendefinisikan dan mendorong usaha penjualan. Manajemen menetapkan kuota penjualan berdasarkan prakiraan penjualan perusahaan dan semangat untuk mencapainya.¹² Untuk menggiatkan usaha tenaga penjualan, kuota

¹² Ibid., hlm. 114

penjualan biasanya ditetapkan sedikit lebih tinggi daripada estimasi penjualannya.¹³

Perkiraan berbagai tingkat permintaan dimasa yang akan datang disebut prakiraan penjualan. Prakiraan dapat dilakukan untuk jangka pendek maupun jangka panjang (1 – 5 tahun atau lebih).

Ada dua macam prakiraan penjualan yaitu prakiraan penjualan industri dan prakiraan penjualan perusahaan, yang keduanya dikelompokkan dalam berbagai tingkat penjualan.

Pada prakiraan penjualan industri digunakan untuk memperkirakan jumlah penjualan yang akan dicapai pada pasar yang relevan. Terdapat tiga penggunaan dasar prakiraan penjualan industri:¹⁴

- a. Prakiraan penjualan industri memperlihatkan tingkat perkembangan yang diharapkan dari pasar-pasar alternatif. Misalnya satu bentuk produk berkembang lebih cepat dari bentuk produk pesaing. Maka pimpinan akan mendukung pemasaran yang berkembang lebih cepat itu. Kalau suatu produk berkembang dengan kecepatan rendah maka untuk merangsang perkembangannya mungkin harus diteliti.
- b. Prakiraan penjualan industri penting bagi pimpinan menengah dalam mengetahui tingkat penjualan industri yang akan datang untuk menghitung bagian pasar yang diperlukan dalam mencapai tujuannya. Misalnya sasaran suatu produk adalah 1 juta unit, dengan prakiraan penjualan industri 5 juta unit; artinya sasaran yang harus dicapai oleh

¹³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT. Indeks, 2008), hlm. 159-160.

¹⁴ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 46.

bagian pasar adalah 20%. Pimpinan akan menilai apakah untuk mencapai bagian pasar 20% itu mungkin dapat dicapai.

- c. Laju perkembangan industri biasanya mempunyai pengaruh yang besar terhadap perkembangan perusahaan. Sebab prakiraan penjualan industri merupakan bahan masukan utama dalam prakiraan untuk penjualan perusahaan.

Prakiraan penjualan perusahaan adalah tingkatan penjualan perusahaan-perusahaan yang diharapkan berdasarkan atas rencana pemasaran yang telah dipilih dan lingkungan pasaran yang telah ditentukan. Seringkali dikacaukan antara prakiraan perusahaan dengan rencana pemasaran perusahaan. Prakiraan penjualan haruslah dipandang sebagai variabel yang tidak berdiri sendiri yang dipengaruhi antara lain oleh upaya pemasaran yang terencana.

Ada dua konsep lainnya yang berhubungan dengan prakiraan perusahaan;¹⁵

- a. Kuota penjualan merupakan tujuan penjualan ditentukan untuk jenis produk, suatu bagian perusahaan, atau perwakilan penjualan.
- b. Anggaran penjualan merupakan suatu perkiraan daripada jumlah penjualan yang diharapkan dan digunakan untuk menentukan pembelian produksi, dan keputusan jalannya keuangan.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 46-47.

4. Penjualan Dalam Ekonomi Islam

Jual beli menurut bahasa berarti *al-Bai,* *al-Tijarah* dan *al-Mudabadalah*, sebagaimana Allah.Swt. berfirman :

يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّنْ تَبُورَ

“Mereka mengharapkan *tijarah* (perdagangan) yang tidak akan rugi”

[Q.S. Fathir (35) : 29]

Menurut istilah (terminology) yang dimaksud dengan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. Dari beberapa definisi di atas dapat bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syarat dan disepakati.

Sesuai dengan ketentuan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dengan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syarat. Benda dapat mencakup barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai, yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya.

Jual beli menurut ulama Malikiyah ada dua macam, yaitu jual beli yang bersifat umum dan jual beli yang bersifat khusus. Jual beli dalam arti umum ialah suatu perikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah akad yang mengikat dua belah pihak. Tukar-menukar yaitu salah satu pihak menyerahkan ganti penukaran, atas sesuatu yang ditukarkan oleh pihak lain. Jual beli dalam arti khusus ialah ikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan

kemanfaatan dan bukan pula kejelasan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan mas dan bukan pula perak bendanya dapat direalisasikan dan ada seketika (tidak ditangguhkan).¹⁶

5. Pentingnya Perencanaan

Kegiatan perencanaan menjadi bagian yang penting dalam manajemen organisasi atau perusahaan karena:

- a. Menentukan arah atau jalan kegiatan yang akan diikuti.
- b. Memperkirakan waktu, tenaga, dan bahan yang diperlukan.
- c. Membantu mencapai tujuan.
- d. Meringankan manajer dalam menjalankan tugasnya.
- e. Landasan untuk memonitor perubahan-perubahan yang terjadi sehingga dapat segera dilakukan penyesuaian.
- f. Cermin atau bahan evaluasi perencanaan selanjutnya sehingga dapat lebih sempurna.
- g. Membantu setiap manajer untuk memperoleh kepercayaan dan kepemimpinan yang maju.
- h. Mengungkapkan peluang hidup untuk jasa-jasa baru.
- i. Membimbing manajemen memikirkan kegiatan yang dikehendaki pada masa datang.
- j. Mengatasi masalah.
- k. Membantu peningkatan daya guna dan hasil guna organisasi.
- l. Menghindari kesalahan dalam penempatan karyawan.

¹⁶Dr.H.Hendi Suhendi, M.Si, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 67.

Menurut Robbins dan Coultas dalam buku Nana Herdiana Abdurrahman yang berjudul: *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, mengemukakan bahwa perencanaan penting karena alasan berikut:¹⁷

- a. Memberikan arah kepada para manajer dan nonmanajer;
- b. Mengurangi ketidakpastian dengan mendorong para manajer untuk melihat ke depan dengan mengantisipasi perubahan;
- c. Memperjelas akibat dari berbagai tindakan yang mungkin dilakukan oleh para manajer dalam rangka menanggapi perubahan;
- d. Mengurangi kegiatan-kegiatan yang tumpang tindih dan sia-sia;
- e. Digunakan sebagai sasaran dan standar untuk pengendalian.

6. Proses Perencanaan

Menurut Louis A. Allen dalam buku Siswanto yang berjudul *Pengantar Manajemen* mengatakan perencanaan terdiri atas aktivitas yang dioperasikan oleh seseorang manajer untuk berfikir ke depan dan mengambil keputusan saat ini, yang memungkinkan untuk mendahului serta menghadapi tantangan pada waktu yang akan datang. Berikut ini aktivitas perencanaan yang dimaksud.¹⁸

¹⁷Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 56-57.

¹⁸Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hlm. 45.

a. Proyeksi

Proyeksi merupakan suatu usaha yang sistematis untuk meramalkan atau memperkirakan waktu yang akan datang dengan penarikan kesimpulan atas fakta yang telah diketahui.¹⁹

b. Penetapan tujuan (*establishing objective*)

Penetapan tujuan merupakan suatu aktivitas untuk menetapkan sesuatu yang ingin dicapai melalui pelaksanaan pekerjaan.

c. Pemrograman (*programming*)

Pemrograman adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan maksud untuk menetapkan:

- 1) Langkah-langkah utama diperlukan untuk mencapai suatu tujuan;
- 2) Unit dan anggota yang bertanggung jawab untuk setiap langkah;
- 3) Urutan serta pengaturan waktu setiap langkah.

d. Penjadwalan (*scheduling*)

Penjadwalan adalah penetapan atau penunjukan waktu menurut kronologi tertentu guna melaksanakan berbagai macam pekerjaan.

e. Penganggaran (*budgeting*)

Penganggaran merupakan suatu aktivitas untuk membuat pernyataan tentang sumber daya keuangan (*financial resources*) yang disediakan untuk aktivitas dan waktu tertentu.

¹⁹Ibid., hlm. 46.

f. Pengembangan prosedur (*developing procedure*)

Pengembangan prosedur merupakan suatu aktivitas menormalisasikan cara, teknik dan metode pelaksanaan suatu pekerjaan.

g. Penetapan dan interpretasi kebijakan (*establishing and interpreting policies*).

Penetapan dan interpretasi kebijakan adalah suatu aktivitas yang dilakukan dalam menetapkan syarat berdasarkan kondisi di mana manajer dan para bawahannya akan bekerja. Suatu kebijakan adalah sebagai suatu keputusan yang senantiasa berlaku untuk permasalahan yang timbul berulang dalam suatu organisasi.

Berdasarkan aktivitas perencanaan di atas, berikut ini adalah langkah-langkah penting dalam pekerjaan perencanaan.

a. Menjelaskan permasalahan

Permasalahan harus digambarkan dengan jelas. Demikian juga permasalahan harus dideskripsikan secara singkat karena suatu permasalahan yang dirumuskan dengan cara efektif adalah setengah selesai.

b. Usaha memperoleh informasi terandal tentang aktivitas yang direncanakan

Pengetahuan tentang aktivitas yang akan direncanakan adalah penting dan penting untuk perencanaan yang efektif.²⁰ Hal ini memiliki pengaruh terhadap aktivitas lain, baik yang bersifat intern maupun

²⁰Ibid., hlm. 47.

ekstern bagi organisasi. Agar efektif, suatu aktivitas harus didasarkan atas pengetahuan. Pengalaman pemecahan permasalahan yang lalu, praktik-praktik organisasi lain, penelitian, pencarian catatan dan data yang diperoleh dari penelitian dan percobaan merupakan sumber umum dari informasi yang dapat digunakan.

c. Analisis dan klasifikasi informasi

Tiap-tiap informasi diperiksa secara terpisah dalam hubungannya dengan informasi secara keseluruhan. Hubungan timbal balik ditunjukkan dan berhubungan dengan perencanaan yang dihadapi, ditemukan, dan dinilai. Informasi yang diperuntukkan guna menghadapi permasalahan yang sejenis diklasifikasikan sehingga data yang sama harus disatukan.

d. Menentukan dasar perencanaan dan batasan

Berdasarkan data yang berhubungan dengan permasalahan maupun atas dasar pendapat yang dianggap penting untuk menetapkan rencana, harus disusun Proyeksi tertentu. Dasar pendapat dan batasan tersebut akan menunjukkan latar belakang yang dianggap dapat membenarkan rencana.

