

ANALISIS PENINGKATAN DAN PREDIKSI PENJUALAN LAPTOP PADA IT KOMP

BANJARBARU

Bella Ayu Saputri¹, Akhmad Samhudi², Ervica Zamilah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0600

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 0006075902

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1130077601

Email : bellaayu987@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui perkembangan penjualan laptop pada It Komp tahun 2016 sampai 2020, (2) mengetahui upaya peningkatan penjualan laptop pada It Komp yang dianalisis menggunakan SWOT, (3) mengetahui prediksi penjualan laptop pada It Komp tahun 2021 sampai 2023.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif deskriptif, teknik analisis data menggunakan analisis angka indeks berantai, analisis SWOT dan metode peramalan trend least square.

Hasil penelitian menunjukkan perkembangan penjualan laptop pada It Komp untuk tahun 2016 sampai dengan 2020 telah mengalami peningkatan dan penurunan. Prediksi penjualan laptop pada It Komp tahun 2021 sampai 2023 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Penjualan laptop pada It Komp sudah cukup baik dilihat dari data penjualan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Tetapi untuk memaksimalkan pencapaian target It Komp dapat melakukan beberapa upaya. Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan laptop yaitu dengan memperluas kerjasama dengan toko lain, memperbanyak merk laptop yang dijual untuk mengantisipasi stok kosong pada merk tertentu dan memperluas pasar dengan menggunakan aplikasi e-commerce serta memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai produk dengan garansi resmi dan tidak.

Kata Kunci : Peningkatan, Prediksi Penjualan

ABSTRACT

This study aims to: (1) find out the development of laptop sales at It Komp from 2016 to 2020, (2) find out efforts to increase laptop sales on It Komp which was analyzed using SWOT, (3) find out predictions of laptop sales at It Komp in 2021 to 2023 .

This study uses a descriptive quantitative research design, data analysis techniques using chain index number analysis, SWOT analysis and the least squares trend forecasting method.

The results of the study show that the development of laptop sales at It Komp for 2016 to 2020 has increased and decreased. The prediction of laptop sales at It Komp from 2021 to 2023 continues to increase from year to year. Laptop sales at It Komp are quite good, as seen from the sales data, which is increasing every year. But to maximize the achievement of the target It

Komp can make several efforts. Efforts must be made to increase laptop sales, namely by expanding cooperation with other stores, increasing laptop brands sold to anticipate empty stock on certain brands and expanding the market by using e-commerce applications and providing explanations to consumers about products with official and unwarranted guarantees.

Keywords: Increase, Sales Prediction

PENDAHULUAN

Pada era modern seperti saat ini kebutuhan akan teknologi berbasis komputer menjadi kebutuhan utama masyarakat, kebutuhan akan pengelolaan data yang cepat dan tepat serta media dalam pencarian informasi yang mudah menuntut produsen teknologi untuk menyediakan atau selalu meningkatkan kualitas dan manfaat produknya. Salah satu perangkat keras berbasis komputer yang banyak digunakan masyarakat saat ini adalah laptop. Saat ini laptop tidak hanya untuk pengelolaan data saja tetapi digunakan pula sebagai sarana bisnis.

Bisnis komputer saat ini sangatlah menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan teknologi dari waktu ke waktu. Banyaknya bisnis toko komputer menjadikan persaingan semakin ketat dalam menarik konsumen. Hal ini dikarenakan

jumlah toko komputer yang semakin banyak, maka setiap toko berusaha untuk menarik pembeli. Semakin ketatnya persaingan, menuntut perusahaan melaksanakan bisnisnya dengan melakukan strategi yang kompetitif.

Menurut Basu Swastha DH (2010) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. Setiap perusahaan selalu membuat rencana kerja untuk menentukan strategi penjualan. Rencana kerja perusahaan menentukan target penjualan yang ingin

dicapai dengan memperhatikan kondisi dan keadaan di masa lampau. Dari target penjualan yang ditetapkan kemudian menghasilkan strategi penjualan. Titik awal dari penentuan rencana kerja perusahaan adalah seperti yang dijelaskan di awal adalah penentuan target. Penentuan target penjualan berarti perusahaan berusaha untuk meramalkan penjualan kedepan dengan memperhatikan kondisi ke depan dan kondisi masa lampau.

Peramalan atau forecasting merupakan cara untuk menentukan jumlah pada waktu yang akan datang dengan baik, maka kegiatan dalam perusahaan akan menjadi lebih baik. Perusahaan yang melakukan kegiatan peramalan harus menentukan metode-metode peramalan. Selain itu, perencanaan juga digunakan untuk proses pengambilan keputusan dalam hal pemilihan proses, pengembangan, penetapan suatu tindakan dan pemecahan masalah yang kemudian akan terjadi.

Melakukan suatu perencanaan merupakan faktor penentu bagi para manajer

untuk menentukan bagaimana yang seharusnya dilakukan untuk menjalankan setiap aktivitas perusahaan dengan baik untuk melihat efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan penjualan merupakan bagian penting dari perusahaan karena menyediakan dasar bagi keputusan manajemen tentang pemasaran dan berdasarkan keputusan tersebut merupakan pendekatan terorganisir untuk pembuatan rencana penjualan secara menyeluruh.

