



AG NO :	678
TGL TERIMA :	10-03-17
PARAF :	<i>[Signature]</i>

**“ANALISIS *FORECASTING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA CV. SMART COMPUTER”**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah*

**OLEH:
NOVIA DEWITA
12 231 055**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH KONSENTRASI AKUNTANSI
SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2017**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Novia Dewita
NIM : 12 231 055
Tempat / Tanggal Lahir : Sumanik/ 18 November 1993
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah


Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "**ANALISIS FORECASTING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. SMART COMPUTER** " adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 20 Februari 2017

Saya yang menyatakan




Novia Dewita
NIM. 12 231 055


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **NOVIA DEWITA**, NIM 12 231 055 dengan judul: **“ANALISIS FORECASTING DALAM UAPAYA MENINGKTKAKAN PENJUALAN PADA CV. SMART COMPUTER”**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 10 Februari 2017



Pembimbing I


Gampito, SE., M.Si
NIP 19670219 200501 1 005

Pembimbing II






Sri Adella Fitri, SE., M.Si.
NIP 19830713 200604 2 002

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Batusangkar



Nasfizar Guspendri, SE., M.Si.
NIP 19750823 200312 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh NOVIA DEWITA, NIM. 12 231 055, judul: "ANALISIS *FORECASTING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. SMART COMPUTER ", telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 21 Februari 2017.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Gampito, SE., M.Si NIP. 19670219 200501 1 005	Ketua/ Pembimbing I		7/3-17
2	Sri Adella Fitri, SE., M.Si NIP. 19830713 200604 2 002	Sekretaris/ Pembimbing II		6/3-2017
3	Husni Shabri, M.Si NIP. -	Penguji I		06/03 2017
4	Khairulis Shobirin, SE., MM NIP. -	Penguji II		1/3 2017

Batusangkar, 1 Maret 2017

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Nasfizar Guspendri, SE., M. Si
NIP. 19750823 200312 1 004

ABSTRAK

Novia Dewita Nim. 12 231 055, Judul Skripsi “**Analisis Forecasting Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Smart Computer**”. Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, Tahun 2017. Dibimbing oleh Gampito, SE., M.Si. dan Sri Adella Fitri, SE., M.Si.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana peramalan dalam upaya meningkatkan penjualan pada CV. Smart Computer yang beralamat di Jln. Kinantan No.78 Jati-Batusangkar. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui peramalan penjualan pada CV. Smart Computer periode 2017-2021.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif, karena dalam penelitian ini penulis mengolah data-data penjualan untuk tahun 2017-2021. Teknik pengumpulan data adalah dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data penjualan dari tahun 2012-2016. Teknik analisis data menggunakan analisis dengan metode *trend kuadratik* dan *least square*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada CV. Smart Computer dengan metode *least square* diketahui bahwa hasil peramalan penjualan Laptop Asus mengalami peningkatan setiap tahun dan penjualan Notebook Asus juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peramalan penjualan dengan metode *trend kuadratik* pada Laptop Acer, Notebook Acer, dan Notebook Axioo setiap tahunnya meningkat. Peramalan penjualan CV. Smart Computer untuk metode *trend kuadratik* yang lebih banyak terjual adalah Notebook Axioo sebanyak 1275 unit, dan penjualan yang lebih sedikit terjual adalah Notebook Acer sebanyak 622 unit.

Kata Kunci: CV. Smart Computer, Penjualan, *Trend Kuadratik* dan *Least Square*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Forecasting Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Smart Computer**”. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, dorongan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis mengatur rasa hormat dan terimakasih kepada Kedua orang tua saya, Ayah (Yerzon) dan Ibu (Yuharni), yang telah mencurahkan rasa kasih sayang terhadap penulis baik berupa moril, spiritual maupun materil. Dan saudara terimakasih juga kepada kakanda tercinta Eka Putriani,S.Si dan Ridho Ilahi, S.Pt yang selalu memberi support kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Kasmuri, MA. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
2. Bapak Nasfizar Guspendri, SE.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
3. Bapak Gampito, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, sekaligus sebagai Pembimbing 1
4. Ibu Sri Adella Fitri, SE., M.Si. selaku pembimbing II.
5. Bapak, Ibu Dosen dan Staf Administrasi IAIN Batusangkar yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis yang tentu akan sangat bermanfaat dalam kehidupan penulis kedepannya.
6. Bapak/Ibu dan Staf Karyawan CV. Smart Computer Batusangkar yang telah membantu penulis dalam memberikan data guna untuk menyempurnakan skripsi ini.

7. Rekan-rekan BP '12 Akuntansi A dan B serta keluarga besar Ekonomi Syariah, dari sini penulis mendapat banyak sekali teman, pelajaran dan pengalaman berharga.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka semua dan menjadi amal ibadah di sisi-Nya.Amin. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembaca dan memberikan sumbangan bagi dunia kerja khususnya Ekonomi Syariah.

Batusangkar, 20 Februari
2017

Peneliti,



Novia Dewita
NIM. 12 231 055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Peramalan	9
1. Pengertian Peramalan	9
2. Langkah-Langkah Peramalan	13
3. Jenis-Jenis Peramalan	15
4. Metode Peramalan	16
5. Kendala Dalam Pemilihan Metode Peramalan	23
6. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kegagalan Usaha	25
7. Standar Kesalahan Peramalan	26

B. Anggaran Penjualan	27
1. Pengertian Anggaran Penjualan	27
2. Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan	28
3. Fungsi Dasar Anggaran Penjualan	28
4. Hal-Hal Yang Diperhatikan Menyusun Anggaran Penjualan	29
5. Langkah-Langkah Penyusunan Anggaran Penjualan	30
6. Faktor-Faktor Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan	31
C. Penjualan	33
1. Pengertian Penjualan	33
2. Konsep Penjualan	36
3. Tujuan Penjualan	36
4. Jenis-Jenis Penjualan	37
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	38
6. Proses Penjualan	39
7. Volume Penjualan	40
D. Penelitian Relevan	41
E. Kerangka Berpikir	43
F. Definisi Operasional	44

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Waktu dan Tempat Penelitian	45
C. Sumber Data	45
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Teknik Pengolahan Data	46
F. Analisis Data	46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	49
1. Sejarah Berdirinya CV. Smart Computer	49
2. Tujuan Berdirinya CV. Smart Computer	49

3. Struktur Organisasi CV. Smart Computer	50
4. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Bagian	51
5. Peraturan Yang Berlaku Untuk Karyawan	52
B. Forecasting (Peramalan) Penjualan Laptop dan Notebook CV. Smart Computer	53
1. Forecasting Penjualan Laptop Asus	53
2. Forecasting Penjualan Notebook Asus	56
3. Forecasting Penjualan Laptop Acer	59
4. Forecasting Penjualan Notebook Acer	63
5. Forecasting Penjualan Notebook Axioo	67
C. Analisis Hasil Penelitian	71
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer Periode 2012-2016	5
Tabel 1.2	Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer Periode 2012-2016.....	5
Tabel 4.1	Peramalan Penjualan Laptop Asus	53
Tabel 4.2	Hasil Peramalan Penjualan Laptop Asus	55
Tabel 4.3	Peramalan Penjualan Notebook Asus	56
Tabel 4.4	Hasil Peramalan Penjualan Notebook Asus	58
Tabel 4.5	Peramalan Penjualan Laptop Acer	59
Tabel 4.6	Hasil Peramalan Penjualan Laptop Acer	62
Tabel 4.7	Peramalan Penjualan Notebook Acer	63
Tabel 4.8	Hasil Peramalan Penjualan Notebook Acer	66
Tabel 4.9	Peramalan Penjualan Notebook Axioo	67
Tabel 4.10	Hasil Peramalan Penjualan Notebook Axioo	70
Tabel 4.11	Hasil Peramalan Penjualan CV. Smart Computer Dengan Metode <i>least square</i>	71
Tabel 4.12	Hasil Peramalan Penjualan CV. Smart Computer Dengan Metode <i>Trend Kuadratik</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Laptop dan Notebook CV. Smart Computer	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	50
Gambar 4.2 Hasil peramalan penjualan Laptop Asus	55
Gambar 4.3 Hasil peramalan penjualan Notebook Asus	58
Gambar 4.4 Hasil peramalan penjualan Laptop Acer	62
Gambar 4.5 Hasil peramalan penjualan Notebook Acer	66
Gambar 4.6 Hasil peramalan penjualan Notebook Axioo	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Tujuan perusahaan ini bisa bersifat materil misalnya mencari keuntungan sebesar-besarnya, sedangkan bersifat moral, misalnya perusahaan bertujuan mensukseskan program pemerintah di bidang sandang, pangan dan papan atau bertujuan memberikan kesempatan kerja kepada anggota masyarakat yang menganggur dan sebagainya.¹

Adapun jenis dan ukuran perusahaannya, supaya bisa hidup dan tetap bertahan dalam jangka panjang setiap perusahaan harus memiliki produk yang dibutuhkan masyarakat. Agar bisa menghasilkan produk tertentu, setiap perusahaan harus memiliki berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut.²

Pihak manajemen mengharapkan bahwa perusahaan yang dipimpinnya akan terus mengalami pertumbuhan seperti yang apa mereka inginkan dalam kegiatan usahanya. Pertumbuhan yang diinginkan terutama pertumbuhan penjualan diikuti dengan pertumbuhan laba yang sesuai atau melebihi target yang ditetapkan. Dampak dari kedua pertumbuhan ini akan pula memberikan pertumbuhan bagi aktiva atau harta perusahaan.

¹Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta, GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS: 2012), hal. 42

²Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hal. 2

Setiap keinginan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, maka haruslah diikuti dan dimulai dengan perencanaan yang matang serta kerja keras untuk merealisasinya. Dalam perencanaan akan disusun hal-hal apa saja yang akan dilakukan ke depan. Perencanaan yang menghasilkan rencana, yang merupakan pedoman bagi manajemen untuk melaksanakan kegiatannya.³

Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus memperkirakan hal-hal yang terjadi di masa yang akan datang sebagai dasar pengambilan keputusan. Untuk itulah dibutuhkan perencanaan dalam melakukan kegiatan perusahaan terutama kegiatan operasi perusahaan. Allah berfirman dalam Surat luqman ayat 34.

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ
إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”⁴

Manusia itu tidak dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diusahakannya besok atau yang akan diperolehnya, Namun demikian mereka diwajibkan berusaha sesungguhnya hanya Allah Yang Maha Mengetahui.⁵ Begitupun dalam perencanaan di perusahaan, pihak perusahaan hanya melakukan perencanaan saja, dan perusahaan tidak mengetahui berapa penjualan yang akan terjadi pada tahun selanjutnya, maka hanya Allah yang mengetahui apa yang akan terjadi.

³Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 142

⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hal. 342

⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*,.... hal. 344

Perencanaan merupakan tahap awal dalam membuat suatu tujuan perusahaan. Dengan adanya suatu perencanaan kegiatan dari perusahaan akan teratur. Tidak hanya perencanaan yang merupakan bagian dari fungsi manajemen, tetapi pengendalian juga merupakan salah satu dari bagian fungsi manajemen.⁶

Perencanaan dan pengambilan keputusan meliputi penganggaran serta perencanaan laba, pengelolaan arus kas, dan keputusan lain yang berkaitan dengan operasi perusahaan, seperti penganggaran pembelian bahan, penjadwalan produksi, penentuan harga jual, perbaikan atau penyewaan atau pembelian aset tertentu, dan perubahan strategi pemasaran hingga pembuatan produk baru.⁷

Oleh karena itu untuk menghindari kegagalan suatu usaha maka perlu dilakukan suatu perencanaan. Di mana perencanaan merupakan kunci sukses dalam melaksanakan fungsi manajemen keuangan. Perencanaan keuangan dapat dilakukan didalam berbagai bentuk, namun perencanaan yang baik adalah perencanaan yang harus didasarkan pada keunggulan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perencanaan keuangan termasuk pengendalian keuangan dilakukan dengan menggunakan proyeksi yang didasarkan kepada standar dan pengembangan dari umpan balik (*Feedback*), serta penyesuaian di dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Perencanaan keuangan biasanya menggunakan peramalan (*Forecasting*) yang di buat untuk setiap jenis aktivitas perusahaan dan merupakan upaya perusahaan dalam rangka meramalkan kebutuhan keuangan perusahaan dimasa yang akan datang. Peramalan (*Forecasting*) merupakan bagaimana memperkirakan kondisi yang akan terjadi di masa yang akan datang. Dasar untuk memperkirakan kondisi kedepan dapat menggunakan data masa lalu, makin banyak data

⁶Rudianto, *Penganggara*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 5.

⁷Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, hal. 3

masa lalu akan semakin baik faktor yang mempengaruhi di masa yang akan datang.⁸

Agar perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan, maka perusahaan harus membuat rencana peramalan penjualan yang menjadi dasar bagi manajemen perusahaan untuk merumuskan rencana yang akan dilaksanakan dalam tahun berikutnya. Dalam meramalkan jumlah penjualan perlu dilakukan berbagai pertimbangan, agar jangan sampai jumlah penjualan yang ditargetkan tidak mencapai sasaran.