e. Menentukan rencana berganti

Biasanya terdapat beberapa rencana berganti untuk menyelesaikan pekerjaan dan berbagai macam alternatif dikembangkan dalam langkah ini. Kecermatan dan kecerdikan serta kreativitas sering diperlukan untuk memperoleh beberapa rencana yang mungkin.²¹

²¹Ibid., hlm. 48.

f. Memilih rencana yang diusulkan

Perlu dipertimbangkan dengan cermat mengenai ketepatan aktivitas yang dipilih (direncanakan) dengan alokasi biaya yang akan dikeluarkan. Keputusan dalam hal ini dapat dibuat oleh satu orang maupun terdiri atas sekelompok orang tertentu.

g. Membuat urutan kronologis mengenai rencana yang diusulkan

Artinya, membuat detail tindakan yang direncanakan akan dilakukan, oleh siapa, dan bilamana dilakukan dalam urutan yang tepat untuk tujuan yang diinginkan. Pendekatan yang diikuti maupun menentukan waktu atas rencana yang diusulkan adalah sangat penting dan harus dimasukkan ke dalam suatu bagian dari rencana. Hal ini lebih sering dikenal sebagai siasat dalam perencanaan.

h. Mengadakan pengendalian kemajuan terhadap rencana yang diusulkan

Efektivitas suatu rencana dapat diukur melalui hasil yang dicapai. Oleh karena itu, perlengkapan untuk kelanjutan yang cukup dalam menentukan penyesuaian dan hasil harus dimasukkan dalam pekerjaan perencanaan. Meskipun secara umum aktivitas tersebut merupakan pelaksanaan fungsi pengendalian, namun setiap tahap pelaksanaan pekerjaan tertentu perlu dilakukan pengendalian, demikian halnya dengan setiap tahap perencanaan.²²

²² Ibid., hlm. 49.

7. Pembagian Perencanaan

Dalam setiap organisasi, perencanaan disusun dalam suatu hierarki yang sejajar dengan struktur organisasi. Pada setiap hierarki umumnya perencanaan memiliki dua fungsi, yaitu:

Menetapkan tujuan yang akan dicapai pada hierarki yang lebih rendah;

- a. Sebagai alat untuk mencapai perangkat tujuan pada hierarki lebih tinggi berikutnya.

Menurut Stoner dan Wankel dalam buku Siswanto yang berjudul Pengantar Manajemen mengklasifikasikan rencana menjadi dua jenis utama, yaitu rencana strategis dan rencana operasional.

- b. Rencana strategis (*strategic plan*)

Rencana ini dirancang untuk mencapai tujuan organisasi yang luas, yaitu untuk melaksanakan misi yang merupakan satu-satunya alasan kehadiran organisasi tersebut. Perencanaan strategis adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu, serta penetapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis itu dilaksanakan. Atau secara singkat, perencanaan strategis adalah proses perencanaan jangka panjang yang formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi.²³

²³Ibid., hlm. 50.

Rencana strategis sangat diperlukan pada setiap organisasi. Akan tetapi meskipun dipandang penting, perencanaan strategis selain memiliki kelebihan juga memiliki kelemahan. Kelebihan menggunakan rencana strategis, antara lain:

- 1) Dengan rencana strategis, manajer dapat menentukan tujuan secara jelas dan metode pencapaiannya kepada organisasinya;
- 2) Membantu manajer mengantisipasi permasalahan sebelum muncul dan memecahkannya sebelum menjadi lebih buruk;
- 3) Membantu manajer mengenal peluang yang mengandung risiko dan peluang yang aman dan memilih di antara peluang yang ada;
- 4) Mengurangi kemungkinan deviasi dan kejutan yang tidak menyenangkan, karena sasaran, tujuan dan strategi untuk penelitian yang seksama;
- 5) Melalui rencana yang strategis, manajer dapat memperbesar kemungkinan untuk membuat keputusan yang tahan menghadapi ujian waktu.

Sementara itu, kelemahan dengan menggunakan rencana strategis adalah sebagai berikut.²⁴

- 1) Bahaya terciptanya birokrasi besar para perencana yang dapat menghilangkan hubungan dengan produk dan pelanggan perusahaan.
- 2) Kadang-kadang perencanaan strategis cenderung membatasi organisasi pada pilihan yang paling rasional dan bebas risiko. Manajer

²⁴ Ibid., hlm. 51.

tahunya hanya mengembangkan strategi dan sasaran tersebut yang dapat terus bertahan pada analisis perencanaan, dan dapat menghindari peluang yang menarik yang melibatkan tingkat ketidakpastian yang tinggi atau yang sulit untuk dianalisis dan dikomunikasikan.

Rencana operasional memberikan deskriptif tentang bagaimana rencana strategis dilaksanakan. Rencana operasional terdiri atas rencana sekali pakai dan rencana tetap.

1) Rencana sekali pakai (*single use plan*)

Rencana sekali pakai dikembangkan untuk mencapai tujuan tertentu dan ditinggalkan manakala tujuan tersebut telah dicapai. Rencana sekali pakai merupakan arah tindakan yang mungkin tidak akan terulang dalam bentuk yang sama di masa yang akan datang.

2) Rencana tetap (*standing plan*)

Rencana tetap merupakan pendekatan yang sudah dilakukan untuk menangani situasi yang terjadi berulang (*repetitive*) dan dapat diperkirakan. Rencana tetap ini memberikan kesempatan kepada manajer untuk menghemat waktu yang digunakan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan karena situasi yang serupa ditangani dengan cara yang konsisten yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari berbagai penjelasan di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa salah satu bentuk perencanaan itu berkaitan dengan Proyeksi penjualan. Perencanaan yang dimaksudkan di sini adalah perencanaan operasional (perencanaan jangka pendek).²⁵

Bertolak ukur dari sebuah perencanaan operasional dapat disebut bahwa Proyeksi penjualan sangat bermanfaat bagi setiap perusahaan. Proyeksi Penjualan ini akan lebih jelas diterangkan pada pembahasan selanjutnya.

8. Perencanaan Periode Mekkah dan Madinah

a. Periode Mekkah

Dalam membahas perencanaan, seyogyanya dipisahkan antara perencanaan strategis dengan perencanaan kebijakan dan program kerja, dengan alasan, perencanaan strategis dikhususkan untuk menggambarkan acuan umum dan garis-garis besar perencanaan, sedangkan perencanaan kedua cenderung terhadap kebijakan, program, tindakan (*action*) yang harus diambil untuk merealisasikan tujuan berdasarkan acuan umum yang telah ditentukan dalam perencanaan strategis.²⁶

Acuan umum, konsep dasar, garis-garis besar yang telah ditentukan oleh perencanaan strategis itu adalah bersumber dari ketentuan Allah SWT. Allah SWT adalah zat yang menentukan acuan dasar dan disampaikan kepada Rasulullah. Kemudian, Rasul akan merealisasikan

²⁵ Ibid., hlm. 52.

²⁶ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 80.

tujuan yang ditetapkan oleh Allah SWT secara gradual, bersandar pada petunjuk Allah dan disesuaikan dengan kondisi yang melingkapi. Perencanaan ini diterapkan dalam aspek politik, sosial, ekonomi, kehidupan agama, dan peperangan.²⁷

Pada tahap awal, dakwah dilakukan Rasulullah secara diam-diam selama 5 tahun. Ini merupakan rencana yang dilakukan oleh Rasul sebelum Allah mengizinkan untuk melakukan secara terang-terangan.²⁸ Allah berfirman:²⁹

الْمُشْرِكِينَ عَنْ وَأَعْرَضَ تُوْمَرِبِمَا فَاصَّدَع

“Maka sampaikanlah olehmu secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang yang musyrik”. (Al-Hijr [15]: 94)

Rencana yang diberikan Allah adalah Rasul harus berdakwah kepada keluarga dan sanak kerabat untuk pertama kalinya, karena mereka lebih utama. Jika mereka mau menerima dan merasa tenang dengan dakwah beliau, maka hal yang sama juga akan dirasakan oleh masyarakat lainnya.³⁰

²⁷*Ibid.*, hlm. 81.

²⁸*Ibid.*, hlm, 82

²⁹Kementerian Agama Republik Indonesia. *Op. Cit.*, hlm. 399.

³⁰Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Loc. Cit.*

Di samping itu, Allah juga menentukan metode dakwah bagi Rasulullah dengan firman-Nya :³¹

هُيَ بِالَّتِي وَجَدْتُمْ لَهَا الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلَ إِلَى أَدْعِ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنِ ضَلِّبِ مَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah (hikmah: ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan yang bathil) dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”
(Al-Nahl [16]: 125)

Tujuan dasar yang telah ditentukan oleh Allah adalah mengajak manusia (dakwah) untuk beriman kepada Allah, dan menjadikannya sebagai sandaran dalam menjalani kehidupan. Untuk merealisasikan hal ini, Rasulullah memiliki rencana, yaitu Rasulullah memerintah kaum Muslimin melakukan hijrah pertama ke Habsyah ketika perlawanan kaum kafir semakin menjadi. Hijrah pertama kali diikuti oleh 9 orang lelaki dari Muslimin beserta istri. Hijrah ke Habsyah yang kedua kalinya diikuti 83 orang lelaki dan 18 orang perempuan.

Hijrah pertama yang dilakukan kaum Muslimin ke Habsyah mencerminkan perencanaan yang matang dari Rasulullah sebuah perencanaan yang matang terhadap masa depan Islam dan perencanaan jangka pendek (operasional) menjaga kehidupan kaum Muslimin dari

³¹Kementerian Agama Republik Indonesia., *Op. Cit.*, hlm. 421.

siksaan kaum Quraisy.³²Perencanaan yang dilakukan oleh Rasulullah dibarengi dengan adanya Proyeksi terhadap keselamatan kaum Muslimin di kota Makkah, sehingga Rasul mengutus beberapa orang kaum Muslimin hijrah ke Habsyah.