Penyusunan perencanaan penjualan memerlukan peramalan dengan metode peramalan yang tepat dan faktor-faktor yang sesuai dengan metode yang diterapkan. Tingkat penjualan produk berhubungan dengan masalah permintaan konsumen terhadap produk, daya beli dan prediksi jumlah produk yang akan terjual, oleh karena itu objek dalam penelitian ini adalah It Komp Banjarbaru untuk mengetahui target penjualan yang harus dicapai pada periode berikutnya.

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah salah satu teknik dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik berupa primer maupun sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif, dengan pendekatan peramalan kuantitatif. Dimana metode peramalan kuantitatif melakukan kegiatan peramalan dengan menggunakan angka-angka sebagai dasar untuk memprakirakan kondisi yang akan datang (Kosasih, 2010:74).

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan teknik analisis kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan rumusan masalah maka penulis menggunakan analisis indeks berantai, analisis SWOT dan menggunakan perhitungan peramalan dengan analisis *Trend Metode Last Square*.

1. Analisis angka indeks

Angka indeks adalah angka yang dipakai sebagai alat perbandingan dua atau lebih

kegiatan yang sama untuk kurun waktu yang berbeda. Angka indeks memiliki satuan persen (%), namun dalam prakteknya jarang atau hampir tidak pernah disertakan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu.

Adapun unsur-unsur yang digunakan yaitu:

1) Strength (kekuatan)

Analisis untuk mengetahui kekuatan atau keunggulan dari It Komp dalam penjualan laptop.

2) Weaknes (kelemahan)

Analisis untuk mengetahui kekurangan-kekurangan It Komp dalam penjualan laptop.

3) Opportunity (kesempatan)

Merupakan kesempatan atau peluang yang dapat memungkinkan peningkatan penjualan laptop pada It Komp.

4) Threat (ancaman)

Merupakan kemungkinan yang dapat terjadi dan menghambat peningkatan penjualan laptop pada It Komp.

3. Analisis Trend Metode Least Square

Metode Trend Metode Least Square adalah suatu metode analisis yang ditujukan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang.

Persamaan garis *trend* yang digunakan yaitu: $Y^1 = a + bX$

Hasil dan Pembahasan

Analisis Data

1. Perkembangan penjualan laptop tahun 2016 sampai dengan 2020

1) Untuk mengetahui perkembangan penjualan laptop dengan menggunakan angka indeks. Angka indeks berfungsi sebagai angka perbandingan yang perubahan relatifnya dinyatakan dalam bentuk

presentase terhadap yan Angka indeks tahun 2016

Angka indeks untuk tahun 2016 sebesar 100% menunjukkan bahwa tahun 2016 diasumsikan dalam keadaan normal, sehingga dijadikan sebagai tahun dasar untuk membandingkan penjualan laptop di tahun berikutnya.

2) Angka indeks tahun 2017

Angka indeks untuk tahun 2017 sebesar 152% menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan laptop sebesar 52% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2016.

3) Angka indeks tahun 2018

Angka indeks untuk tahun 2018 sebesar 153% menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan laptop sebesar 1% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2017.

4) Angka indeks tahun 2019

Angka indeks untuk tahun 2019 sebesar 140% menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan laptop sebesar 13% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2018.

5) Angka indeks tahun 2020

Angka indeks untuk tahun 2020 sebesar 115% menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan laptop sebesar 25% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2019. g lain, dengan memilih tahun 2016 sebagai tahun dasar.

2. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru dengan analisis SWOT

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat

mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Untuk mengetahui upaya peningkatan penjualan laptop menggunakan analisis SWOT (Strenght, Weaknes, Opportunity, dan Threat). Adapun faktor-faktor yang digunakan, yaitu:

1) Strenght (Kekuatan)

It Komp mendapatkan barang langsung dari pabrik resmi setiap brand. Jadi produk yang dijual di It Komp adalah barang resmi dengan harga yang terjangkau. Tidak pernah menjual barang BM (Black Market), serta letak toko yang strategis dekat dengan balai kota.

2) Weaknes (Kelemahan)

Dikarenakan It Komp hanya mengambil barang dari pabrik resmi, hal tersebut membuat stok laptop di It Komp sering kosong dan kurangnya pilihan produk. Selain itu It Komp juga tidak

maksimal dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran.

3) Opportunity (Kesempatan)

Manajer It Komp dapat melakukan peningkatan dalam penjualan dengan cara mengajak toko lain bekerjasama untuk mau menjadi reseller dan mendapatkan harga khusus.

4) Threat (Ancaman)

Banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai barang resmi dan tidak. Hal tersebut menyebabkan harga di It Komp terlihat mahal bagi masyarakat yang kurang paham mengenai garansi resmi dan tidak.

3. Prediksi penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru tahun 2021 sampai dengan 2023

Untuk dapat mengetahui penjualan laptop tahun 2021 sampai dengan 2023 di It Komp maka akan digunakan perhitungan peramalan

analisis trend dengan metode Least Square, dengan persamaan trend yang digunakan adalah $Y = a + Bx$.