CV. Smart Computer merupakan salah satu perusahaan dagang yang melakukan penjualan komputer serta asesoris komputer yang terletak di Jln. Kinantan No.78 Jati-Batusangkar. Transaksi dilakukan dengan cara tunai dan kredit. Pada saat sekarang ini penjualan di CV. Smart Computer dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan dalam penjualannya. Pada CV. Smart Computer penjualan yang lebih banyak terjual adalah laptop dan notebook dengan merk asus, acer, dan axioo.

Permasalahan yang dialami CV. Smart Computer tidak hanya mengenai penjualan laptop dan notebook yang selalu berubah, namun permasalahan juga terjadi pada penjualan laptop dan notebook dengan merk acer yang banyak terjual, dan penjualan laptop dan notebook setiap tahun mengalami peningkatan dan penurunan penjualan.

Berdasarkan hasil survey awal pada CV. Smart Computer yang di lihat dari laporan penjualan diperoleh data sebagai berikut:

⁸Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*,... hal. 144

Tabel 1.1
Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Periode 2012-2016

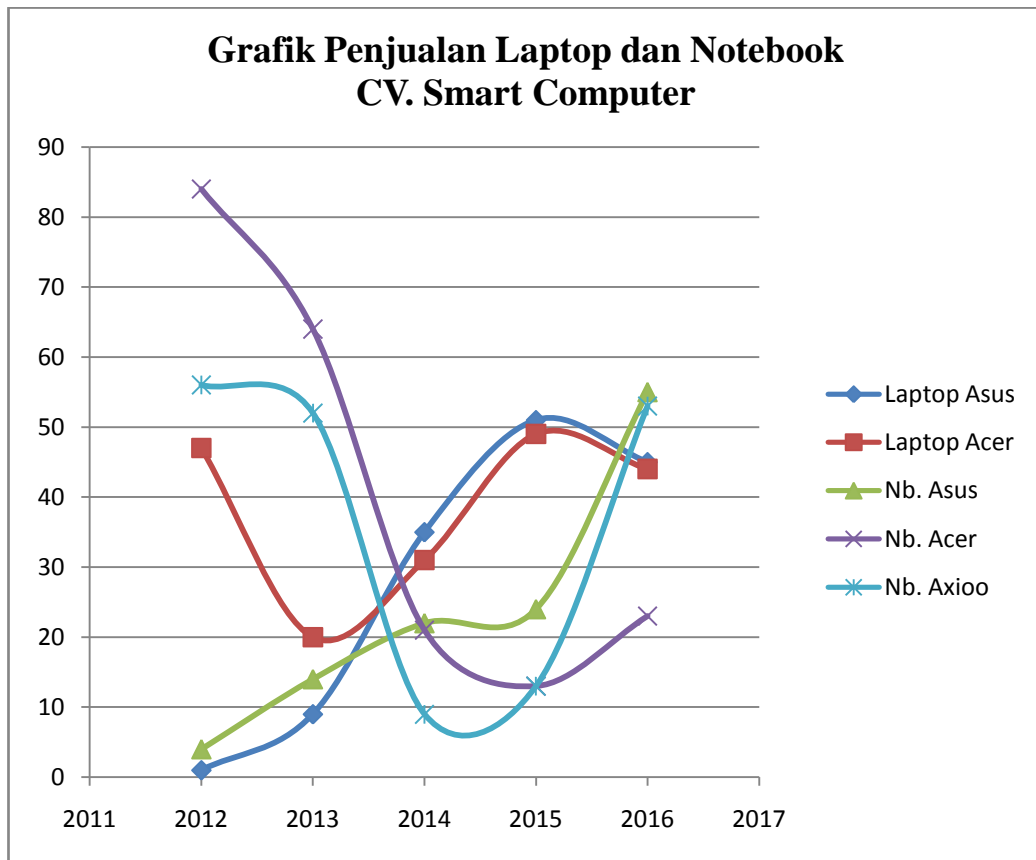
No	Tahun	Asus		Acer	
		Unit	Total Harga	Unit	Total Harga
1	2012	1	Rp 4.700.000	47	Rp 203.095.000
2	2013	9	Rp 39.750.000	20	Rp 216.080.000
3	2014	35	Rp 170.475.000	31	Rp 214.000.000
4	2015	51	Rp 201.750.000	49	Rp 103.120.000
5	2016	45	Rp 217.800.000	44	Rp 203.095.000
Jumlah		141	Rp 634.475.000	191	Rp 939.390.000

Sumber: Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Tabel 1.2
Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer
Periode 2012-2016

No	Tahun	Asus		Acer		Axioo	
		Unit	Total Harga	Unit	Total Harga	Unit	Total Harga
1	2012	4	Rp 10.650.000	84	Rp 252.715.000	56	Rp 153.975.000
2	2013	14	Rp 48.275.000	64	Rp 192.490.000	52	Rp 38.125.000
3	2014	22	Rp 78.275.000	21	Rp 77.100.000	9	Rp 23.780.000
4	2015	24	Rp 81.070.000	13	Rp 46.260.000	13	Rp 138.890.000
5	2016	55	Rp 178.300.000	23	Rp 77.040.000	53	Rp 134.680.000
Jumlah		119	Rp 396.570.000	205	Rp 645.605.000	183	Rp 489.450.000

Sumber: Laporan Keuangan CV. Smart Computer



Gambar 1.1

Grafik Penjualan Laptop dan Notebook CV. Smart Computer

Dari data di atas dapat dilihat bahwa tingkat penjualan Laptop dan Notebook CV Smart Computer tidak stabil setiap tahunnya dan pada tahun 2012 Laptop dan Notebook Asus yang paling sedikit terjual. Pada tahun 2014-2015 penjualan Laptop Mengalami kenaikan yang signifikan. Begitupun pada penjualan Note Book terjadi kenaikan dan penurunan penjualan setiap tahunnya. Mengantisipasi hal tersebut, setiap perusahaan melakukan ramalan penjualan untuk mengetahui perkembangan penjualan produknya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk meramalkan penjualan CV. Smart Computer untuk lima tahun kedepan. Karena ada hal yang mempengaruhi penjualan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan peramalan terhadap penjualan CV.Smart Computer untuk lima tahun kedepannya dengan judul “**Analisis Forecasting Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Smart Computer**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, identifikasi masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Produk Acer lebih banyak terjual dari pada produk yang lainnya.
2. Tidak stabilnya penjualan di CV. Smart Computer setiap tahunnya.
3. *Forecasting* penjualan CV. Smart Computer untuk lima tahun kedepan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis membatasi masalah penelitian pada: bagaimana *forecasting* penjualan CV. Smart Computer untuk lima tahun kedepan ?

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas penulis merumuskan:
“Bagaimana *Forecasting* penjualan CV Smart Computer untuk lima tahun kedepan?”

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peramalan (*Forecasting*) penjualan pada CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnya.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi penulis
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
 - b. Sebagai wadah untuk aplikasi teori-teori yang telah di peroleh diperguruan dan di jadikan sebagai alat dalam pembahasan.
 - c. Dapat menambah pengetahuan mengenai peramalan penjualan.
2. Bagi pihak akademik
 - a. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai dasar penelitian selanjutnya.
 - b. Sebagai tambahan wacana akademik di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
 - c. Dapat menambah pengetahuan mahasiswa-mahasiswi mengenai peramalan penjualan dan penerapannya.
3. Bagi perusahaan

Di harapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meramalkan penjualan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peramalan

1. Pengertian Peramalan

Peramalan (*forecasting*) merupakan suatu proses estimasi barbagai kejadian, transaksi atau tindakan dimasa yang akan datang dengan menggunakan data atau informasi masa lampau.⁹

Peramalan diartikan bagaimana memperkirakan kondisi yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Memperkirakan artinya menetapkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Dasar untuk memperkirakan kondisi ke masa yang akan datang dapat kita gunakan data masa lalu, makin banyak data masa lalu akan makin baik. Kegunaan data masa lalu dapat menggambarkan trend masa lalu, misalnya trend penjualan lima atau sepuluh tahun terakhir. Berdasarkan kecendrungan ini kita dapat melihat penyebab mengapa penjualan meningkat, tetap atau turun¹⁰

Peramalan (*forecasting*) merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu. Data dan informasi masa lalu merupakan perilaku yang terjadi di masa lalu dengan berbagai kondisi pada saat itu. Kondisi yang menyebabkan perilaku data dan informasi tersebut bisa dijadikan acuan bagi kondisi sekarang dan di masa yang akan datang. Dalam melakukan peramalan kondisi ini dapat dijadikan alat

⁹Siswandi, *Aplikasi Manajemen Perusahaan* (Jakarta: Mitra media wacana Media, 2011), hal. 40

¹⁰Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal.144

untuk melakukan peramalan, apa yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian.¹¹

Ketidakpastian apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang perlu diperhitungkan secara matang. Dalam praktiknya ketidakpastian yang akan datang meliputi hal-hal:

- a. Ketidakpastian ekonomi, terutama yang berkaitan dengan perubahan harga (inflasi), kekuatan daya beli masyarakat, ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, atau faktor lainnya.
- b. Ketidakpastian politik terutama yang berkaitan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang berkuasa, terutama memiliki hubungan langsung dengan produk yang ditawarkan.
- c. Ketidakpastian sosial dan budaya, yang berkaitan dengan pergeseran selera, gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat yang terus berkembang.
- d. Ketidakpastian lingkungan alam, baik pergeseran penduduk, kelangkaan bahan baku, atau faktor bencana alam.
- e. Ketidakpastian persaingan baik dalam negeri maupun masuknya produk dari mancanegara dengan kualitas dan harga yang kompetitif.
- f. Ketidakpastian kelanjutan kepemimpinan perusahaan kedepan akibat pergantian, atau pengunduran diri akibat berbagai sebab, dan lainnya.¹²

Dalam prakteknya terdapat beberapa jenis peramalan, hal ini yang tergantung dari sudut mana kita memandangnya, jenis-jenis peramalan dimaksud antara lain:

- a. Jika dilihat dari segi penyusunnya:
 - 1) *Peramalan subjektif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas dasar perasaan atau *feeling* dari seorang yang menyusunnya.

¹¹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal.

¹²Kasmir, *Pengantar manajemen keuangan...*, hal. 144.

- 2) *Peramalan objektif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data dan informasi yang ada, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik dan metode tertentu.
- b. Dilihat dari segi sifat per amalan:
- 1) Peramalan *kualitatif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data kualitatif dan biasanya dalam peramalan ini didasarkan kepada hasil penyelidikan.
 - 2) *Peramalan kuantitatif*, merupakan peramalan yang didasarkan atas data-data kuantitatif masa lalu (dalam bentuk angka-angka).
- c. Dilihat dari segi jangka waktu.
- 1) *Peramalan jangka pendek* , merupakan peramalan yang didasarkan pada waktu kurang dari 1 tahun.
 - 2) Peramalan jangka menengah merupakan peramalan yang didasarkan pada rentang waktu dari 1 tahun sampai 3 tahun.
 - 3) *Peramalan jangka panjang*, merupakan peramalan yang didasarkan kepada waktu lebih dari 3 tahun.¹³

perbedaan Anggaran dengan ramalan pada sebagian besar masyarakat mempunyai pemahaman yang salah, mereka beranggapan bahwa anggaran dan peramalan itu sama, tetapi sebenarnya berbeda. Menurut Kamaruddin Ahmad ada beberapa karakteristik anggaran antara lain:

- a. Dinyatakan dalam satuan keuangan (moneter), walaupun angkanya berasal dari angka yang bukan satuan keuangan.
- b. Mencakup kurun waktu satu tahun atau dalam periode tertentu lainnya.
- c. Isinya menyangkut komitmen manajemen yaitu menejer setuju menerima tanggung jawab untuk mencapai sasaran yang telah dianggarkan.

¹³Kasmir, *Pengantar manajemen keuangan...*, hal.145.

- d. Usulan anggaran dinilai dan disetujui oleh orang yang mempunyai wewenang lebih tinggi daripada yang menyusunnya.
- e. Jika anggaran sudah disahkan maka anggaran tersebut tidak dapat diubah kecuali dalam hal khusus.
- f. Hasil aktual akan dibandingkan dengan anggaran secara periodik dan penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi dianalisis dan dijelaskan.¹⁴

Peramalan diartikan bagaimana memperkirakan kondisi yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Memperkirakan artinya menetapkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Dasar untuk memperkirakan kondisi ke masa yang akan datang dapat kita gunakan data masa lalu, makin banyak data masa lalu akan makin baik. Kegunaan data masa lalu dapat menggambarkan trend masa lalu, misalnya trend penjualan lima atau sepuluh tahun terakhir. Berdasarkan kecendrungan ini kita dapat melihat penyebab mengapa penjualan meningkat, tetap atau turun.¹⁵ Sedangkan karakteristik ramalan menurut Kamaruddin Ahmad adalah sebagai berikut:

- a. Boleh dinyatakan dalam satuan keuangan dan boleh tidak.
- b. Kurun waktunya tidak tepat.
- c. Orang yang membuat ramalan tidak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai hasil yang diramalkan.
- d. Ramalan biasanya tidak disahkan oleh tingkat manajemen yang lebih tinggi.
- e. Ramalan akan segera diperoleh jika muncul informasi baru mengenai perubahan situasi dan kondisi.