Pada musim haji tahun ke-11 setelah kenabian, datanglah utusan dari kabilah Al-Aus dan Al-Khazraj ke Makkah. Kemudian disepakati '*Bai'ah al-Aqabah al-Ula*' antara mereka dengan Rasulullah dan kaum Muslimin (perjanjian damai). Pada tahun ke-12, bertambahlah jumlah kaum Muslimin dari kaum Anshar, dan disepakatilah '*Bai'ah al-Aqabah al-Tsaniyah*'. Ketika mengetahui fakta ini, kaum Quraisy semakin benci kepada Rasul, siksaan yang diterima Rasul dan para sahabat semakin parah.³³

Kemudian Rasul memerintah kaum Muslimin untuk hijrah ke Yatsrib (Madinah), kaum Muslimin berangsur-angsur hijrah ke Madinah secara sembunyi-sembunyi. Satu per satu kaum Muslimin meninggalkan kota Makkah, dan tinggallah Abu Bakar, Ali bin Abi Thalib, Shuhaib al-Rumi, Zaid bin Haritsah, dan sebagian kaum Muslim yang lemah dan tidak mampu berhijrah.

Perintah hijrah ke Madinah mencerminkan cermatnya perencanaan yang dicanangkan Rasulullah. Kemudian, Rasulullah diperintahkan Allah untuk berhijrah ke Madinah ditemani dengan Abu Bakar. Prosesi hijrah

³²Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Op. Cit.*, hlm. 81

³³*Ibid.*, 82.

ini penuh dengan perencanaan dan Proyeksi yang matang. Dan Allahlah yang menunjukkan jalan ke tanah Yastrib.

Hijrah yang dilakukan oleh Rasul dan para sahabat merupakan perintah dan berdasarkan perencanaan Allah. Namun demikian, Rasul juga ikut memainkan peran dalam mewujudkan rencana tersebut. Yakni dengan menetapkan perencanaan strategi, kegiatan operasional, langkah ataupun tindakan yang harus diambil.

Dimana langkah yang dijalankan mencerminkan matangnya strategi dan perencanaan serta Proyeksi Rasulullah (perencanaan operasional) untuk masa depan kaum Muslimin.³⁴

b. Perencanaan Periode Madinah

Rasulullah menemukan bahwa masyarakat Madinah berbeda dengan masyarakat Mekkah, terdapat banyak suku, agama dan keyakinan yang berbeda-beda. Rasulullah mengawali perencanaan awal dengan mempersaudarakan antara kaum Anshar dan Muhajirin. Selain itu, juga menyatukan antara kaum Muslimin dengan non-Muslim, dengan dasar tetap menjaga akidah kaum Muslimin, dan memberikan kebebasan pada non-Muslim untuk memilih keyakinannya. Mereka hidup berdampingan dengan masyarakat Muslim yang harmonis. Perencanaan operasional yang dijalankan oleh Rasul berdasarkan petunjuk dan pertolongan

³⁴*Ibid.*, hlm. 83.

Allah. Hal ini diawali dengan membentuk masyarakat Muslim yang dibangun atas dasar tiga hal berikut.

- 1) Menjaga stabilitas keamanan dan mencukupi kebutuhan hidup Muslim dan non-Muslim, sehingga seorang Muslim bisa bertambah keimanannya. Bagi non-Muslim yang masih ragu-ragu, takut dan lemah bisa yakin untuk masuk Islam.
- 2) Menciptakan ketenangan hidup bagi para penganut risalah Rasul dan menjamin kebebasan dalam berakidah sesuai dengan keyakinan masing-masing, sebagaimana menjaga kebebasan keyakinan non-Muslim. Seorang Muslim, Nashrani, Yahudi memiliki persamaan kebebasan dalam berakidah dan berargumen.
- 3) Menyingkirkan orang-orang Yahudi dari kota Madinah, jika mereka tidak mau menjaga dan mematuhi perjanjian yang telah disepakati dengan Rasulullah. Sehingga, tidak ada ruang untuk perselisihan dan dominasi satu pihak terhadap pihak lain.

Untuk merealisasikan tujuan tersebut, Rasulullah membangun Masjid Jami' An-Nabawi di tanah Fadha', sebidang tanah yang untuk pertama kali diinjak unta Nabi (Al-Qushwa) ketika memasuki kota Madinah. Masjid ini dijadikan sebagai sentral kegiatan kaum Muslimin, menunaikan sholat sebagai bentuk syiar Islam, mempelajari kandungan Al-qur'an, saling bermusyawarah untuk urusan dunia dan agama mereka.³⁵

³⁵*Ibid.*, hlm. 84.

Setelah membangun Masjid An-Nabawi, langkah awal yang dilakukan Rasulullah adalah mempersaudarakan antara kaum Anshar dan Muhajirin. Hal ini sesuai dengan firman Allah:

وَنَوَلَّا إِلَيْهِمْ هَاجِرًا مِّنْ تُحُبُّونَ قَبْلَهُمْ مِّنْ وَآلِئِمَنَ الدَّارِ تَبَوَّءُوا الَّذِينَ
كَانُوا أَنفُسِهِمْ عَلَىٰ وَيُؤْتِرُونَ أَوْ تُوَامِمًا حَاجَةً صُدُّوا فِي تَجِدُ
الْمُفْلِحُونَ هُمْ فَأُولَئِكَ نَفْسِهِ شَحَّ يُوَقَّوْنَ مِنْ خِصَاصَةِ بِيَهُمْ

“Dan orang-orang yang telah menempati kota Madinah dan telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka (Anshor) 'mencintai' orang yang berhijrah kepada mereka (Muhajirin). dan mereka (Anshor) tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin); dan mereka mengutamakan (orang-orang muhajirin), atas diri mereka sendiri, Sekalipun mereka dalam kesusahan. dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka Itulah orang-orang yang beruntung”.
(Al-Hasyr [59]: 9)³⁶

Setelah mempersaudarakan antara kaum Muhajirin dan Anshar, mendamaikan kabilah Al-Aus dan Al-Khazraj yang berseteru sejak lama, Rasulullah melakukan hal lain, Rasul menciptakan rasa aman dan ketenangan dalam hati non-Muslim yang tinggal di Madinah. Rasul mempersatukan seluruh penduduk kota Madinah mulai dari sahabat Anshar, Muhajirin, dan kaum Yahudi. Mereka saling bermusyawarah dan membentuk persatuan untuk saling menopang satu sama lain penduduk kota Madinah.

³⁶Kementerian Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hlm. 917.

Selain itu, Rasulullah menulis perjanjian (nota kesepahaman) untuk menjamin kehidupan kaum Yahudi sebagaimana kaum Muslimin. Mereka memiliki kebebasan dalam memilih agama sesuai keyakinan mereka, menjaga mereka dari tindak kezaliman, menjaga hak-hak bertetangga, menjaga hak-hak umum dan pribadi sebagaimana hak dan kewajiban kaum Muslim di antara mereka dan sesama kaum Yahudi. Di antara prinsip-prinsip yang dituliskan Rasulullah adalah sebagai berikut:³⁷

- 1) Kaum Muslimin yang terdiri dari sahabat Muhajirin dan Anshar adalah umat yang satu.
- 2) Kaum Muslim memiliki sikap yang tegas untuk memerangi orang yang menciptakan permusuhan dan kerusakan di antara kaum Muslim, walaupun mereka berasal dari anak mereka.
- 3) Orang Mukmin tidak boleh membunuh orang Mukmin dalam persoalan orang kafir, dan tidak boleh menolong orang kafir mengalahkan orang Mukmin.
- 4) Orang musyrik tidak diperkenankan mengganggu harta dan jiwa orang Quraisy.
- 5) Kaum Yahudi Bani Auf boleh hidup berdampingan dengan kaum Mukminin, kecuali orang-orang yang bertindak kezaliman dan dosa.
- 6) Kaum Yahudi dan Muslimin berkewajiban menafkahi diri mereka masing-masing.

³⁷Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Op. Cit.*, hlm. 85-86.

7) Ketika terjadi perselisihan, persoalannya dikembalikan kepada Rasul untuk diputuskan.

Berdasarkan isi perjanjian ini, Rasulullah memiliki harapan dan keyakinan yang kuat untuk merencanakan kehidupan penduduk Madinah dengan penuh keamanan dan ketenangan. Rasulullah ingin membentuk sebuah masyarakat madani, yakni masyarakat yang memiliki kebebasan dalam beragama, bekerja dan beraktivitas, saling menopang satu sama lain, menghindari perpecahan, tindak dosa dan kezaliman serta sikap permusuhan.

9. Rencana dan Strategi Ekonomi Islam

Tujuan dari penancangan perencanaan strategi dalam bidang ekonomi adalah memungkinkan setiap pribadi Muslim mendapatkan kebutuhan hidupnya yang bersifat materi. Untuk itu, Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, kewajiban membayar zakat atas harta orang-orang kaya, dan didistribusikan kembali kepada kaum fakir yang terdapat dalam masyarakat (*redistribusi income*).

Pada masa Rasulullah dan *Khulafaur Rasyidin* belum diperlukan kebijakan ekonomi yang kompleks sebagaimana zaman modern dewasa ini. Fakta ini didukung beberapa sebab, di antaranya, pada masa itu harta *fa'idan ghanimah* sangat melimpah, melebihi kebutuhan yang harus ditanggung fakir miskin.³⁸

³⁸*Ibid.* hlm. 88.

Namun demikian, setidaknya indikasi kebijakan ekonomi mulai tampak pada masa kekhalifahan Umar Bin Khattab r.a khalifah Umar r.a menentukan kebijakan untuk tidak membagikan tanah pertanian yang dikuasai kaum Muslim setelah berperang kepada pasukan perang. Tanah-tanah tersebut tidak dibagi dan dijadikan sebagai sumber penghasilan tetap Baitul Mal. Dengan penghasilan ini, diharapkan dapat mencukupi kebutuhan kaum fakir dan menyejahterakannya, serta untuk menguatkan kebutuhan pasukan perang. Dengan kebijakan ini, negara Islam memiliki sumber penghasilan tetap di samping zakat. Yakni pembayaran *kharraj* dari tanah-tanah pertanian yang ada di Irak, Syam dan Mesir.

Khalifah Umar r.a juga memiliki kebijakan untuk mengkhususkan tanah pertanian guna dimanfaatkan kaum fakir, tanah tersebut dikenal dengan istilah '*Ardh al-Khima*'. Tanah tersebut tidak boleh dimanfaatkan kecuali oleh orang-orang yang hanya memiliki unta atau domba, satu atau dua ekor. Selain itu, di sana juga terdapat penjaga yang akan mencegah orang-orang kaya untuk masuk dan memanfaatkannya. Kebijakan ini mencerminkan proses nasionalisasi aset pertama kali dalam negara Islam.