Pembahasan

Perkembangan penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru tahun 2016 sampai dengan 2020. Penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Pada tahun 2017 penjualan laptop meningkat 52% dan tahun 2018 meningkat sebesar 53%. Namun pada tahun 2019 penjualan laptop mengalami penurunan sebesar 13% dan pada tahun 2020 juga mengalami penurunan sebesar 25% dari tahun sebelumnya.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru dengan analisis SWOT, memperluas kerjasama dengan toko lain untuk menjadi reseller, memperbanyak merk laptop yang akan dijual untuk mengantisipasi stok kosong pada merk tertentu, memperluas pasar dengan menggunakan aplikasi e-commerce,

menjelaskan kepada konsumen mengenai barang resmi dan tidak, agar konsumen tidak tergiur oleh harga yang lebih murah ditoko lain karena garansinya tidak resmi.

Prediksi penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru tahun 2021 sampai dengan 2023

Jumlah penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sehingga It Komp bisa mendapatkan laba yang lebih besar. Dengan asumsi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan laptop yaitu memperluas pasar dan memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memuaskan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru untuk tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 telah mengalami peningkatan dan penurunan. Pada hasil analisis

angka indeks penjualan meningkat pada tahun 2017 dan 2018, sedangkan pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan.

2. Hasil dari metode trend least square prediksi penjualan laptop pada It Komp pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

3. Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan laptop pada It Komp Banjarbaru yaitu memperluas kerjasama dengan toko lain untuk menjadi reseller, memperbanyak merk laptop yang akan dijual untuk mengantisipasi stok kosong pada merk tertentu, memperluas pasar dengan menggunakan aplikasi e-commerce dan menjelaskan kepada konsumen mengenai barang resmi dan tidak resmi serta barang *Black Market*.

4. It Komp sudah bagus dalam penjualan laptop, dapat dilihat pada data penjualan laptop yang meningkat setiap tahunnya walaupun setelah di analisis ternyata peningkatannya mengalami penurunan beberapa persen dalam 2 tahun terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Alfarisi, S. (2017). Sistem Prediksi Penjualan Gamis Toko QITAZ Menggunakan Metode Single Exponential Smoothing. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(1), 80-95.
- Alistyo, F. (2018) Prediksi Penjualan Sepeda Motor Honda Menggunakan Motode Least Square.
- Anggraeni, M. A. K., & Nuridja, I. M. (2016). Analisa Peramalan Penjualan Produk Sepeda Motor Matik Type Scoopy Dengan Metode Kuadrat Terkecil Pada Pt. Mertha Buana Motor Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Basu Swastha, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE.
- Dewita, N. (2017). Analisis Forecasting Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Smart Computer.
- Farida, T. E. N., Permatasari, I. K., & Permatasari, S. N. ANALISIS TREND PENJUALAN OBAT DAN ALKES MENGGUNAKAN METODE LEAST SQUARE (Studi dilakukan di Apotek K-24 Kapasari). Akademi Farmasi Surabaya.
- IHSAN, M. (2015). *Perancangan Aplikasi Peramalan Penjualan Motor Honda Menggunakan Metode Least Square (Studi Kasus: PT. HD Motor 99 Gresik)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Ishak, Aulia. 2010. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Khotimah, K. (2020). ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA DEALER HONDA CV ADAM JAYA PLUMPANG TUBAN. *JEKMA*, 1(6).

- Leli Suwita, S. E. (2018) Metode Least Square dalam mengukur Trend Penjualan Pada Home Industry Bengkel Sandal Thostee Bukittinggi. *Menara Ilmu*, 12(1).
- Mahfuz, E. (2019). ANALISIS PERKEMBANGAN DAN UPAYA PENINGKATAN SERTA PREDIKSI PENDAPATAN PAJAK SARANG BURUNG WALET DI KABUPATEN MURUNG RAYA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5(2).
- Mahmudah, H. (2016). Pengaruh Strategi Operasional terhadap Volume Penjualan pada CV. Akbar.
- Manurung, B. U. P. (2015). Implementasi Least Square Dalam Untuk Prediksi Penjualan Sepeda Motor (Studi Kasus: Pt. Graha Auto Pratama). *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 2(6).
- Muqtadiroh, F. A., Syofiani, A. R., & Ramadhani, T. S. (2015). Analisis Peramalan Penjualan Semen NonCurah (ZAK) PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Pada Area Jawa Timur. In Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (pp.308-310).
- Noviani, R., & Santoso, A. (2021). Analisis Break Even Point dan SWOT Pada Usaha Wedang Warok. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 68-80.
- Permatasari, I. K. (2019). Analisis Trend penjualan dengan Metode Least Square pada Apotek Swasta Surabaya.
- Sari, N. N. K. (2017). *APLIKASI PERAMALAN PENJUALAN UNIT MOBIL MITSUBISHI MENGGUNAKAN METODE DOUBLE EXPONENTIAL SMOOTHING (STUDI KASUS: PT. SRIKANDI DIAMOND INDAH MOTORS GRESIK)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Winardi, J. (2), 2005, *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada, Media.