¹⁴ Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen, Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 184

¹⁵ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan...*, hal. 144

- f. Penyimpangan atas suatu ramalan tidak dianalisis secara formal maupun periodik (bisa saja orang membuat melakukan analisis, akan tetapi ini lebih dimaksudkan untuk memperbaiki kemampuannya mengadakan ramalan).¹⁶

2. Langkah-Langkah Peramalan

Agar peramalan dapat memberikan hasil yang memuaskan, makaharuslah mengikuti prosedur atau langkah-langkah yang telah ditetapkan dalam peramalan. Dengan mengikuti setiap langkah yang telah ditetapkan paling tidak dapat menghindari kesalahan yang tidak perlu, sehingga hasil ramalan tidak perlu di ragukan. Secara umum langkah-langkah yang dilakukan dalam peramalan sebagai berikut:

a. Mengumpulkan data

Pengumpulan data merupakan langkah awal yang harus dilakukan. Data yang di kumpulkan merupakan data masa lalu (lampau). Hendaknya data yang di kumpulkan selengkap mungkin untuk beberapa periode. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengumpulan data sekunder dan data primer. Pengumpulan data sekunder maksudnya data yang di peroleh dari berbagai sumber seperti perpustakaan, majalah, serta laporan lainnya. Adapun data primer di peroleh dari lapangan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, atau dengan menyebarkan kuisioner.

b. Mengolah data

Data yang sudah di kumpulkan kemudian dibuat tabulasi data. Dengan demikian, akan diketahui pola data yang di miliki dan memudahkan kita untuk melakukan peramalan melalui metode peramalan yang ada.

¹⁶ Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi...*, hal. 185

c. Menentukan metode peramalan

Setelah data di tabulasi barulah kita menentukan metode peramalan yang cocok untuk data tersebut. Terdapat banyak metode peramalan. Masing-masing metode akan memberikan hasil yang berbeda. Peramalan yang diinginkan adalah dengan menggunakan metode yang paling tepat. Artinya hasil yang akan di peroleh tidak akan jauh berbeda dengan kenyataannya atau metode yang akan memberikan penyimpangan terkecil. Pemilihan metode peramalan adalah dengan mempertimbangkan faktor horizon waktu, pola data, jenis peramalan, faktor biaya, ketepatan dan kemudahan penggunaannya.

d. Memproyeksikan data

Seperti di ketahui bahwa akan ada perubahan di masa yang akan datang seperti perubahan ekonomi, politik, sosial atau perubahan kemasyarakatan lainnya. Perubahan ini berakibat tidak tepatnya hasil peramalan. Agar kita dapat meminimalkan penyimpangan terhadap perubahan maka perlu di lakukan proyeksi data dengan pertimbangan faktor perubahan tersebut untuk beberapa periode.

e. Mengambil keputusan

Hasil peramalan yang telah di lakukan untuk mengambil keputusan untuk membuat berbagai perencanaan seperti perencanaan produksi, keuangan, penjualan dan perencanaan lainnya, baik untuk perencanaan jangka pendek maupun perencanaan jangka panjang. Berkaitan dengan keuangan adalah jumlah dana yang harus disediakan dan kapan.¹⁷

¹⁷Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, ...* hal. 62-63

3. Jenis-Jenis Peramalan

Dalam prakteknya terdapat beberapa jenis peramalan, hal ini tergantung dari sudut mana kita memandangnya, jenis-jenis peramalan dimaksud antara lain:

- a. Jika dilihat dari segi penyusunannya
 - 1) Peramalan subjektif, merupakan peramalan yang di dasarkan atas dasar perasaan atau *feeling* dari seorang yang menyusunnya. Dalam hal ini pandangan dan pengalaman masa lalu dari orang yang menyusun sangat menentukan hasil ramalan.
 - 2) Peramalan objektif, merupakan peramalan yang di dasarkan atas data dan informasi yang ada, kemudian di analisis dengan menggunakan teknik atau metode tertentu. Data yang di gunakan biasanya data masa lalu untuk beberapa periode.
- b. Dilihat dari segi sifat ramalan
 - 1) Peramalan kualitatif, merupakan peramalan yang di dasarkan atas data kualitatif dan biasanya peramalan ini di dasarkan kepada hasil penyelidikan.
 - 2) Peramalan kuantitatif, merupakan peramalan yang di dasarkan atas data-data kuantitatif masa lalu (dalam bentuk angka-angka).
- c. Dilihat dari segi jangka waktu
 - 1) Peramalan jangka pendek, merupakan peramalan yang di dasarkan pada waktu kurang dari 1 tahun.
 - 2) Peramalan jangka panjang, merupakan peramalan yang di dasarkan kepada waktu lebih dari 1 tahun.¹⁸

¹⁸Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, ...* hal. 61-62

4. Metode Peramalan

Pada dasarnya terdapat dua pendekatan utama dalam peramalan dengan metode kuantitatif. Pertama adalah pendekatan *Time Series*, yakni model yang tidak memperhatikan hubungan sebab akibat atau dengan kata lain hasil peramalan hanya memperhatikan kecenderungan dari data masa lalu yang tersedia. Pendekatan kedua adalah pendekatan yang memperhatikan hubungan sebab akibat (*cause effect method*) atau pendekatan yang menjelaskan terjadinya suatu keadaan oleh sebab-sebab tertentu. Untuk melakukan peramalan di perlukan metode tertentu dan metode mana yang di gunakan tergantung dari data dan informasi yang akan di ramal serta tujuan yang hendak di capai. Dalam prakteknya terdapat berbagai metode peramalan antara lain:

a. *Time series* atau deret waktu

Analisis *Time Series* merupakan hubungan antara variabel yang dicari (*dependent*) dengan variabel yang mempengaruhinya (*independentvariable*), yang dikaitkan dengan waktu seperti mingguan, bulanan, triwulan, catur wulan, semester atau tahun. Dalam analisis *time series* yang menjadi variabel yang dicari adalah waktu.¹⁹

Metode ini semata-mata mendasarkan diri pada data dan keadaan masa lampau. Jika keadaan di masa yang akan datang cukup stabil dalam arti tidak banyak berbeda dengan keadaan masa lampau. Metode ini dapat memberikan hasil peramalan yang cukup akurat. Dalam keadaan masa yang akan datang terjadi banyak perubahan dengan kata lain kondisi yang melengkapi terjadinya permintaan pasar berbeda dengan masa lampau dari data yang tersedia.²⁰

¹⁹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, ... hal. 64

²⁰Suad Husnan, *Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi Kelima*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2014), hal.49

Metode peramalan ini terdiri dari:

1) Metode *smoothing*

Merupakan jenis peramalan jangka pendek seperti perencanaan persediaan, perencanaan keuangan. Data yang harus tersedia paling sedikit 2 tahun. Metode ini tidak cocok untuk peramalan jangka panjang. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mengurangi ketidak teraturan data masa lampau seperti musiman. Caranya dengan membuat rata-rata.

2) Metode *box jenkins*

Metode ini merupakan deret waktu dengan menggunakan model matematis dan di gunakan untuk peramalan jangka pendek. Data yang di gunakan untuk melakukan peramalan dengan metode inidi butuhkan data minimal 2 tahun. Kegunaan metode ini untuk perencanaan anggaran atau produksi.

3) Metode proyeksi *trend* dengan *regresi*

Merupakan metode yang di gunakan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Metode ini merupakan garis *trend* untuk persamaan matematis. Metode ini menggunakan data minimal 2 tahun dan semakin banyak semakin baik. Biasanya metode ini di gunakan untuk produk baru atau rencana ekspansi.²¹

4) Metode *trend linier*

Metode ini di gunakan jika scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung merupakan garis lurus. Fungsi persamaan dari metode ini adalah:

²¹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, ...* hal. 64

$$Y = a + bX$$

$$a = \Sigma Y : n$$

$$b = \Sigma XY : \Sigma X^2$$

$$\text{Jika } \Sigma X = 0$$

Ket :

Y = Variabel permintaan

n = Jumlah data

X = Variabel tahun

5) Metode Least Square

Metode ini merupakan penyederhanaan dari metode trend moment, sehingga dapat mempermudah dalam penghitungannya. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$a = Y : n\Sigma$$

$$b = \Sigma XY : \Sigma X^2$$

Syarat menggunakan metode least square adalah $\Sigma = 0$

Y = Variabel yang akan diramalkan

a = konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (ramalan) apabila X sama dengan 0

b = Variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X

X = Unit waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.²²

²² Munandar, *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, hal. 55

6) Metode Trend Moment

Metode trend moment menggunakan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Untuk mencari nilai a dan b, digunakan persamaan:

$$\sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X \dots\dots\dots(1)$$

$$\sum XY = \sum X \cdot a + b \cdot \sum X^2 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Y = Variabel yang akan diramalkan

a = konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (ramalan) apabila X sama dengan 0

b = Variabel per X, yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X

X = Unit waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.²³

7) Metode trend kudratik

Metode ini di gunakan secara scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung berbentuk parabola. Fungsi persamaan dari metode ini adalah:

$$Y = a + bX + c X^2$$

Koefesien a, b dan c diperoleh dengan:

$$a = (\sum Y - c \sum X^2) : n$$

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

$$c = \{ n \sum X^2 Y - (\sum X^2) (\sum Y) \} : \{ n \sum X^4 - (\sum X^2)^2 \}$$

²³ Munandar, *Budgeting...*, hal. 55

8) *Metode trend simple exponential*

Metode ini di gunakan jika data yang tersedia cenderung naik turun dengan perbedaan yang tidak terlalu banyak, tetapi secara keseluruhan cenderung naik. Fungsi persamaan dari metode ini adalah

$$Y^t = ab^t$$

Jika $\sum X = 0$, maka koefisien a dan b dapat dicari dengan:²⁴

$$\log a = (\sum \log Y) : n$$

$$\log b = \{ \sum X (\log Y) \} : \sum X^2$$

b. *Causal methods* atau sebab akibat

Merupakan metode peramalan yang di dasarkan kepada hubungan antara variabel yang di perkirakan dengan variabel lain yang mempengaruhinya tetapi bukan waktu. Dalam prakteknya jenis metode peramalan ini terdiri dari :

- 1) Metode *regresi* dan *korelasi* merupakan metode yang di gunakan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek dan di dasarkan kepada persamaan dengan teknik *least squares* yang di analisis secara statistik.
- 2) Metode *input-output* merupakan metode yang di gunakan untuk peramalan jangka panjang yang biasanya di gunakan untuk menyusun tren ekonomi jangka panjang. Data yang di gunakan biasanya lebih dari sepuluh tahun.
- 3) Model ekonometri merupakan peramalan yang di gunakan untuk jangka panjang dan jangka pendek. Peramalan ini di dasarkan pada sistem pemasaran *regresi* yang diestimasi secara simultan. Data yang di gunakan biasanya data kuartalan.²⁵

²⁴ Suad Husnan, *Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi Kelima*, ... hal.49-53

²⁵ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, ... hal. 65

Metode *regresi* merupakan salah satu metode ramalan yang disusun atas dasar pola data masa lalu. Penggunaan metode ini didasarkan kepada variabel yang ada dan yang akan mempengaruhi hasil peramalan. Variabel yang diteliti terdiri dari variabel yang akan dicari (*dependent variable*) dengan variabel yang menentukan (*independent variable*). Dengan metode *regresi* kita akan melakukan peramalan dengan melihat pola hubungan yang ada antara variabel yang dicari dengan variabel yang menentukan atau mempengaruhinya.

Hal yang perlu diketahui sebelum kita melakukan peramalan dengan metode *regresi* adalah mengetahui terlebih dahulu kondisi-kondisi seperti:

- 1) Adanya informasi masa lalu
- 2) Informasi yang ada dapat dibuatkan dalam bentuk data
- 3) Diasumsikan bahwa pola data yang ada dari data masa lalu akan berkelanjutan dimasa yang akan datang.

Terdapat beberapa jenis data yang ditemui di lapangan, namun hal ini disesuaikan dengan data yang dibutuhkan. Adapun jenis-jenis data yang ada di lapangan sebagai berikut:

- 1) Musiman (*seasonal*) Merupakan data yang dipengaruhi oleh musim dalam suatu periode seperti data harian, mingguan atau bulanan. Contoh untuk produk minuman, obat-obatan dan lainnya.
- 2) Horizontal (*stationary*) Merupakan data di mana dalam suatu produk dalam suatu periode jumlah penjualannya konstan atau dengan kata lain naik turunnya tidak terlalu banyak.
- 3) Siklus (*cyclical*) Data yang dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi jangka panjang yang berkaitan dengan siklus usaha. Sebagai contoh penjualan mobil, peralatan bengkel dan lainnya.

- 4) *Trend*, dalam hal ini jika ada data yang di observasi terdapat kenaikan dan penurunan yang cukup mencolok dalam jangka panjang. Pola ini dapat di lihat dari penjualan produk dari banyak perusahaan.²⁶

Metode *regresi* dan *korelasi* Metode ini mendasarkan diri pada hubungan sebab akibat atas terjadinya variasi dari satu variabel, dan hubungan sebab akibat tersebut nampak dalam fungsi persamaan *regresi*. Sedangkan *korelasi* merupakan alat pembantu yang berguna untuk mengetahui sejauh mana intensitas hubungan yang terjadi antara variabel-variabel yang bersangkutan.