Kebijakan ekonomi lainnya yang dicanangkan khalifah adalah membuka jalur/saluran untuk mempermudah perniagaan (ekspor-impor) barang dari Mesir ke Hijaz. Jalur ini berhubungan dengan sungai Nil dan Laut Merah. Proyek pembangunan jalur ini usai dalam waktu satu tahun

penuh. Hal ini merupakan proyek besar jika dibandingkan dan dilihat dari peralatan dan tenaga yang ada pada saat itu.³⁹

10. Falsafah Perencanaan Ekonomi dalam Islam

Dalam Islam, konsepsi perencanaan dengan berbagai variannya dicanangkan berdasarkan konsep pembelajaran dan harus bermusyawarah dengan orang-orang yang berkompeten, orang yang cermat, dan luas pandangannya dalam menyelesaikan persoalan.

Konsep bermusyawarah yang digunakan dalam setiap penancangan perencanaan – urusan perang atau sipil – menunjukkan indikasi yang kuat bahwa kaum Muslimin senantiasa membuat perencanaan atas segala sesuatu yang akan dilakukan. Mereka saling bermusyawarah menentukan langkah yang terbaik atas persoalan yang dihadapi. Mereka sangat visioner dan tidak buta dalam menentukan perencanaan strategis.

Dalam tahap perencanaan operasional (pelaksanaan), seorang pemimpin secara langsung menjelaskan tujuan dan petunjuk secara terperinci. Peran ini pernah dijalankan oleh Khalifah Abu Bakar ketika memberangkatkan pasukan perang untuk memerangi kaum murtad.⁴⁰

³⁹*Ibid.*, hlm. 89.

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 90.

11. Pola Permintaan

Peramalan adalah istilah yang sangat populer didunia bisnis yang pada dasarnya adalah kegiatan yang berhubungan dengan meramalkan atau memproyeksikan hal-hal yang terjadi di masa lampau kemas depan. Sejumlah teknik atau metode peramalan telah tersedia untuk para manajer logistik. Teknik atau metode ini mulai dari yang paling sederhana dimana tidak ada perubahan dalam permintaan, sampai pada model matematis yang sangat canggih. Kecenderungan adalah tendensi menyeluruh mengenai kenaikan atau penurunan suatu permintaan. Kenaikan atau penurunan ini dapat terwujud dalam bentuk atau pola matematis yang berbeda-beda. Tanpa memandang kemungkinan betapa sangat kompleksnya bentuk perhitungan matematisnya, pola perubahan tersebut harus diidentifikasi dan kalau mungkin dijelaskan secara matematis.⁴¹

Salah satu alasan utama perusahaan melakukan riset pemasaran adalah untuk mengidentifikasi peluang pasar. Setelah riset selesai, perusahaan harus mengukur dan memperkirakan ukuran, pertumbuhan, dan potensi laba tiap-tiap peluang pasar ramalan penjualan digunakan oleh departemen keuangan untuk menghimpun kas yang dibutuhkan untuk investasi dan operasi, oleh bagian Penjualan untuk menetapkan tingkat kapasitas dan penjualan. Pemasaran bertanggung jawab untuk mempersiapkan ramalan penjualan. Bila perkiraannya ternyata jauh dari

⁴¹Richardus Eko and Ricardus Djokopranoto, *Manajemen Persediaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), Hlm 341-343

kenyataan, perusahaan itu akan menanggung beban kelebihan kapasitas dan persediaan atau persediaan barang yang tidak memadai.⁴²

Peramalan banyak manfaatnya bagi setiap perusahaan, karena memberikan masukan dan informasi yang berharga bagi proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Permalan menunjukkan perkiraan yang akan terjadi pada suatu keadaan tertentu di masa depan. Perencanaan menggunakan ramalan tersebut untuk membantu para pengambil keputusan dalam memilih alternatif tindakan yang terbaik. Dengan kata lain peramalan berusaha memperkirakan apa yang akan terjadi, Sedangkan perencanaan merupakan upaya para pengambil keputusan untuk mempengaruhi hasil yang akan terjadi melalui berbagai strategi, misalnya meluli desain jasa,penetapan harga,promosi, dan lain-lain.⁴³

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang proyeksi Penjualan sudah banyak dilakukan oleh peneliti lain, antara lain:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul / Tahun	Hasil Penelitian
1.	Retno Putri Lestari Marsudi	Peramalan Penjualan Roti Menggunakan Metode Trend Musiman (Studi Kasus Pabrik Mr.Bread Bantargebang,Bekasi).	Untuk memPenjualan banyak barang dari bahan yang hampir sama, pabrik harus mengetahui prediksi penjualan yang akan datang agar tidak ada barang yang tidak terjual

⁴²Benyamin Molan, Manajemen Pemasaran, (Jawa Tengah: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008), Hlm 154-156

⁴³Drs.M. Nur Nasution, Manajemen Jasa Terpadu, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), Hlm 76-77

		(Skripsi, Jurusan Matematika, Fakultas MIPA, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia)	sehingga keuntungannya bisa optimal
2.	Choirin Mis Indatul	Sistem Pendukung Keputusan Untuk peramalan Jumlah Penjualan Barang Dengan Metode <i>Fuzzy Inference System Tsukamoto</i> (Skripsi, Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik, Universitas Maria Kudus 2010)	Untuk memPenjualan banyak barang dari bahan yang hampir sama, pabrik harus mengetahui prediksi penjualan yang akan datang agar tidak ada barang yang tidak terjual sehingga keuntungannya bisa optimal.
3.	Reza Pradana Surya Habibi	Perencanaan Persediaan Bahan Baku Dengan Metode Sistem Q Dan Sistem P Pada PT. Papertech Indonesia Unit II (Skripsi, Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2013)	Masalah persediaan bahan baku yang dialami oleh PT. Papertech Indonesia Unit II Magelang adalah kedatangan pesanan bahan baku yang beberapa kali terlambat dan mengganggu proses Penjualan yang sedang berjalan. Selain itu terdapat sisa bahan baku di akhir periode tahun 2012. Berdasarkan hal tersebut, metode yang dapat digunakan untuk mengendalikan persediaan bahan adalah metode Sistem Q dan Sistem P. Kedua model tersebut merupakan model persediaan yang menentukan jumlah pesanan dan waktu pemesanan bahan yang optimal sehingga diperoleh total biaya persediaan minimal.
4.	Citra Paramita	Analisis Perbandingan Metode Peramalan Penjualan Bahan Bakar Minyak dengan Standar Kesalahan Peramalan (SPK) Pada PT. Pertamina (PERSERO)	Dari analisis dan perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui hasil dan kesimpulan bahwa metode peramalan penjualan BBM yang tepat untuk Premium adalah menggunakan Trend Kuadratik,

		Region IV Jateng dan DIY. (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011)	sedangkan untuk Pertamina menggunakan Trend Least Square. Selain itu, dari hasil perhitungan SKP total penjualan BBM, maka dapat ditentukan bahwa metode peramalan (<i>forecasting</i>) BBM menggunakan metode Trend Least Square dan Trend Kuadratik adalah lebihbaik serta efektif jika dibanding dengan metode Trend Bebas yang diterapkan perusahaan selama ini.
5.	Eka Ferri Indayani	Peramalan Jumlah Penumpang Kereta Api dengan Menggunakan Metode BOX-JENKINS (Studi Kasus di PT. Kereta Api (PERSERO) DAOP VI Yogyakarta). (Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Matematika, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2009)	Model ARIMA yang layak untuk digunakan pada data jumlah penumpang kereta api Yogyakarta adalah model ARIMA (1,0,1)(0,0,1) ¹² . Model tersebut dikatakan layak untuk digunakan karena estimasi parameter signifikan terhadap model dan memenuhi semua asumsi dalam analisis residual yaitu non autokorelasi, homoskedastisitas, dan normalitas.
6.	Astin Nurhayati Munawaroh	Peramalan Jumlah Penumpang Pda PT. Angkasa Pura I (PERSERO) Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta Dengan Metode <i>Wenter's Exponential Smoothing dan Seasonal Arima</i> . (Skripsi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Jurusan Pendidikan Matematika, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2010)	Peramalan jumlah kedatangan dan keberangkatan penumpang domestik lebih tepat menggunakan metode <i>Seasonal ARIMA</i> karena masing-masing menghasilkan nilai <i>MSD</i> yang lebih kecil daripada nilai <i>MSD</i> yang dihasilkan pada metode <i>Winter's Exponential Smoothing</i> . Hasil peramalan jumlah kedatangan dan keberangkatan penumpang domestik pada tahun 2010 mengalami peningkatan. Peningkatan yang signifikan terjadi pada bulan Desember, yaitu mencapai 180124 penumpang untuk kedatangan penumpang domestik dan 169075 penumpang untuk keberangkatan penumpang domestik.

Perbedaan peneliti dengan ke tiga peneliti lainnya di atas adalah berkaitan dengan metode proyeksi Penjualan yang digunakan oleh masing-masing peneliti.

Pada skripsi saudara Retno Putri Lestari, memakai metode Trend Musiman untuk menentukan proyeksi penjualannya. Sedangkan metode yang peneliti pakai untuk menentukan proyeksi Penjualan lebih efektif untuk jangka pendek.

Penelitian saudara Choirin Mis Indatul menggunakan metode *Fuzzy Inference System Tsukamoto*. Penelitian yang dilakukan peneliti adalah Untuk memprakirakan penjualan banyak barang dari bahan yang hampir sama, pabrik harus mengetahui prediksi penjualan yang akan datang agar tidak ada barang yang tidak terjual sehingga keuntungannya bisa optimal.

Reza Pradana Surya Habibi berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti dalam hal metode yang digunakan. Peneliti di sini menggunakan Metode Sistem Q dan Sistem P Penelitian yang dilakukan peneliti adalah Masalah persediaan bahan baku yang dialami oleh PT. Papertech Indonesia Unit II Magelang adalah kedatangan pesanan bahan baku yang beberapa kali terlambat dan mengganggu proses Penjualan yang sedang berjalan. Selain itu terdapat sisa bahan baku di akhir periode tahun 2012 Berdasarkan hal tersebut, metode yang dapat digunakan untuk mengendalikan persediaan bahan adalah metode Sistem Q dan Sistem P. Kedua model tersebut merupakan model persediaan yang menentukan jumlah pesanan dan waktu pemesanan bahan yang optimal sehingga diperoleh total biaya persediaan minimal.