1) *Regresi Linier* Sederhana

Pola hubungan ini hanya satu variabel yang dianggap berpengaruh atas terjadinya variabel yang lain. Dalam analisis deret waktu yang *linier* adalah analisis pola hubungan yang di cari dengan satu variabel yang mempengaruhinya: waktu. Notasi *regresi* sederhana dengan menggunakan *regresi linier* (garis lurus) dapat di gunakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Ket :

X = Variabel bebas/independent

a,b = Koefesien regresi

Y=Variabel terikat/dependent

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum x}{n} \qquad b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

²⁶Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, ...* Hal. 68

2) *Regresi Linier* Berganda

Pada analisa *regresi linier* sederhana, variasi pada variabel terikat hanya dijelaskan satu variasi pada variabel bebas, maka pada analisa *regresi linier* berganda variasi pada variabel terikat dijelaskan oleh lebih dari satu variasi variabel bebas, mungkin dua, tiga dan mungkin lebih, namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.²⁷

5. Kendala Dalam Pemilihan Metode Peramalan

Beberapa kendala dalam memilih metode peramalan :

a. Waktu yang hendak diliput

Yakni rentangan waktu masa datang dan jangkauan peramalan. Pada umumnya peramalan kualitatif memiliki rentangan waktu yang lebih panjang di banding dengan peramalan kuantitatif. Dalam pembahasan ini tentu saja jangka waktu peramalan yang di perlukan adalah jangka waktu panjang paling tidak sesuai dengan usia proyek.

b. Tingkah laku data

Tingkah laku data meliputi jumlah, ketepatan dan tingkah laku data masa lalu yang tersedia. Apakah tingkah laku data menunjukkan hubungan persamaan linier, kuadrat ataukah logaritma dan atau yang lain akan mempengaruhi teknik peramalan yang di gunakan.

c. Tipe model

Yakni apakah model yang digunakan merupakan model *time series*. Kausalitas ataukah model lain yang lebih kompleks dan canggih akan mempengaruhi pemilihan teknik peramalan.

d. Biaya yang tersedia

Peramalan ini dan lebih luas biaya yang tersedia untuk penyusunan studi kelayakan proyek.

²⁷Suad Husnan, *Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi Kelima*, ... hal.55-60

e. Tingkat ketepatan yang diinginkan

Hal ini berkaitan dengan kebutuhan manajemen dalam tingkat kecermatan, ketelitian peramalan yang diinginkan. Semakin tinggi tingkat ketelitian yang diharapkan mungkin memerlukan penggunaan teknik peramalan yang lebih kompleks, demikian pula biaya yang perlu disediakan.

f. Kemudian penerapan, dalam hal ini berkaitan dengan kemampuan manajemen, data dan biaya yang tersedia.²⁸

Ramalan tentang apa yang akan terjadi di masa yang akan datang dapat mempermudah dalam melakukan perencanaan yang meliputi :

- 1) Berapa jumlah dana yang di butuhkan
- 2) Kapan usaha akan di jalankan
- 3) Di mana lokasi usaha akan di bangun
- 4) Siapa yang akan melaksanakan
- 5) Bagaimana cara melaksanakannya
- 6) Berapa besar keuntungan yang akan di peroleh
- 7) Bagaimana cara mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

Berbagai rencana yang sudah di susun akan memudahkan dalam pelaksanaan usaha. Rencana yang sudah di susun akan di jadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap usaha, sehingga suatu pekerjaan dapat di lakukan secara sistematis dan dapat mencapai sasaran serta sesuai dengan rencana yang telah di tetapkan.²⁹

²⁸Suad Husnan, *Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi Kelima*, ... hal.44-45

²⁹Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, ..., hal.5

6. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kegagalan Usaha

Secara umum, faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang di capai sekalipun telah di lakukan studi kelayakan bisnis secara benar dan sempurna seperti yang telah di uraikan di atas sebagai berikut:

a. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang di sajikan kurang lengkap, sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian, dapat pula data yang di sediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Karena itu, sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan yang ada yang tentunya dapat di pertanggungjawabkan kebenaran datanya.

b. Tidak teliti

Kegagalan dapat pula di sebabkan sipenstudi (orang yang melakukan studi) kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melihat atau mencari tenaga yang benar-benar ahli dibidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apa pun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

c. Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula di akibatkan si penstudi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang di keluarkan tidak akurat. Dalam hal ini juga perlu di sikapi untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.

d. Pelaksanaan pekerjaan salah

Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Apabila para pelaksana di lapangan tidak mengerjakan proyek secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah di tetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.

e. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah unsur-unsur yang terjadi yang memang tidak dapat kita kendalikan. Artinya, pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan akhirnya berimbas pada hasil penelitian dalam studi kelayakan bisnis. Perubahan lingkungan seperti perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial dan perubahan perilaku masyarakat atau karena bencana alam.

f. Unsur sengaja

Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab. Atau para pelaksana di lapangan juga melakukan perbuatan yang tercela, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha.³⁰

7. Standar Kesalahan Peramalan

Standar Kesalahan Peramalan (SKP) sering digunakan oleh perusahaan untuk membandingkan hasil ramalan dengan menggunakan berbagai metode. Standar kesalahan peramalan ini digunakan untuk melihat mana hasil ramalan yang sesuai dengan kenyataan yang ada pada perusahaan tersebut. Dengan menggunakan standar kesalahan peramalan ini maka perusahaan bisa mendapatkan pedoman yang sesuai dengan kenyataan yang ada pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu di dalam meramalkan penjualan sering digunakan berbagai metode, yaitu yang paling banyak digunakan adalah metode *Least Square* dan *kuadratik* karena penggunaan rumus ini relatif lebih akurat dibandingkan dengan metode lainnya, namun di dalam peramalan tersebut untuk melihat keakuratan hasil ramalan tersebut maka

³⁰Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, ... hal. 9-10

diperlukan standar kesalahan peramalan untuk melihat mana hasil peramalan yang sesuai dengan kenyataan yang ada pada perusahaan tersebut.³¹

B. Anggaran Penjualan

1. Pengertian Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan merupakan rencana yang disusun secara sistematis tentang jumlah barang yang dijual, harga jual yang ditetapkan dan daerah pemasaran tertentu pada masa mendatang. Selain itu anggaran penjualan adalah anggaran yang direncanakan lebih terinci tentang penjualan perusahaan selama periode di masa datang, yang didalam menggambarkan jenis, kuantitas, harga jual, waktu dan wilayah pemasaran dari produk yang dijual.³²

Penjualan adalah *budget* yang merencanakan secara sistematis dan lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode tertentu yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis kualitas barang yang akan dijual, jumlah kuantitas barang yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat pemasaran.

Sedangkan menurut Trimanto S. Wardoyo dan Luthfi Adriyanto Anggaran penjualan merupakan dasar untuk penyusunan anggaran lainnya seperti: anggaran produksi, anggaran bahan baku, anggaran tenaga kerja, anggaran overhead pabrik, anggaran administrasi dan umum, anggaran biaya penjualan, anggaran kas, anggaran persediaan, anggaran rugi laba dan anggaran hutang lancar.

³¹ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hal 234

³² Bustami, Bastian, Nurlala, *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 8

Anggaran penjualan menunjukkan unit penjualan yang diharapkan pada harga jual yang diharapkan. Titik awal yang bisa digunakan dalam penyusunan anggaran untuk satu periode adalah tingkat penjualan yang diramalkan, kapasitas produksi, dan sasaran jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.

Anggaran penjualan ini merupakan dasar penyusunan anggaran produksi dan anggaran laba rugi. Agar anggaran penjualan dapat disusun dengan baik perlu diperhatikan:

- a. Penjualan perusahaan di tahun-tahun per-kelompok produk dan margin laba.
- b. Faktor-faktor luar biasa yang mempengaruhi penjualan masa lalu.
- c. Volume rata-rata industri untuk produk sejenis.

2. Tujuan dan Kegunaan Anggaran Penjualan

Tujuan penyusunan anggaran adalah:

“Untuk merencanakan setepat mungkin tingkat penjualan pada periode yang akan datang dengan memperhatikan data yang merupakan pencerminan kejadian yang dialami perusahaan dimasa lalu, khususnya di bidang penjualan.”

Sedangkan kegunaan anggaran penjualan adalah sebagai pedoman kerja , alat koordinasi serta sebagai dasar bagi penyusunan *budget-budget* lainnya.³³

3. Fungsi Dasar Anggaran Penjualan

Secara khusus, *budget* penjualan mempunyai beberapa kegunaan penting, antara lain:

- a. Sebagai dasar untuk menyusun *budget* unit yang akan diproduksi, karena jumlah satuan (unit) yang akan

³³ Tendi Haruman dan Sri Rahayu, *Penyusunan Anggaran Perusahaan*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2007), hal. 45

- diproduksikan oleh perusahaan ditentukan oleh berapa banyak perusahaan yang bersangkutan mampu menjualnya.
- b. Sebagai dasar untuk menyusun budget kas, karena penjualan tunai akan mengakibatkan pemasukan kas.
 - c. Sebagai dasar untuk menyusun *budget* piutang, karena penjualan kredit akan mengakibatkan bertambahnya piutang perusahaan.³⁴

Manfaat dari anggaran penjualan adalah sebagai alat pengendali sehingga bila terdapat perubahan dalam penjualan dapat segera diketahui oleh manajemen, dan manajemen akan mengambil tindakan yang diperlukan dan menganalisis sehingga perubahan tersebut tidak menjadi penghambat untuk mencapai tujuan.

4. Hal-hal yang di Perhatikan dalam Menyusun Anggaran Penjualan

- a. Tujuan perusahaan secara umum, karena penjualan merupakan penjabaran dari tujuan perusahaan.
- b. Skala perusahaan, sampai dimana jangkauan pasarnya, misalkan apakah internasional, regional, lokal, dan besar kecilnya perusahaan.
- c. Kemampuan kapasitas produksi, sejauh mana kemampuan kapasitas produksi barang yang akan dijual. Namun kendatipun kapasitas sekarang tidak mencukupi, bisa saja perusahaan merencanakan penambahan kapasitas pada tahun yang bersangkutan.
- d. Kemampuan personil, untuk melihat kemampuan personil bidang ini, jangan sampai kondisinya tidak memungkinkan mencapai anggaran yang dibuat. Bila dianggap kurang, harus dibuat anggaran penambahan tenaga kerja penjualan.
- e. Sifat atau gaya manajemen,
- f. Analisis ekonomi, keadaan ekonomi yang baik tentu akan menghasilkan anggaran yang lebih besar dibandingkan dengan keadaan ekonomi yang menurun.

³⁴ Munandar, *Budgeting...*, hal. 42

- g. Struktur organisasi, untuk melihat sejauh mana efektivitas pemisahan wewenang dan tanggung jawab dalam bagian-bagian yang terlibat dalam bidang penjualan.³⁵

5. Langkah-langkah Penyusunan Anggaran Penjualan

Untuk menyusun anggaran penjualan, maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Langkah pertama membuat pedoman perencanaan penjualan oleh manajemen. Semua pihak manajemen yang ikut ambil bagian dalam proses perencanaan harus diberi pedoman tertentu, yang harus diikuti dalam perencanaan penjualan. Tujuan pedoman tersebut adalah untuk memberikan koordinasi dan keseragaman dalam proses perencanaan penjualan. Pedoman harus menekankan pada tujuan, sasaran dan strategi penjualan perusahaan.
- h. Langkah kedua pembuatan ramalan penjualan. Setiap ramalan harus menggunakan asumsi, yang harus dijelaskan dalam ramalan tersebut. Ramalan harus berisi ramalan strategi dan taktik yang sejalan dengan dimensi waktu yang digunakan dalam rencana laba terpadu.
- i. Langkah ketiga mengumpulkan data yang relevan untuk menyusun rencana penjualan terpadu. Semua informasi yang relevan untuk membuat rencana penjualan yang realistis harus dikumpulkan dan dievaluasi. Informasi harus mengungkapkan kendala maupun kesempatan yang dihadapi perusahaan.³⁶

³⁵ Sofyan Syafri Harahap, *Budgeting Penganggaran*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada: 2001), hal. 149

³⁶ Justine T. Sirait, *Anggaran Sebagai Alat Bantu Manajemen*, (Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia: 2006), hal. 68-69

6. Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran penjualan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. Faktor intern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat dalam perusahaan itu sendiri. Faktor-faktornya antara lain berupa:
 - 1) Penjualan tahun-tahun lalu meliputi baik kualitas, kuantitas, harga, waktu maupun tempat (daerah) penjualan.
 - 2) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan seperti tentang pemilihan saluran distribusi, pemilihan media-media promosi, cara (metode) penetapan harga jual dan sebagainya.
 - 3) Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.
 - 4) Tenaga kerja yang tersedia, baik jumlahnya (kuantitatif) maupun keterampilan dan keahliannya (kualitatif), serta kemungkinan pengembangannya di waktu yang akan datang.
 - 5) Modal kerja yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan penambahan di waktu yang akan datang.
 - 6) Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan, serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.
- b. Faktor ekstern yaitu data, informasi dan pengalaman yang terdapat di luar perusahaan tetapi mempunyai pengaruh terhadap anggaran penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain:
 - 1) Keadaan persaingan pasar.
 - 2) Posisi perusahaan dalam persaingan.
 - 3) Tingkat pertumbuhan penduduk.
 - 4) Tingkat penghasilan masyarakat.
 - 5) Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan..
 - 6) Kebijakan-kebijakan pemerintah yang berpengaruh.³⁷

³⁷ Tendi Haruman dan Sri Rahayu, *Penyusunan Anggaran Perusahaan*, Cetakan Pertama (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2007), hal. 45

Sedangkan faktor yang lainnya adalah antara lain:

- a. Faktor Pemasaran Luas pasar, apakah bersifat lokal, regional, nasional, atau internasional; keadaan persaingan, apakah bersifat monopoli, oligopoli, atau bebas; keadaan konsumen, bagaimana selera konsumen apakah konsumen akhir atau konsumen industri.
- b. Faktor Keuangan yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain mengenai kemampuan modal kerja mendukung pencapaian target penjualan yang dianggarkan, seperti untuk membeli bahan baku, membayar biaya promosi produk dan lain-lain.
- c. Faktor Ekonomis yang perlu diperhatikan perusahaan antara lain dengan meningkatnya penjualan berarti meningkatkan laba (rentabilitas) atau sebaliknya.
- d. Faktor Kebijakan Perusahaan yaitu seperti kebijakan membuat produk dengan kualitas nomor satu sehingga kesempatan untuk menjual produk nomor dua dan nomor tiga menjadi tertutup.
- e. Faktor perkembangan penduduk juga mempengaruhi anggaran, misalnya peningkatan kelahiran dapat meningkatkan konsumsi susu, pakaian, mainan dan lain-lain.
- f. Faktor Kondisi Politik, Sosial, Budaya, Pertahanan dan Keamanan
- g. Faktor Teknis apakah kapasitas seperti mesin dan alat mampu memenuhi target penjualan yang dianggarkan apakah bahan baku dan tenaga kerja mudah dan murah.
- h. Faktor Lainnya apakah pada musim tertentu anggaran penjualan ditambah, apakah kebijaksanaan pemerintah tidak berubah sampai lama anggaran yang disusun harus dapat dipertahankan.³⁸

³⁸ M Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Edisi Revisi (Jakarta, Salemba Empat: 2007), hal.169

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu proses kegiatan penyerahan barang atau jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait dalam kegiatan tersebut.³⁹ Konsep penjualan adalah salah satu kecenderungan yang umum. Konsep Penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan begitu saja, tak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi tertentu. Dengan demikian, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Konsep ini menganggap bahwa konsumen umumnya menunjukkan kelembanan atau penolakan untuk membeli dan harus diyakinkan untuk membeli. Konsep ini juga menganggap bahwa perusahaan memiliki seperangkat alat penjualan dan promosi efektif untuk merangsang pembelian yang lebih banyak.⁴⁰

Keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuan dalam memperoleh laba. Dengan laba yang di peroleh, perusahaan akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar volume penjualan semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan.

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan, dalam hal ini perusahaan yang didalam kegiatan usahanya terdapat kegiatan produksi yang menghasilkan barang atau produk dan adanya kesepakatan harga antara penjualan dengan pembeli terhadap barang atau produk yang diperdagangkan.

³⁹Widaningsih, dan Samsul Rizal, *Modul melakukan Pemasaran Barang dan Jasa*, (Bandung, PT Gelora Aksara Pratama, 2008), hal. 73

⁴⁰Philip Kotler, dkk (et. al), *Marketing Manajemen*, edisi ke 3 jilid 1, (Indonesia : Gramedia, 2004) hal. 23.

IAI dalam SAK No 23 paragraf 2 (2009) menyatakan, “penjualan barang meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagang yang dibeli pengencer atau lainnya.” Penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai pertimbangan.⁴¹

Menurut para ahli penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atau barang jasa dari pihak penjual kepada pembeli.⁴²

Jadi dapat di simpulkan bahwa penjualan adalah suatu pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari penjualan kepada pihak pembeli yang di sertai dengan penyerahan imbalan dari pihak penerima barang atau jasa sebagai timbale balik atas penyerahan tersebut.

Asumsi yang digunakan dalam konsep penjualan:

- a. Konsumen cenderung membeli barang yang dianggap penting terlebih dahulu dan mengabaikan membeli barang yang dianggap kurang penting.
- b. Konsumen perlu dipengaruhi dengan suatu alat yang dapat menimbulkan minat untuk membeli.
- c. Tugas perusahaan adalah menarik minat dan mempertahankan langganan.⁴³

⁴¹Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan*, (Lampulo ALFABETA, 2011), hal. 99

⁴² Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, (Jakarta, Salemba Empat, Edisi Ketiga, CetakanKeempat:2008), hal. 202

⁴³Widaningsih, dan Samsul Rizal, *Modul melakukan Pemasaran Barang dan Jasa...*,hal.

Penjualan terbagi dalam dua sistem:

a. Sistem penjualan sederhana

Penjualan biasanya dilakukan secara langsung. Transaksi dilakukan secara langsung antara pembeli dan penjual tanpa ada peran perantara dalam penjualannya. Barang langsung dijual dipasar tanpa mengetahui apakah barang tersebut dibutuhkan pasar atau tidak dan barang tersebut langsung diserahkan, dan pembeli membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati. Contoh sistem penjualan sederhana adalah pasar tradisional.

b. Sistem penjualan modern

Dalam sistem penjualan modern, penjual terlebih dahulu mengadakan analisis pasar. Penjualan tersebut bias dilakukan lewat berbagai media seperti surat, telpon ataupun internet. Dalam system penjualan modern, banyak lembaga yang terlibat dan sangat berperan dalam pemasaran produk, diantaranya perwakilan perusahaan, pedagang besar, pedagang perantara, agen perantara, dan wakil penjualan.

Selain lembaga tersebut ada juga kelompok yang ikut berperan, antara lain:

- 1) Fasilitator, yaitu badan yang ikut memperlancar pelaksanaan kegiatan perusahaan.
- 2) Pemasok, Yaitu pihak yang menyediakan dan memasok bahan baku maupun bahan pembantu.
- 3) Pesaing, yaitu perusahaan lain yang ikut memenuhi kebutuhan pasar yang sama dan menggunakan jalur yang sama sehingga mempengaruhi perusahaan.⁴⁴

⁴⁴ Widaningsih, dan Samsul Rizal, *Modul melakukan Pemasaran Barang dan Jasa...*, hal.75-76

2. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah salah satu kecenderungan yang umum. Konsep Penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan begitu saja, tak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi tertentu. Dengan demikian, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Konsep ini menganggap bahwa konsumen umumnya menunjukkan penolakan untuk membeli dan harus diyakinkan untuk membeli. Konsep ini juga menganggap bahwa perusahaan memiliki seperangkat alat penjualan dan promosi efektif untuk merangsang pembelian yang lebih banyak.⁴⁵

Asumsi yang digunakan dalam konsep penjualan:

- a. Konsumen cenderung membeli barang yang dianggap penting terlebih dahulu dan mengabaikan membeli barang yang dianggap kurang penting.
- b. Konsumen perlu dipengaruhi dengan suatu alat yang dapat menimbulkan minat untuk membeli.
- c. Tugas perusahaan adalah menarik minat dan mempertahankan langganan.

3. Tujuan Penjualan

Tujuan dari penjualan yaitu menjual apa yang telah di hasilkan dan apa yang akan di jual dalam perusahaan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Mencapai jumlah atau volume tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

⁴⁵ Philip Kotler, dkk (et. al), *Marketing Manajemen*, edisi ke 3 jilid 1, (Indonesia : Gramedia, 2004) hal. 23.

Perusahaan yang kegiatan utamanya melakukan penjualan biasanya menyatakan jumlah penjualannya dalam bentuk unit-unit, ini merupakan bagian dari hasil penjualan produk yang terjual di bandingkan dengan produk yang tersedia yang dinyatakan dalam bentuk angka.

Mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan dari produsennya dengan pengelolaan yang baik dan mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya, namun hal ini perlu peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu barang atau jasa yang akan dijual tersebut.

4. Jenis-Jenis Penjualan

Menurut akuntansi, penjualan dikelompokkan menjadi dua, yaitu penjualan reguler (penjualan biasa) dan penjualan angsuran. Penjualan reguler terdiri dari penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan tunai adalah tidak ada jeda waktu yang cukup lama antara penjualan dan pembayaran.⁴⁶

Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut". Untuk menghindari tidak tertagihnya piutang, setiap penjualan kredit yang pertama kepada seorang pembeli selalu didahului dengan analisis terhadap dapat atau tidaknya pembeli tersebut diberi kredit.⁴⁷

⁴⁶ Samiaji Sarosa, *Sistem Informasi Akuntansi*, (Jakarta, Gramedia Widiasarana: 2009),hal. 39

⁴⁷Mulyadi, *Sistem . . .* , hal. 210

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut :

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- 1) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- 2) Harga produk atau jasa
- 3) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

b. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni : jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

d. **Kondisi Organisasi Perusahaan**

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

e. **Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.**⁴⁸

6. Proses penjualan

Tahapan-tahapan dalam proses penjualan meliputi:

a. **Persiapan sebelum penjualan**

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya. Pasar yang akan dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

b. **Penentuan lokasi pembeli potensial**

Dari lokasi ini dapat dibuat daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

c. **Pendekatan pendahuluan**

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesuksesan dan sebagainya.

d. **Melakukan penjualan**

Penjualan dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon pembeli, kemudian diusahakan untuk menarik daya tarik mereka, dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

⁴⁸Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*: Edisi kedua, Cetakan keenam, (Yogyakarta: Andy, 2002). Hal. 151.

e. Pelayanan sesudah penjualan

Dalam tahap akhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan penjualan ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat dan barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat.

7. Volume Penjualan

Perubahan standar kredit dapat diharapkan akan mengubah volume penjualan. Bilamana standar kredit diperlunak maka diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan, sedangkan apabila sebaliknya yang terjadi dimana perusahaan memperketat standar kredit yang diterapkan maka dapat diperkirakan bahwa volume penjualan akan menurun. Pengaruh dari perubahan-perubahan dari volume penjualan atas keuntungan perusahaan tergantung pada pengaruhnya atas biaya-biaya dan penghasilan yang diperoleh (*cost and revenues*).

Penjualan dalam perusahaan untuk mencapai volume penjualan dan mendapatkan laba tertentu dalam menunjang perusahaan. Untuk itulah dibutuhkan perencanaan dalam melakukan kegiatan perusahaan terutama kegiatan operasi perusahaan. Perencanaan merupakan suatu bagian dari fungsi manajemen. Perencanaan merupakan tahap awal dalam membuat suatu tujuan perusahaan untuk mencapai peramalan penjualan. Jadi semua dasar dan tujuan di atas haruslah terintegrasi, konsisten dan saling menunjang satu sama lain. Untuk menjaga konsistensi kearah pencapaian tujuan manajemen maka setiap usaha itu harus di dahului oleh proses perencanaan yang baik. Suatu perencanaan yang baik dilakukan melalui berbagai proses kegiatan yang meliputi peramalan (*forecasting*).⁴⁹

⁴⁹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), Cet. Ke-2, hal. 21

D. Penelitian Relevan

1. Jurnal **Husnayetti** , STIE Ahmad Dahlan Jakarta tahun 2013 yang berjudul: **“Anggaran Penjualan dan Pengendalian Tingkat Produksi: Simulasi Teoritik”** berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. ABC pada tahun 2010 merencanakan penjualan sebesar 16.700 unit. Dengan tingkat penjualan tersebut, manajemen PT. ABC merencanakan tingkat produksi sebesar 166.950.000 unit dengan pendistribusian pertriwulan. Untuk dapat mengendalikan produksi dengan baik, maka pada umumnya manajemen perusahaan akan menggunakan anggaran penjualan sebagai alat untuk mengendalikan produksi.

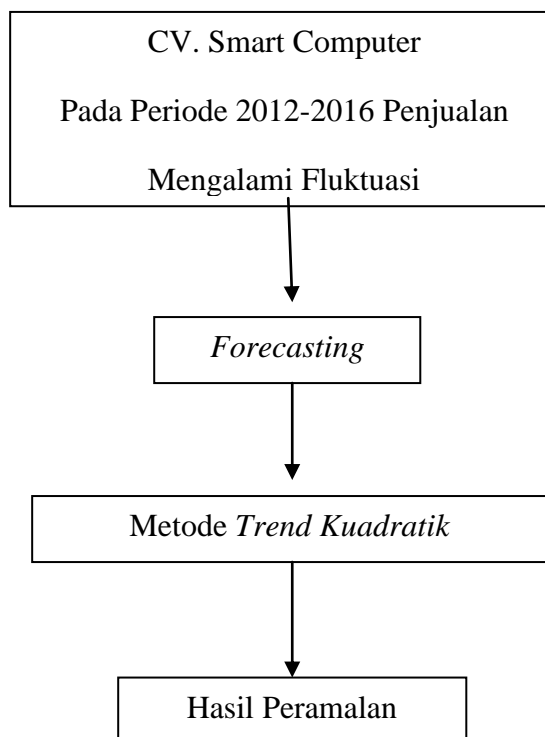
Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Husnayetti adalah penulis membahas mengenai peramalan penjualan, sedangkan penelitian ini membahas mengenai pengendalian tingkat produksi perusahaan.