Pada skripsi Citra Paramita menunjukkan perbedaan dalam metode yang digunakan juga. Metode yang digunakan saudara Citra Paramita adalah metode Trend Bebas, Trend setengah rata-rata, Trend Moment, Tren Least Square dan Trend Kuadratik. Pada penelitian tersebut disimpulkan bahwa yang harus digunakan adalah Trend kuadratik untuk produk BBM-nya dan Trend least quare untuk produk Pertamina-nya. Sedangkan penelitian ini hanya menggunakan trend linier, parabolik dan eksponensial saja

Skripsi saudara Eka Ferri Indayani, perbedaannya juga terdapat pada metode yang digunakan untuk mengolah datanya. Di mana dalam penelitian ini menggunakan metode *Time Series* sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode *Box-Jenkins* saja.

Selanjutnya, skripsi saudara Astin Nurhayati Munawarah berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti dalam hal metode yang digunakan. Peneliti di sini menggunakan metode *Time Series* sedangkan saudara Astin menggunakan metode *Winter's Exponential Smoothing* dan *Seasonal ARIMA*. Metode Eksponensial pada penelitian saudara Astin berbeda dengan metode Eksponensial yang digunakan oleh peneliti di sini. Eksponensial pada penelitian Astin masih dibagi atas 2 model yaitu model aditif dan model multiplikatif. Model aditif menunjukkan fluktuasi musim yang relatif stabil dan model multiplikatif digunakan jika plot data asli menunjukkan fluktuasi yang lebih bervariasi.

C. Kerangka Pikir

Perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan memerlukan perencanaan pemasaran yang mantap dalam menyongsong masa depan. Salah satu yang perlu diperhatikan adalah perkiraan tentang besarnya volume penjualan produk atau barang dagangannya di masa depan. Hal ini penting untuk merencanakan sumber daya yang harus disiapkan termasuk perencanaan persediaan barang dan pemesanan barang. Proyeksi tersebut juga dapat dimanfaatkan sebagai pedoman untuk sebuah perusahaan. Pedoman ini dipergunakan sebagai referensi untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.

Proyeksi penjualan yang dilakukan setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai target untuk penjualan masa depannya. Dengan memperkirakan penjualan produk, perusahaan dapat menargetkan pencapaian penjualan yang harus dicapai dimasa mendatang. Di mana dalam hal ini Adi Sutanto memaparkan dalam bukunya yang berjudul *Kewiraswastaan* bahwasanya “*Orang yang sukses menentukan target, dan untuk bisa memperoleh kebahagiaan seseorang harus yakin bahwa dia mempunyai sebuah target yang penting*”.⁴⁴

Salah satu teknik yang sering dipakai untuk memperkirakan, menaksir, atau memproyeksikan masa depan adalah dengan melakukan *forecasting*. Ada banyak metode *forecasting* di mana dalam penelitian ini yang digunakan adalah metode kecendrungan (trend). Dalam hal ini berdasarkan data historis

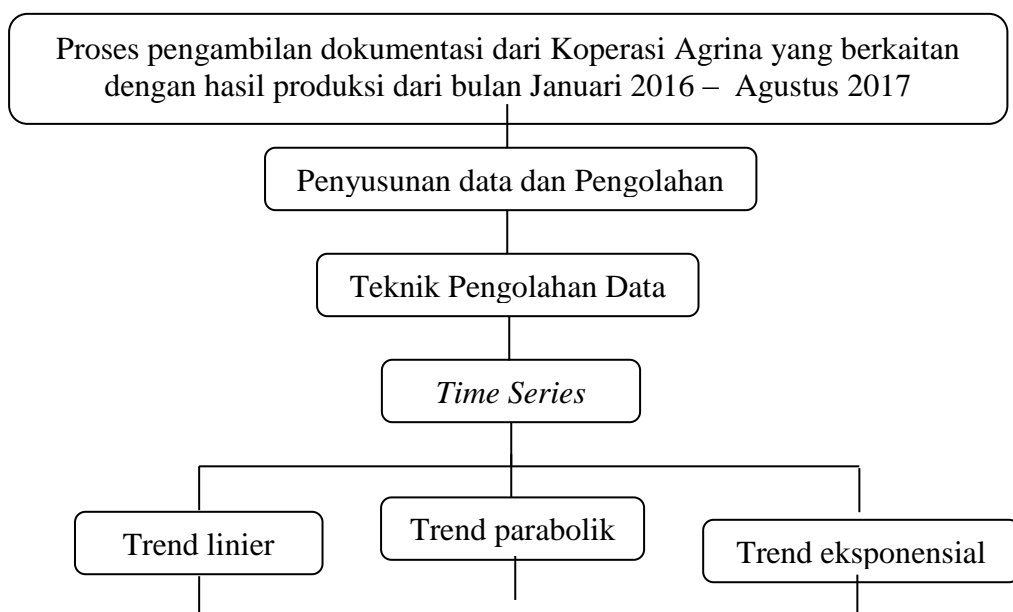
⁴⁴Adi Sutanto, *Kewira Swastaan* (Jakarta: Gladia Indonesia, 2002), hlm. 57.

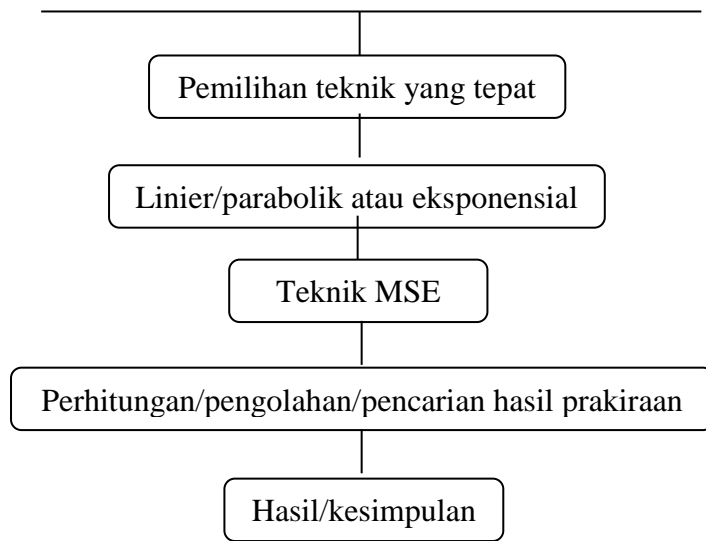
penjualan di masa lalu diidentifikasi kecenderungan pola datanya apakah mengikuti trend linier, parabolik atau eksponensial. Trend yang terpilih sebagai persamaan Proyeksi penjualan adalah bentuk trend dengan kesalahan terkecil.

Pola penjualan di masa depan merupakan lanjutan pola penjualan masa lalu. Dengan anggapan situasi masa depan tidak banyak berubah, maka dengan mengetahui pola data penjualan masa lalu maka dapat diperkirakan pola penjualan dimasa depan. Tentunya setiap perkiraan tentang masa depan tidaklah selalu tepat 100%. Pada praktiknya selalu ada penyimpangan (*error*) dengan keadaan sebenarnya. Namun dengan kegiatan *forecasting* atau perkiraan tentang kondisi masa depan maka akan mengurangi dan meminimumkan kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Trend dengan kesalahan terkecil (paling teliti) akan digunakan untuk memperkirakan penjualan produk perusahaan dimasa mendatang. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada bagan berikut:

Gambar 2. 1
Flow Chart (Rencana Mencari Hasil Penelitian)





BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2016 - selesai. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Agrina yang beralamat di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara. Koperasi Agrina ini bergerak dalam usaha Penjualan keripik salak.

B. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang dibuat menggunakan metode kuantitatif *deskriptif* yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui gambaran suatu variabel, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel yang lain. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berpijak pada pandangan positivisme yang intinya menekankan hal-hal yang bersifat konkret, uji empiris, dan fakta-fakta yang nyata. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memberikan pemaknaan melalui penafsiran angka-angka statistika atau bukan melalui kebahasaan atau kulturenya.¹

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik dokumentasi berupa pengambilan catatan-catatan yang diambil secara langsung

¹Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *PanduanPraktisMemahamiPenelitian: BidangSosial – Administrasi – Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 10.

dari Koperasi Agrina yang berupa data penjualan keripik salak mulai dari bulan April 2014 sampai September 2016. Data yang dimaksud merupakan data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Selain itu sebagai tambahan bahan untuk kelengkapan catatan-catatan tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara yakni percakapan langsung dengan pihak terkait di Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat.

D. Teknik Analisis Data

Teknik yang dipergunakan untuk menganalisis data di dalam penelitian ini adalah dengan metode (teknik) proyeksi kuantitatif khususnya proyeksi dengan Metode Deret Berkala (*time series*) dengan teknik *trend*. Data yang dimiliki adalah berupa data yang bersifat angka-angka (*numeric*). Metode Deret Berkala mempunyai empat macam asumsi terhadap jenis atau bentuk data yakni *konstan*, *trend*, *musiman*, dan *siklus*. Dalam menjawab proyeksi yang diinginkan, akan dipergunakan metode deret berkala (*time series*) dengan pola data trend. Dari ketiga pola data trend yang terdiri dari Trend Linier, Trend Parabolik, dan Trend Eksponensial nanti akan diukur ketelitiannya dimana yang paling layak digunakan untuk memproyeksikan Penjualan di Koperasi Agrina tersebut dengan memakai rumus rata-rata kesalahan kuadrat (MSE, *Mean squared error*).

1. Trend Linier

Analisis tren merupakan salah satu metode statistik yang mudah digunakan dalam memproyeksikan Penjualan. Analisis tren terdiri atas tren garis lurus atau linier (yang terdiri atas metode kuadrat terkecil dan metode

momen) dan tren bukan garis lurus (tren parabola kuadrat dan tren eksponensial atau logaritma). Analisis tren merupakan analisis runtun waktu atau data berkala variabel bebas (X).² Analisis *trend juga* berguna untuk melihat kecenderungan permintaan dengan mempergunakan persamaan garis regresi. Perkembangan permintaan diregresikan dengan variabel waktu sehingga akan dapat dilihat *trend* perkembangan permintaan setiap waktu. Data berkala atau deret berkala (*time series*) adalah sekumpulan data yang dicatat dalam satu periode waktu. Sering kali data deret waktu jika digambarkan ke dalam plot mendekati garis lurus. Deret waktu seperti inilah yang termasuk dalam trend linier.