2. Jurnal **Inti Sariani Jianta Djie**, PT. Anugerah Ajita Sukses Bersama tahun 2013 yang berjudul **“Analisis Peramalan Penjualan dan Penggunaan Metode Linear Programming dan Decision Tree Guna Mengoptimalkan Keuntungan Pada PT. Primajaya Pantes Garment”**. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa metode regresi linear merupakan metode yang paling tepat dalam menentukan peramalan permintaan pada periode berikutnya. Sedangkan metode linear programming, kendala-kendala yang digunakan adalah kendala bahan baku, jam kerja tenaga kerja, dan keterbatasan permintaan produk. Hasil dari pengambilan keputusan dengan menggunakan pohon keputusan adalah meningkatkan kapasitas produk. Adapun yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah perbedaan metode yang digunakan.

3. Jurnal **Jonnius** dan **Auzar Ali**, Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau dengan judul “**Analisis Forecasting Penjualan Produk Perusahaan**”, Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan kendaraan PT. Suka Fajar Ltd Bangkinang untuk lima tahun kedepan mengalami peningkatan. Peningkatan yang relatif tinggi terjadi pada kendaraan tipe T120 SS PU. Tipe kendaraan L300 PU juga mengalami peningkatan namun peningkatannya relatif lebih rendah. Sedangkan tipe FE 74 juga mengalami peningkatan, namun ada kecenderungan stabil dari periode ke periode. Adapun yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah perbedaan metode yang digunakan.

E. Kerangka Berpikir

CV. Smart Computer adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan komputer dan Asesoris komputer yang terletak di Batusangkar. CV. Smart Computer mengalami masalah dalam penjualannya, karena selalu berfluktuasi setiap tahun. Hal ini terjadi karena CV. Smart Computer Batusangkar tidak memiliki perencanaan dalam hal penjualannya untuk tahun selanjutnya. Berikut merupakan kerangka berpikir penulis:



GAMBAR 2.1
KERANGKA BERPIKIR

F. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah Peramalan (*forecasting*) merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu pada CV. Smart Computer. Data dan informasi dari CV. Smart Computer merupakan perilaku yang terjadi di masa lalu dengan berbagai kondisi pada saat itu. Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan. CV. Smart Computer melakukan penjualan computer, asesoris dan lain sebagainya.

Hasil penjualan pada CV. Smart Computer dapat diperkirakan dengan melakukan *forecasting* (peramalan), agar dapat mengetahui bagaimana penjualan CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan. *Field research* adalah suatu jenis penelitian yang dilakukan di suatu lokasi, ruang yang luas atau di tengah-tengah masyarakat. Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian pada CV. Smart Computer, penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu menjelaskan tentang peramalan dalam upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode *trend kuadrat* dan *least square*.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Kegiatan penelitian yang penulis lakukan mulai dari Bulan November 2016-Januari 2017. Penelitian yang penulis lakukan bertempat di CV. Smart Computer yang beralamat di Jln. Kinantan No.78 Jati-Batusangkar.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari Laporan Keuangan CV. Smart Computer, dan data yang digunakan adalah data sekunder, data sekunder merupakan data yang penulis peroleh tidak langsung dari sumber penelitian melainkan data-data tersebut penulis peroleh dari laporan keuangan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari laporan keuangan CV. Smart Computer Tahun 2012-2016.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dan mempelajari data-data yang berupa penjualan dalam laporan keuangan CV. Smart Computer.

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data di dapatkan, maka penulis akan mengolahnya dengan cara kuantitatif dengan menggunakan rumus-rumus metode *forecasting* yaitu metode *trend kudratik* dan *least square* yang mana data yang akan diolah adalah data yang penulis peroleh dari laporan keuangan CV. Smart Computer.

F. Analisis Data

Untuk melihat bagaimana proyeksi pertumbuhan penjualan dilakukan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data

Pengumpulan data merupakan langkah awal yang harus dilakukan data yang dikumpulkan data masa lalu (lampau).pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengumpulan data sekunder dan primer. maksudnya data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti perpustakaan, majalah serta laporan lainnya. Sedangkan data primer diperoleh dari lapangan dengan menggunakan metode observasi, wawancara atau menyebarkan kuesioner.

2. Mengelompokan data

Data yang sudah dikumpulkan kemudian dibuat tabulasi data. Dengan demikian akan diketahui pola data yang dimiliki dan memudahkan kita untuk melakukan peramalan melalui metode peramalan yang ada.

3. Menentukan metode peramalan

Metode yang diinginkan adalah dengan menggunakan metode yang paling tepat yaitu metode *least square* dan *trend Kuadratik*. Pemilihan metode peramalan adalah dengan mempertimbangkan faktor horizon waktu, pola data, jenis peramalan, faktor biaya, ketepatan dan kemudahan penggunaannya.⁵⁰

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari CV. Smart Computer berupa laporan keuangan tahun 2012-2016, maka penulis melakukan penelitian berdasarkan pola data yang penulis peroleh dari CV. Smart Computer. Oleh karena itu, teknik analisis data yang cocok untuk penulis gunakan adalah dengan metode *trend kuadratik* untuk Laptop Acer, Notebook Acer, dan Notebook Axioo. Metode ini di gunakan secara scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung berbentuk parabola. Untuk Laptop Asus dan Notebook Asus penulis menggunakan metode *Least Square*. Metode ini di gunakan jika scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung merupakan garis lurus. Fungsi persamaan dari metode *Tren Kuadratik* ini adalah:

$$Y = a + bx + c x^2$$

Koefesien a, b dan c diperoleh dengan:

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

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

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

Keterangan:

y = Variabel yang akan diramalkan

a=Konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga y(ramalan) apabila X sama dengan 0

b = Koefesien

⁵⁰Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal.62

c = Koefesien

x = Variabel waktu

n = Banyaknya data.⁵¹

Fungsi dan persamaan metode *Least Square* adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

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

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Syarat menggunakan metode least square adalah $\Sigma = 0$

Y = Variabel yang akan diramalkan

a = konstanta, yang akan menunjukkan besarnya harga Y (ramalan) apabila X sama dengan 0

b = Variabel per X , yaitu menunjukkan besarnya perubahan nilai Y dari setiap perubahan satu unit X

X = Unit waktu/ periode, yang dapat dinyatakan dalam minggu, bulan, semester, tahun dan lain sebagainya tergantung kepada kesesuaian yang ada dalam perusahaan.

⁵¹Suad Husnan dan Suwarsono Muhammad, *Studi Kelayakan Proyek: Edisi Kelima*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2014), hal. 53.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya CV. Smart Computer

CV. Smart Computer didirikan pada tahun 2009, pada awalnya CV. Smart Computer ini bergerak pada bagian service saja belum ada bagian penjualannya. Pada tahun 2010, diterima satu orang karyawan buat membantu dalam service computer, dan tahun 2012 selanjutnya pendiri CV. Smart Computer ini memiliki pemikiran luas dan mengembangkan usahanya dengan menjual barang-barang elektronik seperti Leptop, Printer, dan aksesoris computer lainnya, dan ada penambahan karyawan menjadi dua orang untuk memajukan usahanya.

Seiring berkembangnya usaha, pada tahun 2013 terjadinya penambahan karyawan di CV. Smart Computer berjumlah satu orang, dan jumlah karyawan menjadi tiga orang, dimana mereka mendapat bagian pekerjaan masing-masing. Satu orang berada di *front office* dan dua orang lagi di bagian teknisi. Pada tahun 2014 bertambah satu karyawan lagi, dan karyawan menjadi empat orang, di bagian *front office* bertambah satu orang lagi.

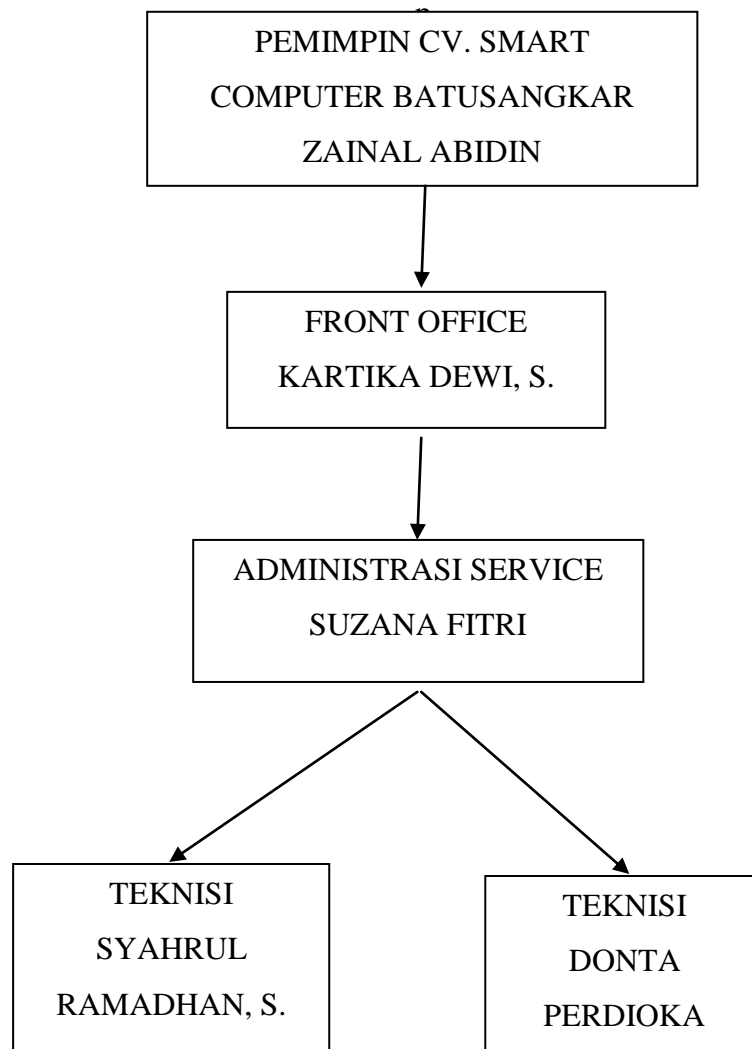
2. Tujuan Pendirian CV. Smart Computer Batusangkar

Sebuah perusahaan tidak lepas dari kegiatannya berupa penjualan dan pembelian, dimana penjualan yang dilakukan di CV. Smart Computer Batusangkar ini mempunyai dua cara yaitu tunai dan kredit. Dengan cara kredit ini akan mempermudah masyarakat untuk bisa membeli barang-barang elektronik tanpa harus mengumpulkan uang terlebih dahulu.

3. Struktur Organisasi CV. Smart Computer Batusangkar

Dalam suatu organisasi atau lembaga mempunyai struktur organisasi, dimana struktur organisasi ini adalah bukti berdirinya suatu lembaga atau perusahaan. Adapun bentuk organisasi CV. Smart Computer Batusangkar adalah:

STRUKTUR ORGANISASI CV. SMART COMPUTER BATUSANGKAR



GAMBAR 4.1

4. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Bagian

Dari struktur organisasi dapat dilihat tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yaitu:

a. *Front Office*

- 1) Pembukuan, yaitu pembuatan laporan penjualan dan service, stok barang, hutang piutang dan lain-lain
- 2) Pelayanan penjualan
- 3) Membuat laporan tertulis penjualan dan service (insentif teknisi) setiap akhir bulan

b. *Administrasi Service*

- 1) Menerima barang service lengkap dengan keterangannya
- 2) Konfirmasi barang service yang sudah selesai atau tidak bisa diservice ke user
- 3) Packing barang service atau bergaransi ke distributor dan komfirmasikan ke user
- 4) Transfer ke Bank, laporan pajak bulanan, pembayaran rekening listrik, air dan telepon

c. *Teknisi*

- 1) Menjemput barang service masuk ke user
- 2) Memperbaiki barang service semaksimal mungkin
- 3) Mengerjakan barang service yang mendesak walaupun sedang ada pekerjaan lain
- 4) Konfirmasi spare part atau barang service yang tidak bisa di service ke admin service
- 5) Membersihkan barang service dan meletakkan pada tempat yang sudah disediakan
- 6) Mengantarkan barang service user jika diperlukan
- 7) Melaksanakan tugas kelapangan sesuai pembagian tugas lapangan.

5. Peraturan yang berlaku untuk karyawan

Peraturan yang berlaku untuk karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan masuk pukul 08.00 dan keluar pukul 17.30
- b. Karyawan harus datang tepat waktu
- c. Karyawan bekerja dari hari senin sampai minggu
- d. Setiap hari karyawan istirahat dari pukul 12.00 sampai pukul 13.00
- e. Karyawan harus berpakaian bersih, sopan dan rapi, untuk karyawan perempuan wajib menggunakan rok
- f. Karyawan yang berhalangan hadir saat kerja harus meminta izin terlebih dahulu
- g. Pada hari minggu karyawan memiliki shift libur per minggu.

CV. Smart Computer merupakan salah satu perusahaan dagang yang melakukan penjualan komputer, servis komputer, dan penjualan asesoris-asesoris komputer. Transaksi penjualan dilakukan dengan cara tunai dan kredit. Transaksi jual beli dilakukan setiap hari kerja, dan jual beli dilakukan langsung ke CV. Smart Computer kemudian barang yang disepakati dilakukan pembiayaan secara tunai maupun kredit.