Persamaan trend linier adalah sebagai berikut:

$$Y_t = a + bt$$

Dengan nilai a dan b diperoleh dari formula:

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

$$b = \frac{\sum tY}{t^2}$$

Dimana Y_t menunjukkan nilai taksiran Y pada nilai t tertentu. Sedangkan a adalah nilai *intercept* dari Y , artinya nilai Y_t akan sama dengan a jika nilai $t = 0$. Kemudian b adalah nilai *slope*, artinya besar kenaikan nilai Y_t pada setiap nilai t . Dan nilai t sendiri adalah nilai tertentu yang menunjukkan periode waktu.

² M. Nafarin, *Op. Cit*, hlm . 98.

2. Trend Parabolik

Trend parabolik (kuadratik) adalah trend yang nilai variabel tak bebasnya naik atau turun secara linier atau terjadi parabola bila datanya dibuat scatter plot (hubungan variabel dependen dan independen adalah kuadratik). Jika trend linier merupakan deret waktu yang berupa garis lurus, maka trend kuadratik merupakan deret waktu dengan data berupa garis parabola.

Persamaan untuk trend kuadratik adalah:

$$Y_t = a + bt + ct^2$$

Dengan nilai a , b , dan c diperoleh dari:

$$a = \frac{\sum Y - c \sum t^2}{n}$$

$$b = \frac{\sum tY}{\sum t^2}$$

$$c = \frac{n \sum t^2 Y - \sum t^2 \sum Y}{n \sum t^4 - (\sum t^2)^2}$$

3. Trend Eksponensial

Untuk mengukur sebuah deret waktu yang mengalami kenaikan atau penurunan yang cepat maka digunakan metode trend eksponensial. Dalam metode ini digunakan persamaan:

$$Y_t = a \cdot b^t$$

Tetapi dalam melakukan perhitungannya, persamaan di atas dapat diubah ke dalam bentuk semi log, sehingga memudahkan untuk mencari nilai a dan b .³

³ Ibid., hlm. 99.

$$\log Y = \log a + \log b$$

$$\Rightarrow a = \text{antilog} \left[\frac{\sum \log Y}{n} \right]$$

$$\Rightarrow b = \text{anti log} \left[\frac{\sum t \log Y}{\sum t^2} \right]$$

4. Rata-Rata Kuadrat (MSE, *Mean squared error*)

Untuk membuat suatu keputusan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang berdasarkan deret waktu diperlukan suatu metode peramalan yang paling baik sehingga memiliki nilai kesalahan yang cenderung kecil. Terdapat beberapa cara untuk menentukan metode peramalan mana yang akan dipilih sebagai metode peramalan yang paling baik, diantaranya *Mean Square Error (MSE)*.

Untuk mencari *MSE* digunakan rumus sebagai berikut:

$$MSE = \frac{\sum e^2}{n}$$

Dimana nilai e adalah selisih antara nilai Y dengan peramalan (Y_t). Model yang memiliki *MSE* paling kecil adalah model persamaan yang paling baik.⁴

⁴Alex S. Nitisemito dan Umar Burhan, *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 23.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Koperasi Agrina (Agro Rimba Nusantara) merupakan suatu badan usaha yang bergerak dibidang buah salak segar yang berdominasi di Desa Parsalakan km 12 Jalan Padangsidempuan-sibolga Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan Propinsi Sumatera Utara. Koperasi Agrina yang terletak di Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanulil Selatan didirikan pada tahun 2007 dengan hak badan hukum no. 518/16/BH-11.9/IX/2007, tanggal 25 september 2007. Selama ini Penjualan salak tidak pernah dilakukan mengolah secara profesional.

Hanya merupakan buah salak segar saja yang memasuki pasar yang akibatnya harga murah/rendah bahkan tidak stabil harga yang berimbas pada pendapatan petani salak menurun maka dari itu agrina melakukan pengolahan seperti pengalengan,dodol, minuman / sirup salak,keripik salak dan lainnya. Hal ini akan menambah nilai ekonomi terhadap masyarakat petani karena hasil panen rakyat tidak terbuang sia-sia khususnya Angkola Barat dan Tapanuli selatan. Saat ini daerah pemasaran yang sudah di jangkau atau penjualan secara langsung keluar daerah meliputi Pekanbaru, Aceh, Sibolga, Panyabungan, Medan, Sipirok disamping itu Koperasi Agrina membuka lapangan kerja yang sekaligus membantu pemerintah didalam mengatasi pengangguran.

Adapun Visi dan Misi Koperasi Agrina adalah sebagai berikut:

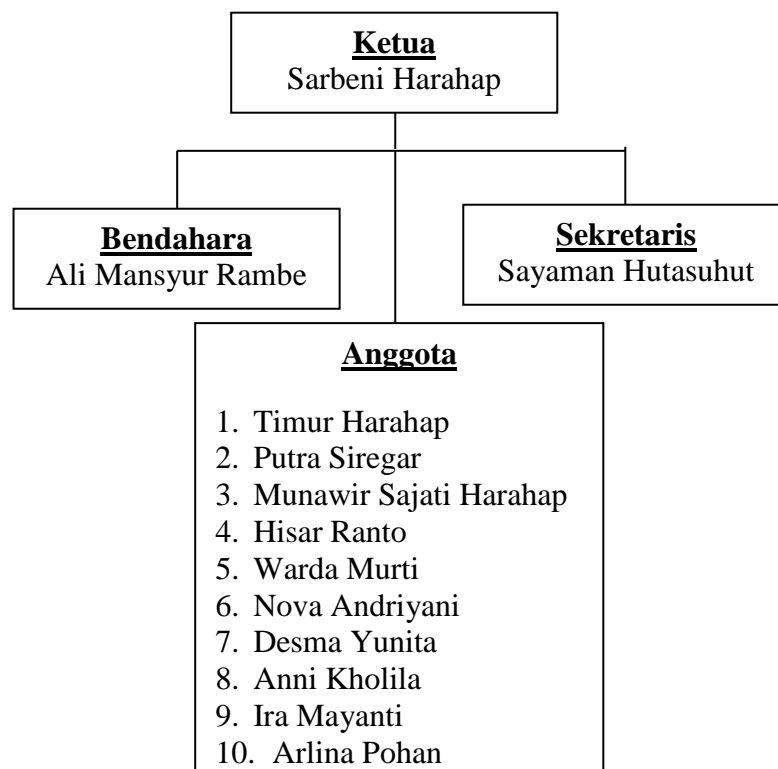
“Visi yang dibuat adalah mengantar masyarakat Angkola Barat Khususnya dan Tapanuli Selatan umumnya menjadi masyarakat yang lebih makmur, maju dan sejahtera.”

Sedangkan misi Koperasi Agrina antara lain:

- a. Meningkatkan Penjualan buah salak
- b. Menetapkan lapangan Kerja baru
- c. Menciptakan Kesejahteraan masyarakat khususnya petani salak
- d. Menciptakan kerajinan tangan (souvenir) dari bahan baku biji, pelepah, dan daun salak.

2. Struktur Organisasi

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi



3. Dampak Ekonomi Koperasi Agrina

Keberadaan Koperasi Agrina di kecamatan Angkola Barat berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat yaitu dapat membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar Kecamatan Angkola Barat. Selain itu, Koperasi Agrina menyediakan sarana penting pendapatan dan dukungan untuk sejumlah usaha kecil dan keluarga di Kecamatan Angkola Barat. Untuk jangka panjang, Koperasi Agrina dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kecamatan Angkola Barat dengan cara mengurangi pengangguran.

B. Pengolahan Data dan Analisis

Data yang diolah merupakan hasil penjualan produk makanan Keripik Salak kemasan Kotak dari bulan April 2014 sampai September 2016. Peneliti ini hanya memilih produk tersebut, karena produk Makanan Keripik Salak Kemasan Kotak merupakan produk yang sangat laris dilapangan dibandingkan dengan jenis produk-produk di Koperasi Agrina dikecamatan Angkola Barat yang didistribusikan dan dipasarkan. Hal inilah yang membuat peneliti memilih produk makanan keripik Salak kemasan kotak plastik untuk diteliti proyeksi penjualannya. Karena produk inilah yang lebih berpengaruh terhadap perkembangan Koperasi Agrina dikecamatan Angkola Barat. Sebagai perbandingan dapat dilihat keadaan tingkat penjualan produk makanan Keripik Salak pada bulan September 2016 tabel berikut:

Tabel 4. 1
Hasil Penjualan bulan September 2016 Koperasi Agrina

Jenis Produk	Penjualan pada Bulan September 2016 (Dalam Kotak)
Nagogo Drink	5000 botol
Kurma Sala	1000 botol
Dodol Salak	2000 Kotak
Keripik Salak	10.000 Kotak
Sirup Salak	1000 botol
Madu Salak	1000 botol

Sumber: Arsip Work Shop Sentra Industri Kecil Pengolahan Buah salak Agrina, 2016

Dari tabel diatas membuktikan bahwa produk makanan keripik salak merupakan barang dagangan Koperasi Agrina yang paling banyak diminati pelanggan.

Berikut merupakan data penjualan produk Keripik Salak Koperasi Agrina dari bulan April 2014 sampai September 2016.

Tabel 4.2
Penjualan Keripik Salak 2014 – 2016 Koperasi Agrina

Bulan	2014	2015	2016
Januari		210	256
Februari		240	147
Maret		260	280
April	150	270	274
Mei	130	120	264
Juni	190	110	146
Juli	210	180	178
Agustus	220	170	269
September	230	270	270
Oktober	160	260	
November	170	280	
Desember	156	175	

Sumber: Arsip Work Shop Sentra Industri Kecil Pengolahan Buah salak Agrina, 2016

Untuk mengetahui proyeksi Penjualan penjualan pada bulan Oktober 2016 sampai bulan Juli 2017 maka data penjualan Makanan Keripik Salak Koperasi Agrina akan diolah menggunakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yang telah disebutkan sebelumnya. Teknik analisis data yang dimaksud adalah dengan menghitung persamaan dari trend linier, parabolik dan eksponensial yang sesuai dengan data penjualan Koperasi Agrina. Kemudian dilanjutkan dengan menghitung tingkat kesalahan masing-masing trend. Persamaan trend dengan nilai kesalahan terendah akan dipilih sebagai persamaan trend untuk memperkirakan penjualan pada bulan Oktober 2016 sampai bulan Juli 2017.