B. Forecasting (Peramalan) Penjualan Laptop dan Notebook CV. Smart Computer

1. Forecasting Penjualan Laptop Asus

Adapun data yang berhasil dikumpulkan sehubungan dengan penjualan Laptop Asus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Peramalan Penjualan Laptop Asus

Tahun	X	Unit (Y)	X.Y	X ²
2012	-2	1	-2	4
2013	-1	9	-9	1
2014	0	35	0	0
2015	1	51	51	1
2016	2	45	90	4
Σ	0	141	130	10

Sumber : Data Olahan

Untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Least Square* dengan rumus berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

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

$$a = \frac{114}{5}$$

$$a = 22,8$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

$$b = \frac{130}{10}$$

$$b = 13$$

Peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnya dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bx$$

$$\begin{aligned} Y_{2017} &= a + bx \\ &= 22,8 + 13 \text{ (3)} \\ &= 22,8 + 39 \end{aligned}$$

$$Y_{2017} = \mathbf{61,8 \approx 62}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2017 adalah sebesar 62 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2018} &= a + bx \\ &= 22,8 + 13 \text{ (4)} \\ &= 22,8 + 52 \end{aligned}$$

$$Y_{2018} = \mathbf{74,8 \approx 75}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2018 adalah sebesar 75 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2019} &= a + bx \\ &= 22,8 + 13 \text{ (5)} \\ &= 22,8 + 65 \end{aligned}$$

$$Y_{2019} = \mathbf{87,8 \approx 88}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2019 adalah sebesar 88 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2020} &= a + bx \\ &= 22,8 + 13 \text{ (6)} \\ &= 22,8 + 78 \end{aligned}$$

$$Y_{2020} = \mathbf{100,8 \approx 101}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer pada tahun 2020 adalah sebesar 101 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2021} &= a + bx \\ &= 22,8 + 13 \text{ (7)} \\ &= 22,8 + 91 \end{aligned}$$

$$Y_{2021} = \mathbf{113,8 \approx 114}$$

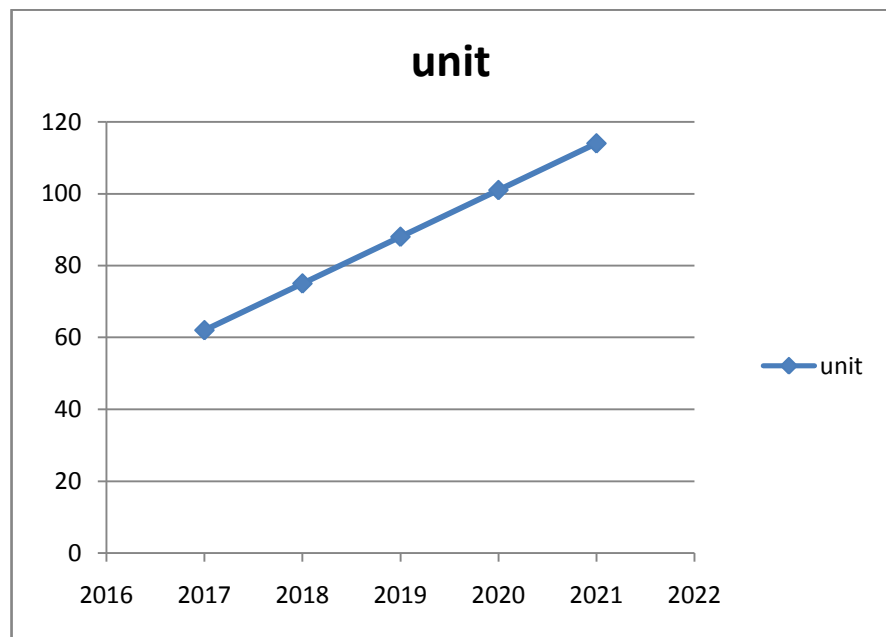
Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Asus di CV. Smart Computer pada tahun 2021 adalah sebesar 114 unit.

Tabel 4.2

Hasil Peramalan Penjualan Laptop Asus

No	Tahun	Unit
1	2017	62
2	2018	75
3	2019	88
4	2020	101
5	2021	114

Sumber: Data Olahan



Gambar 4.2

Hasil peramalan penjualan Laptop Asus

Berdasarkan tabel 4.2 yaitu hasil peramalan penjualan laptop asus dengan menggunakan metode *least square* dapat dilihat bahwa penjualan laptop asus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 penjualan Laptop Asus adalah sebesar 65 unit, pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 75 unit, pada tahun 2019 naik menjadi 88

unit, pada tahun 2020 naik menjadi 101 unit, dan pada tahun 2021 naik menjadi 114. Dari hasil peramalan tersebut penulis memberikan saran agar perusahaan lebih merencanakan penjualan yang lebih baik untuk kedepannya dan mengawasi kinerja karyawan agar penjualan untuk kedepannya bisa meningkat.

2. Forecasting Penjualan Notebook Asus

Adapun data yang berhasil dikumpulkan sehubungan dengan penjualan Notebook Asus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Peramalan Penjualan Notebook Asus

Tahun	X	Unit (Y)	X.Y	X ²
2012	-2	4	-8	4
2013	-1	14	-14	1
2014	0	22	0	0
2015	1	24	24	1
2016	2	55	110	4
Σ	0	119	112	10

Sumber : Data Olahan

Untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *least square* dengan rumus berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

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

$$a = \frac{119}{5}$$

$$a = 23,8$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2}$$

$$b = \frac{112}{10}$$

$$b = 11,2$$

Peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnya dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bx$$

$$\begin{aligned} Y_{2017} &= a + bx \\ &= 23,8 + 11,2 (3) \\ &= 23,8 + 33,6 \end{aligned}$$

$$Y_{2017} = \mathbf{57,4 \approx 57}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2017 adalah sebesar 57 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2018} &= a + bx \\ &= 23,8 + 11,2 (4) \\ &= 23,8 + 44,8 \end{aligned}$$

$$Y_{2018} = \mathbf{68,6 \approx 69}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2018 adalah sebesar 69 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2019} &= a + bx \\ &= 23,8 + 11,2 (5) \\ &= 23,8 + 56 \end{aligned}$$

$$Y_{2019} = \mathbf{79,8 \approx 80}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2019 adalah sebesar 80 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2020} &= a + bx \\ &= 23,8 + 11,2 (6) \\ &= 23,8 + 67,2 \end{aligned}$$

$$Y_{2020} = \mathbf{91}$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2020 adalah sebesar 91 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2021} &= a + bx \\ &= 23,8 + 11,2 (7) \\ &= 23,8 + 78,4 \end{aligned}$$

$$Y_{2021} = 102,2 \approx 102$$

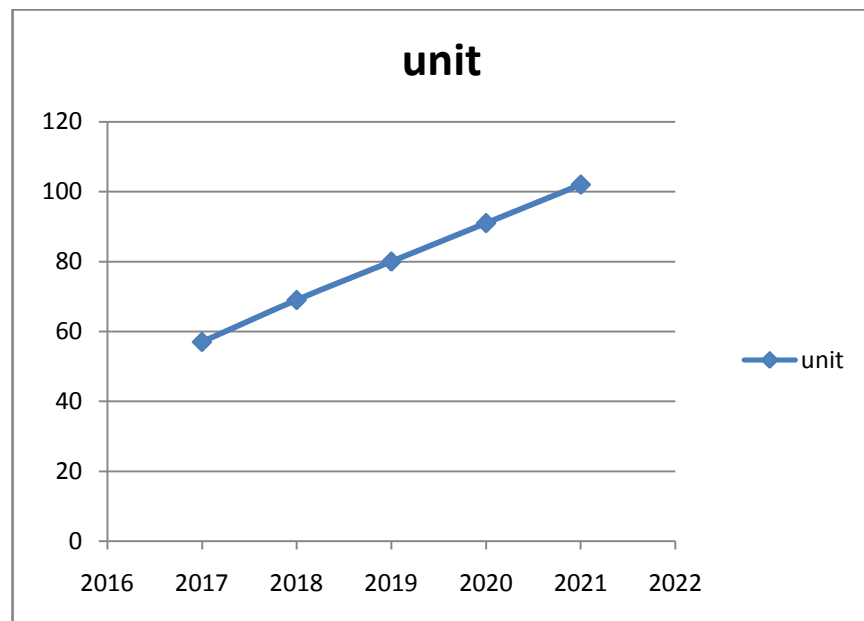
Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Asus di CV. Smart Computer untuk tahun 2021 adalah sebesar 102 unit.

Tabel 4.4

Hasil Peramalan Penjualan Notebook Asus

No	Tahun	Unit
1	2017	75
2	2018	105
3	2019	139
4	2020	178
5	2021	223

Sumber : Data Olahan



Gambar 4.2

Hasil peramalan penjualan Notebook Asus

Berdasarkan tabel 4.2 yaitu hasil peramalan penjualan Notebook Asus dengan menggunakan metode *least square* dapat dilihat bahwa penjualan Notebook Asus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 penjualan Notebook Asus adalah sebesar 75 unit, pada tahun

2018 meningkat menjadi 69 unit, pada tahun 2019 meningkat menjadi 80 unit, pada tahun 2020 meningkat menjadi 91 unit, dan pada tahun 2021 penjualan Notebook Asus adalah sebesar 102 unit.

3. Forecasting Penjualan Laptop Acer

Adapun data yang berhasil dikumpulkan sehubungan dengan penjualan Laptop Acer adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Peramalan Penjualan Laptop Acer

Tahun	X	Unit (Y)	X.Y	X ²	X ² Y	X ⁴
2012	-2	47	-94	4	188	16
2013	-1	20	-20	1	20	1
2014	0	31	0	0	0	0
2015	1	49	49	1	49	1
2016	2	44	88	4	176	16
Σ	0	191	23	10	433	34

Sumber : Data Olahan

Untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Trend Kuadrat* dengan rumus berikut:

$$Y = \alpha + bx + cx^2$$

$$c = \frac{n \sum x^2 y - \sum x^2 \sum y}{n \sum x^4 - (\sum x^2)^2}$$

$$c = \frac{(5)(433) - (10)(191)}{(5)(34) - (10)^2}$$

$$c = \frac{2.165 - 1.910}{170 - 100}$$

$$c = \frac{255}{70}$$

$$c = 3,643$$

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$b = \frac{23}{10}$$

$$b = 2,3$$

$$a = \frac{\Sigma y - c \Sigma x^2}{n}$$

$$a = \frac{191 - 3,643(10)}{5}$$

$$a = \frac{191 - 36,43}{5}$$

$$a = \frac{154,57}{5}$$

$$a = 30,914$$

Peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnyadapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bx + cx^2$$

$$\begin{aligned} Y_{2017} &= a + bx + cx^2 \\ &= 30,914 + 2,3(3) + 3,643 (3)^2 \\ &= 30,914 + 6,9 + 32,787 \end{aligned}$$

$$Y_{2017} = 70,601 \approx 71$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2017 adalah sebesar 71 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2018} &= a + bx + cx^2 \\ &= 30,914 + 2,3(4) + 3,643 (4)^2 \\ &= 30,914 + 9,2 + 58,288 \end{aligned}$$

$$Y_{2018} = 98,402 \approx 98$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun2018 adalah sebesar 98 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2019} &= a + bx + cx^2 \\
&= 30,914 + 2,3(5) + 3,643 (5)^2 \\
&= 30,914 + 11,5 + 91,075
\end{aligned}$$

$$Y_{2019} = 133,489 \approx 133$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2019 adalah sebesar 133 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2020} &= a + bx + cx^2 \\
&= 30,914 + 2,3(6) + 3,643 (6)^2 \\
&= 30,914 + 13,8 + 131,148
\end{aligned}$$

$$Y_{2020} = 175,862 \approx 176$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2020 adalah sebesar 176 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2021} &= a + bx + cx^2 \\
&= 30,914 + 2,3(7) + 3,643 (7)^2 \\
&= 30,914 + 16,1 + 178,507
\end{aligned}$$

$$Y_{2021} = 225,521 \approx 226$$

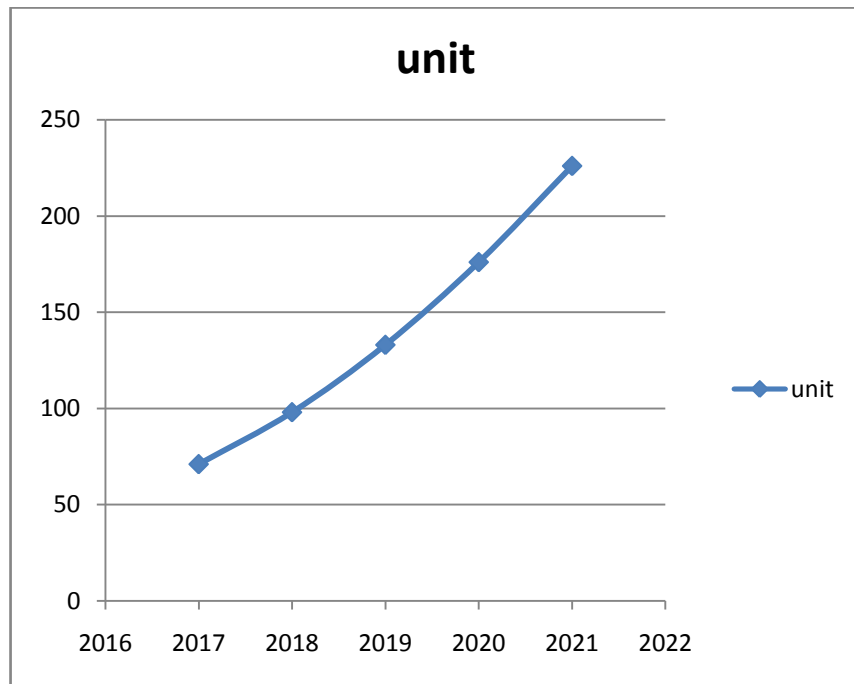
Jadi, hasil peramalan penjualan Laptop Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2021 adalah sebesar 226 unit.