C. Analisis Data

1. Trend Linier

Tabel 4. 3
Perhitungan Trend Linier

Per.(X)	Bulan	Penj.(Y)	XY	e ²	X ²
1	April 2014	150	150	402.0025	1
2	Mei	130	260	1424.3076	4
3	Juni	190	570	603.6849	9
4	Juli	210	840	2197.7344	16
5	Agustus	220	1100	3503.4561	25
6	September	230	1380	5112.25	36
7	Oktober	160	1120	14.5161	49
8	November	170	1360	259.8544	64
9	Desember	156	1404	19.6249	81
10	Januari 2015	210	2100	3689.3476	100
11	Februari	240	2640	8658.3025	121
12	Maret	260	3120	13307.9296	144
13	April	270	3510	16299.6289	169
14	Mei	120	1680	400.8004	196
15	Juni	110	1650	767.8441	225
16	Juli	180	2880	1989.16	256

17	Agustus	170	2890	1362.3481	289
18	September	270	4860	19382.2084	324
19	Oktober	260	4940	17300.1409	361
20	November	280	5600	23666.7456	400
21	Desember	175	3675	2616.3225	441
22	Januari 2016	256	5632	18079.4916	484
23	Februari	147	3381	771.1729	529
24	Maret	280	6720	26595.0864	576
25	April	274	6850	25405.1721	625
26	Mei	264	6864	23012.89	676
27	Juni	146	3942	1296.7201	729
28	Juli	178	4984	4944.9024	784
29	Agustus	269	7801	26774.7769	841
30	September	270	8100	27868.9636	900
465		6245	102003	277727.3855	9455

Hasil perhitungan diatas disubtitusikan kepersamaan (2) dan (3) sehingga diperoleh persamaan normal berikut:

$$6.245 = 30a + 465b$$

$$10.2003 = 465a + 9.455b$$

Kemudian dengan mengeliminasi kedua persamaan di atas akan diperoleh nilai $a = 172,3$ dan $b = 2,31$. Oleh karena itu, nilai a dan b tersebut dapat dimasukkan ke persamaan, Maka persamaan dari trend linier adalah $Y = 172,3 + 2,31X$.

2. Trend Parabolik

Tabel 4. 4
Perhitungan Trend Parabolik

Per.(X)	Bulan	Penj.(Y)	XY	X ²	X ² Y	e ²	X ³	X ⁴
1	April 2014	150	150	1	150	529	1	1
2	Mei	130	260	4	520	1669	8	16
3	Juni	190	570	9	1710	454	27	81
4	Juli	210	840	16	3360	1888	64	256
5	Agustus	220	1100	25	5500	3091	125	625
6	September	230	1380	36	8280	4590	216	1296

7	Oktober	160	1120	49	7840	0	343	2401
8	November	170	1360	64	10880	145	512	4096
9	Desember	156	1404	81	12636	0	729	6561
10	Januari 2015	210	2100	100	21000	3175	1000	10000
11	Februari	240	2640	121	29040	7832	1331	14641
12	Maret	260	3120	144	37440	12243	1728	20736
13	April	270	3510	169	45630	15080	2197	28561
14	Mei	120	1680	196	23520	628	2744	38416
15	Juni	110	1650	225	24750	1082	3375	50625
16	Juli	180	2880	256	46080	1540	4096	65536
17	Agustus	170	2890	289	49130	986	4913	83521
18	September	270	4860	324	87480	17835	5832	104976
19	Oktober	260	4940	361	93860	15800	6859	130321
20	November	280	5600	400	112000	21859	8000	160000
21	Desember	175	3675	441	77175	2025	9261	194481
22	Januari 2016	256	5632	484	123904	16422	10648	234256
23	Februari	147	3381	529	77763	454	12167	279841
24	Maret	280	6720	576	161280	24476	13824	331776
25	April	274	6850	625	171250	23286	15625	390625
26	Mei	264	6864	676	178464	20952	17576	456976
27	Juni	146	3942	729	106434	835	19683	531441
28	Juli	178	4984	784	139552	3975	21952	614656
29	Agustus	269	7801	841	226229	24398	24389	707281
30	September	270	8100	900	243000	25392	27000	810000
465		6245	102003	9455	2125857	252643	216225	5273999

Hasil perhitungan tabel di atas disubstitusikan ke persamaan (5), (6)

dan (7) sehingga akan diperoleh persamaan normal berikut:

$$6245 = 30a + 465b + 9455c$$

$$102003 = 465a + 9455b + 21.6225c$$

$$2125857 = 9455a + 216.225b + 5.273.999c$$

Dengan mengeliminasi ketiga persamaan di atas akan diperoleh nilai **a =**

175,15b = 2,15danc = 0,001. Oleh karena itu diperoleh persamaan trend parabolik, **Y = 175,15 - 2,15X + 0,001X²**.

3. Trend Eksponensial

Tabel 4. 5
Perhitungan Trend Eksponensial

Per.(X)	Bulan	Penj.(Y)	X ²	log Y	e ²	X log Y
1	April 2014	150	1	2,176091259	22263.98221	2,176091259
2	Mei	130	4	2,113943352	16427.5448	4,227886705
3	Juni	190	9	2,278753601	34504.68333	6,836260803
4	Juli	210	16	2,322219295	40060.07129	9,288877179
5	Agustus	220	25	2,342422681	38867.4454	11,7121134
6	September	230	36	2,361727836	31323.34192	14,17036702
7	Oktober	160	49	2,204119983	1369.215878	15,42883988
8	November	170	64	2,230448921	13306.36818	17,84359137
9	Desember	156	81	2,193124598	256055.7331	19,73812139
10	Januari 2015	210	100	2,322219295	1757971.662	23,22219295
11	Februari	240	121	2,380211242	11044015.49	26,18232366
12	Maret	260	144	2,414973348	64108024.74	28,97968018
13	April	270	169	2,431363764	357544872.4	31,60772893
14	Mei	120	196	2,079181246	1969136028	29,10853744
15	Juni	110	225	2,041392685	10633379634	30,62089028
16	Juli	180	256	2,255272505	57269089052	36,08436008
17	Agustus	170	289	2,230448921	308520140417	37,91763166
18	September	270	324	2,431363764	1660899431510	43,76454775
19	Oktober	260	361	2,414973348	8941816248214	45,88449361
20	November	280	400	2,447158031	48132916256742	48,94316063
21	Desember	175	441	2,243038049	259085886695958	47,10379902
22	Januari 2016	256	484	2,408239965	139451507949181	52,98127924
23	Februari	147	529	2,167317335	750591540299259	49,8482987
24	Maret	280	576	2,447158031	750589235765173	58,73179275
25	April	274	625	2,437750563	217448576150501	60,94376407
26	Mei	264	676	2,421603927	117039602047516	62,9617021
27	Juni	146	729	2,164352856	629954188223118	58,43752711
28	Juli	178	784	2,250420002	339066560986476	63,01176006
29	Agustus	269	841	2,42975228	182499189674937	70,46281612
30	September	270	900	2,431363764	982283660701112	72,94091292
465		6245	9455	69,07240645	120639361747674	1081,161348

Hasil perhitungan tabel di atas disubstitusikan ke persamaan (9) dan (10)

pada bab II sehingga diperoleh persamaan normal sebagai berikut:

$$1070,58 = 30 \log a + 7207,5 \log b$$

$$1081,16 = 465 \log a + 9455 \log b$$

Dengan mengeliminasi kedua persamaan di atas akan diperoleh nilai $a = 0,34$ dan $b = -2,32$. Oleh karena itu diperoleh persamaan trend eksponensial, $Y = (0,34)(2,32)^X$.

4. Perhitungan Kesalahan (Penyimpangan) Masing-Masing Trend

Tabel 4. 6
Perhitungan Kesalahan Trend Linier

Per.(X)	Bulan	Penj.(Y)	$Y' = 2,598,11 + 26,30X$	$(Y-Y')^2$	e^2	MSE
1	April 2014	150	170,05	-20,05	529	MSE = $\frac{\sum(Y-Y')^2}{n}$ MSE = $\frac{277727,38}{30}$ MSE = 9257,57
2	Mei	130	167,74	-37,74	1669	
3	Juni	190	165,43	24,57	454	
4	Juli	210	163,12	46,88	1888	
5	Agustus	220	160,81	59,19	3091	
6	September	230	158,5	71,5	4590	
7	Oktober	160	156,19	3,81	0	
8	November	170	153,88	16,12	145	
9	Desember	156	151,57	4,43	0	
10	Januari 2015	210	149,26	60,74	3175	
11	Februari	240	146,95	93,05	7832	
12	Maret	260	144,64	115,36	12243	
13	April	270	142,33	127,67	15080	
14	Mei	120	140,02	-20,02	628	
15	Juni	110	137,71	-27,71	1082	
16	Juli	180	135,4	44,6	1540	
17	Agustus	170	133,09	36,91	986	
18	September	270	130,78	139,22	17835	
19	Oktober	260	128,47	131,53	15800	
20	November	280	126,16	153,84	21859	
21	Desember	175	123,85	51,15	2025	
22	Januari 2016	256	121,54	134,46	16422	
23	Februari	147	119,23	27,77	454	
24	Maret	280	116,92	163,08	24476	
25	April	274	114,61	159,39	23286	
26	Mei	264	112,3	151,7	20952	
27	Juni	146	109,99	36,01	835	
28	Juli	178	107,68	70,32	3975	
29	Agustus	269	105,37	163,63	24398	
30	September	270	103,06	166,94	25392	
465		6245	4096,65	2148,35	252643	

Tabel 4. 7
Perhitungan Kesalahan Trend Parabolik

Per.(X)	Bulan	Penj.(Y)	$Y' = 2.598,11 + 26,30X$	$(Y-Y')^2$	MSE
1	April 2014	150	173,001	-23,001	MSE = $\frac{\sum(Y-Y')^2}{n}$ MSE = $\frac{252643,407}{30}$ MSE = 8421,44
2	Mei	130	170,851	-40,851	
3	Juni	190	168,701	21,299	
4	Juli	210	166,551	43,449	
5	Agustus	220	164,401	55,599	
6	September	230	162,251	67,749	
7	Oktober	160	160,101	-0,101	
8	November	170	157,951	12,049	
9	Desember	156	155,801	0,199	
10	Januari 2015	210	153,651	56,349	
11	Februari	240	151,501	88,499	
12	Maret	260	149,351	110,649	
13	April	270	147,201	122,799	
14	Mei	120	145,051	-25,051	
15	Juni	110	142,901	-32,901	
16	Juli	180	140,751	39,249	
17	Agustus	170	138,601	31,399	
18	September	270	136,451	133,549	
19	Oktober	260	134,301	125,699	
20	November	280	132,151	147,849	
21	Desember	175	130,001	44,999	
22	Januari 2016	256	127,851	128,149	
23	Februari	147	125,701	21,299	
24	Maret	280	123,551	156,449	
25	April	274	121,401	152,599	
26	Mei	264	119,251	144,749	
27	Juni	146	117,101	28,899	
28	Juli	178	114,951	63,049	
29	Agustus	269	112,801	156,199	
30	September	270	110,651	159,349	
465		6245	4254,78	1990,22	

Tabel 4. 8
Perhitungan Kesalahan Trend Eksponensial

Per. (X)	Bulan	Penj. (Y)	$Y' = 2.598,11 + 26,30X$	$(Y-Y')^2$	MSE
1	April 2014	150	-0,7888	150,7888	MSE = $\frac{\sum(Y-Y')^2}{n}$ MSE = 1206393634152 32 / 30 MSE = 4021312113841 08
2	Mei	130	1,830016	128,169984	
3	Juni	190	-4,24563712	194,2456371	
4	Juli	210	9,849878118	200,1501219	
5	Agustus	220	-22,85171723	242,8517172	
6	September	230	53,01598398	176,984016	
7	Oktober	160	-122,9970828	282,9970828	
8	November	170	285,3532322	-115,3532322	
9	Desember	156	-662,0194987	818,0194987	
10	Januari 2015	210	1535,885237	-1325,885237	
11	Februari	240	-3563,25375	3803,25375	
12	Maret	260	8266,7487	-8006,7487	
13	April	270	-19178,85698	19448,85698	
14	Mei	120	44494,9482	-44374,9482	
15	Juni	110	-103228,2798	103338,2798	
16	Juli	180	239489,6092	-239309,6092	
17	Agustus	170	-555615,8933	555785,8933	
18	September	270	1289028,873	-1288758,873	
19	Oktober	260	-2990546,984	2990806,984	
20	November	280	6938069,003	-6937789,003	
21	Desember	175	-16096320,09	16096495,09	
22	Januari 2016	256	37343462,6	-37343206,6	
23	Februari	147	-86636833,24	86636980,24	
24	Maret	280	-86636833,24	86637113,24	
25	April	274	-466314091,2	466314365,2	
26	Mei	264	1081848692	-1081848428	
27	Juni	146	-2509888965	2509889111	
28	Juli	178	5822942398	-5822942220	
29	Agustus	269	-13509226364	13509226633	
30	September	270	31341405164	-31341404894	
465		6245	21613588599	-21613582354	

Berdasarkan perhitungan MSE di atas terlihat bahwa trend parabolik memiliki kesalahan (MSE) terkecil dibandingkan dengan trend linier maupun eksponensial. Hal tersebut terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Perbandingan Kesalahan (MSE) Masing-Masing Trend

Trend	Kesalahan (MSE)	Persamaan
Linier	9257,57	$Y = 172,3 + 2,31X$
Parabolik	8421,44	$Y = 175,15 - 2,15X + 0,001X^2$
Eksponensial	40213121138410800000	$Y = (0,34)(2,32)^X$

Sehingga untuk memproyeksikan penjualan produk Makanan Keripik Salak pada Koperasi Agrina di bulan Oktober 2016 hingga Juli 2017 dapat digunakan trend parabolik dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Proyeksi penjualan Koperasi Agrina
Oktober 2016 sampai Juli 2017 dengan Trend Parabolik

No	Bulan	Periode Waktu (X)	Proyeksi Penjualan (Dalam Kotak) $Y = 175,15 - 2,15x + 0,001X^2$
1	Oktober 2016	31	109,461
2	November	32	107,374
3	Desember	33	105,289
4	Januari 2017	34	103,206
5	Februari	35	101,125
6	Maret	36	99,046
7	April	37	96,969
8	Mei	38	94,894
9	Juni	39	92,821
10	Juli	40	90,75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Metode deret berkala dengan teknik trend yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari trend linier, parabolik dan eksponensial. Persamaan dari trend linier adalah $Y = 172,3 + 2,31X$. dan trend parabolik $Y = 175,15 - 2,15X + 0,001X^2$. dan trend eksponensial $Y = (0,34)(2,32)^X$ dengan MSE (Rata-rata kesalahan Kuadrat) trend linier, parabolik dan eksponensialnya adalah, MSE trend linier **9257,57** , MSE trend parabolik **8421,44** , MSE trend eksponensial **40213121138410800000**.

Setelah peneliti melakukan analisis data, maka persamaan yang tepat dan layak dipakai dalam penelitian ini untuk mengetahui Proyeksi penjualan di bulan Oktober 2016 – Juli 2017 adalah $Y = 175,15 - 2,15X + 0,001X^2$. Persamaan ini diperoleh dari pengolahan data sehingga terpilih trend parabolik. Hal ini, disebabkan karena MSE (Rata-rata Kesalahan Kuadrat) dari teknik trend parabolik lebih kecil dari pada trend linier maupun tren eksponensial. Trend parabolik adalah trend yang nilai variabel dependennya naik dan turun tidak secara linier.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti berikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara hendaklah memperhatikan dan lebih meningkatkan

perencanaan koperasi agrina yang lebih tepat, misalnya yang berkaitan dengan proyeksi penjualan, agar tidak terjadi penumpukan barang digudang dan kekurangan barang yang menyebabkan pelanggan kecewa.

2. Bagi para karyawan di Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat agar ikut serta dalam mendukung program yang dibentuk oleh koperasi khususnya yang berkaitan dengan pemakaian metode proyeksi penjualan, sehingga tujuan koperasi tercapai serta tujuan karyawan untuk mendapatkan kompensasinya tercapai dari hasil penjualan yang semakin tahun semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)
- Arthur J. Keown, dkk., *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan* (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008)
- Alex S. Nitisemito dan Umar Burhan, *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004)
- Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, (Jawa Tengah: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008)
- Drs. M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004)
- Dominick Salvatore, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Salemba Empat, 2005)
- Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE, 1999)
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Manajemen, Metode dan Kasus* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997)
- Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada)
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial – Administrasi – Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011)
- Windy Novia, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Kashiko)
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2013)
- M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: RINEKA CIPTA, 2003)
- M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013)
- Richardus Eko and Ricardus Djokopranoto, *Manajemen Persediaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004)

Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013)

Sudjana, *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga* (Bandung: Tarsito, 1998)

Suharyadi Purwanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2007)

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT. Indeks, 2008)

Wawancara dengan Bapak Syarbeni dilakukan pada hari Jum'at 12 Mei 2016 di Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I.** Nama : Sahdan Fahri Harahap
Nim : 12 230 0037
Tempat/ tanggal lahir : Hutalambung, 24 Oktober 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Desa Parsalakan Hutalambung
Agama : Islam
No. Telp : 0822 7777 3637
- II.** Nama Orang tua
Nama Ayah : Ramly Harahap
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Timadani Harahap
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Desa Parsalakan Hutalambung

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2000-2006 : SD Swasta Muhammadiyah Hutalambung
2. Tahun 2006-2009 : MTs Muhammadiyah 22 Padangsidempuan
3. Tahun 2009-2012 : SMK N 1 Padangsidempuan
4. Tahun 2012-2016 : IAIN Padangsidempuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- /In. 14/G.5a/PP.00.9/04/2017 Padangsidempuan, April 2017

Inspirasi : -

Objek : **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**

Bapak/Ibu :

Muhammad Isa, S.T,M.M

Utari Evy Cahyani, MM

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah sebagai berikut :

Nama : Sahdan Fahri Harahap

Nomor : 12 230 0037

Program : Ekonomi Syariah

Unit : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Judul Skripsi Lama : **Proyeksi Produksi Keripik Salak Pada Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan**

Judul Skripsi Baru : **Proyeksi Penjualan Keripik Salak Pada Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan**

Berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi. Untuk itu diharapkan kepada bapak/ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan dan atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari bapak/ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Mengetahui:

an,

Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

Muhammad Isa, S.T,M.M
NIP. 19760324 200604 2 002

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

Bersedia/Tidak Bersedia

Pembimbing I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19731128 200112 1 002

Bersedia/Tidak Bersedia

Pembimbing II

Utari Evy Cahyani, MM
NIP. 19870521 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

: B- 2269 /In.14/G.1/G.4b/TL.00/09/2016
 : -
 : Mohon Izin Pra Riset

22 September 2016

an Koperasi Agrina

gkola Barat

mu'alaikum Wr.Wb.

ngan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
ngkan bahwa:

na : Sahdan Fahri Harahap
l : 12 230 0037
nester : IX (Sembilan)
usan : Ekonomi Syariah
ultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
adangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Proyeksi
si Kripik Salak pada Koperasi Agrina di Kecamatan Angkola Barat**".

ubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
suai dengan maksud judul di atas.

nikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

amu'alaikum Wr.Wb.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**



Jln. Sibolga Km 12 Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat
KABUPATEN TAPANULI SELATAN
Kontak Person: 085262660963 - 081265488587

Nomor : 77/KOP-AGR/SEP/2016
Lampiran :

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Pimpinan IAIN
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN)
di Padangsidempuan

Dengan hormat,
Sehubungan dengan surat Bapak No: B-2269/In.14/G.1/G.4b/TL.00/09/2016 tentang
seorang mahasiswa:

Nama : Sahdan Fahri Harahap
Nim : 12 230 0037
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul :Proyeksi Penjualan Produksi Kripik Salak Pada Koperasi Agrina
Kecamatan Angkola Barat

Untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di fakultas yang Bapak pimpin Maka dengan ini kami sampaikan bahwa Koperasi Agrina menerima kehadiran mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Angkola Barat, Maret 2017
Ketua Koperasi



(SARBENI HARAHAP)



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**

Jln. Sibolga Km 12 Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat
KABUPATEN TAPANULI SELATAN
Kontak Person: 085262660963 - 081265488587



Nomor : 77/KOP-AGR/SEP/2016
Perihal : Surat Keterangan Melakukan Penelitian

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Pimpinan IAIN
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN)
di Padangsidempuan

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : SAHDAN FAHRI HARAHAH
Nim : 12 230 0037
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa saudara tersebut telah melakukan penelitian dimulai dari bulan September 2016 sampai dengan November 2016 di Koperasi Agrina dengan judul "Proyeksi Penjualan Produksi Kripik Salak Pada Koperasi Agrina Angkola Barat".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana perlunya.

Ketua Koperasi



(SARBENI HARAHAH)