Tabel 4.6

Hasil Peramalan Penjualan Laptop Acer

No	Tahun	Unit
1	2017	71
2	2018	98
3	2019	133
4	2020	176
5	2021	226

Sumber: Data Olahan



Gambar 4.3

Hasil peramalan penjualan Laptop Acer

Berdasarkan tabel 4.4 yaitu hasil peramalan penjualan Laptop Acer dengan menggunakan metode *trend kuadratik* dapat dilihat bahwa penjualan Laptop Acer mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 penjualan Laptop Acer adalah sebesar 71 unit, pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 98 unit, dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 133 unit, pada tahun 2020 meningkat menjadi 176 unit, dan pada tahun 2021 penjualan Laptop Acer adalah sebesar 226 unit. Dari hasil peramalan tersebut perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan untuk tahun selanjutnya.

4. Forecasting Penjualan Notebook Acer

Adapun data yang berhasil dikumpulkan sehubungan dengan penjualan Notebook Acer adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Peramalan Penjualan Notebook Acer

Tahun	X	Unit (Y)	X.Y	X ²	X ² Y	X ⁴
2012	-2	84	-168	4	336	16
2013	-1	64	-64	1	64	1
2014	0	21	0	0	0	0
2015	1	13	13	1	13	1
2016	2	23	46	4	92	16
Σ	0	205	-173	10	505	34

Sumber : Data Olahan

Untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Trend Kuadratik* dengan rumus berikut:

$$Y = \alpha + bx + cx^2$$

$$c = \frac{n \Sigma x^2 y - \Sigma x^2 \Sigma y}{n \Sigma x^4 - (\Sigma x^2)^2}$$

$$c = \frac{(5)(505) - (10)(205)}{(5)(34) - (10)^2}$$

$$c = \frac{2.525 - 2.050}{170 - 100}$$

$$c = \frac{475}{70}$$

$$c = 6,786$$

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$b = \frac{-173}{10}$$

$$b = -17,3$$

$$a = \frac{\Sigma y - c \Sigma x^2}{n}$$

$$a = \frac{205 - 6,786(10)}{5}$$

$$a = \frac{205 - 67,86}{5}$$

$$a = \frac{137,14}{5}$$

$$a = 27,428$$

Peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnyadapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bx + cx^2$$

$$\begin{aligned} Y_{2017} &= a + bx + cx^2 \\ &= 27,428 + (-17,3)(3) + 6,786(3)^2 \\ &= 27,428 - 51,9 + 61,074 \end{aligned}$$

$$Y_{2017} = 36,602 \approx 37$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2017 adalah sebesar 37 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2018} &= a + bx + cx^2 \\ &= 27,428 + (-17,3)(4) + 6,786(4)^2 \\ &= 27,428 - 69,2 + 108,576 \end{aligned}$$

$$Y_{2018} = 66,804 \approx 67$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2018 adalah sebesar 67 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2019} &= a + bx + cx^2 \\ &= 27,428 + (-17,3)(5) + 6,786(5)^2 \\ &= 27,428 - 86,5 + 169,65 \end{aligned}$$

$$Y_{2019} = 110,578 \approx 111$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2019 adalah sebesar 111 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_{2020} &= a + bx + cx^2 \\
 &= 27,428 + (-17,3)(6) + 6,786(6)^2 \\
 &= 27,428 - 103,8 + 244,296
 \end{aligned}$$

$$Y_{2020} = 167,924 \approx 168$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2020 adalah sebesar 168 unit.

$$\begin{aligned}
 Y_{2021} &= a + bx + cx^2 \\
 &= 27,428 + (-17,3)(7) + 6,786(7)^2 \\
 &= 27,428 - 121,1 + 332,514
 \end{aligned}$$

$$Y_{2021} = 238,842 \approx 239$$

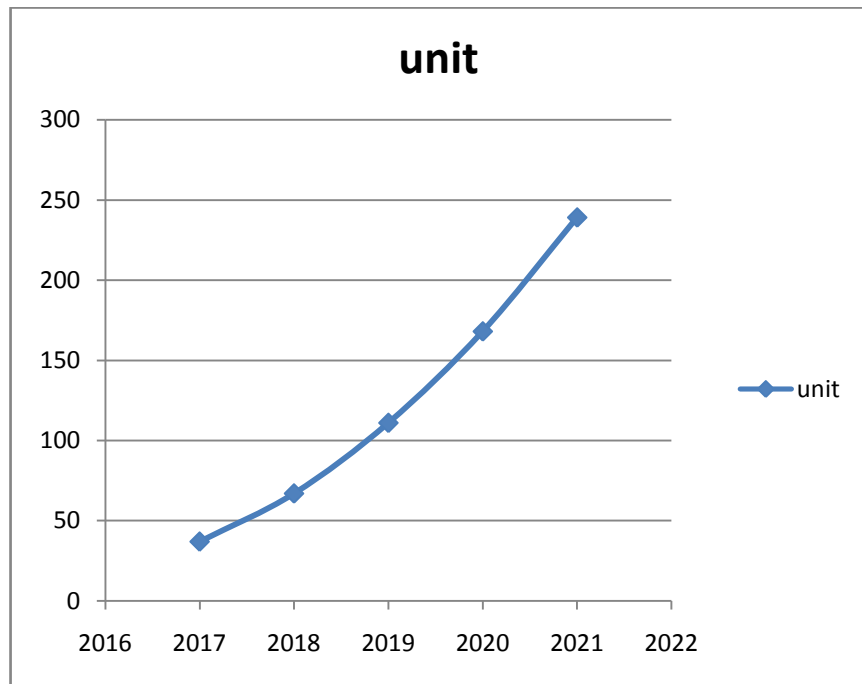
Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Acer di CV. Smart Computer untuk tahun 2021 adalah sebesar 239 unit.

Tabel 4.8

Hasil Peramalan Penjualan Notebook Acer

No	Tahun	Unit
1	2017	37
2	2018	67
3	2019	111
4	2020	168
5	2021	239

Sumber: Data Olahan



Gambar 4.4
Hasil peramalan penjualan Notebook Acer

Berdasarkan tabel 4.8 yaitu hasil peramalan penjualan Notebook Acer dengan menggunakan metode *trend kuadratik* dapat dilihat bahwa penjualan Notebook Acer mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 penjualan Notebook Acer adalah sebesar 37 unit, pada tahun 2018 meningkat menjadi 67 unit, pada tahun 2019 meningkat menjadi 111, pada tahun 2020 meningkat menjadi 168, dan pada tahun 2021 penjualan Notebook Acer adalah sebesar 239 unit.

5. Forecasting Penjualan Notebook Axioo

Adapun data yang berhasil dikumpulkan sehubungan dengan penjualan Notebook Axioo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Peramalan Penjualan Notebook Axioo

Tahun	X	Unit (Y)	X.Y	X ²	X ² Y	X ⁴
2012	-2	56	-112	4	224	16
2013	-1	52	-52	1	52	1
2014	0	9	0	0	0	0
2015	1	13	13	1	13	1
2016	2	53	106	4	212	16
Σ	0	183	-45	10	501	34

Sumber: Data Olahan

Untuk menentukan berapa besarnya penjualan yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya, penulis menggunakan analisis *Trend Kuadratik* dengan rumus berikut:

$$Y = \alpha + bx + cx^2$$
$$c = \frac{n \sum x^2 y - \sum x^2 \sum y}{n \sum x^4 - (\sum x^2)^2}$$
$$c = \frac{(5)(501) - (10)(183)}{(5)(34) - (10)^2}$$
$$c = \frac{2.505 - 1.830}{170 - 100}$$
$$c = \frac{675}{70}$$
$$c = 9,643$$

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$b = \frac{-45}{10}$$

$$b = -4,5$$

$$a = \frac{\Sigma y - c\Sigma x^2}{n}$$

$$a = \frac{183 - 9,643(10)}{5}$$

$$a = \frac{183 - 96,43}{5}$$

$$a = \frac{86,57}{5}$$

$$a = 17,314$$

Peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun selanjutnyadapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bx + cx^2$$

$$\begin{aligned} Y_{2017} &= a + bx + cx^2 \\ &= 17,314 + (-4,5)(3) + 9,643(3)^2 \\ &= 17,314 - 13,5 + 86,787 \end{aligned}$$

$$Y_{2017} = 90,601 \approx 90$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun 2017 adalah sebesar 90 unit.

$$\begin{aligned} Y_{2018} &= a + bx + cx^2 \\ &= 17,314 + (-4,5)(4) + 9,643(4)^2 \\ &= 17,314 - 18 + 154,288 \end{aligned}$$

$$Y_{2018} = 153,602 \approx 154$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun 2018 adalah sebesar 154 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2019} &= a + bx + cx^2 \\
&= 17,314 + (-4,5) (5) + 9,643(5)^2 \\
&= 17,314 - 22,5 + 241,075
\end{aligned}$$

$$Y_{2019} = 235,889 \approx 236$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun 2019 adalah sebesar 236 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2020} &= a + bx + cx^2 \\
&= 17,314 + (-4,5) (6) + 9,643(6)^2 \\
&= 17,314 - 27 + 347,148
\end{aligned}$$

$$Y_{2020} = 337,462 \approx 337$$

Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun 2020 adalah sebesar 337 unit.

$$\begin{aligned}
Y_{2021} &= a + bx + cx^2 \\
&= 17,314 + (-4,5) (7) + 9,643(7)^2 \\
&= 17,314 - 31,5 + 472,507
\end{aligned}$$

$$Y_{2021} = 458,321 \approx 458$$

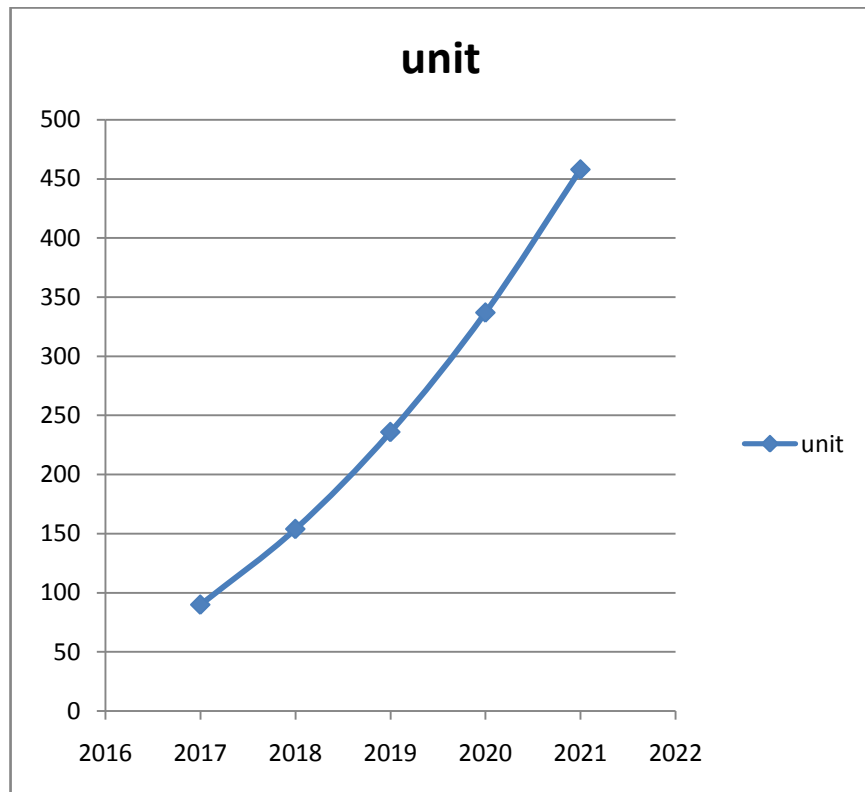
Jadi, hasil peramalan penjualan Notebook Axioo di CV. Smart Computer untuk tahun 2021 adalah sebesar 458 unit.

Tabel 4.10

Hasil Peramalan Penjualan Notebook Axioo

No	Tahun	Unit
1	2017	90
2	2018	154
3	2019	236
4	2020	337
5	2021	458

Sumber: Data Olahan



Gambar 4.6
Hasil peramalan penjualan Notebook Axioo

Berdasarkan tabel 4.10 yaitu hasil peramalan penjualan Notebook Axioo dengan menggunakan metode *trend kuadratik* dapat dilihat bahwa penjualan Notebook Axioo mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 penjualan Notebook Axioo adalah sebesar 90 unit, pada tahun 2018 meningkat menjadi 154 unit, pada tahun 2019 meningkat menjadi 236 unit, pada tahun 2020 meningkat menjadi 337, dan pada tahun 2021 penjualan Notebook Axioo adalah sebesar 458 unit.

C. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil *forecasting* penjualan CV. Smart Computer dengan metode *trend kuadratik* dan *least square* yaitu metode *time series* (deret waktu), dimana metode meramalkan penjualan berdasarkan data masa lalu dengan mengabaikan faktor-faktor penyebab perubahan penjualan. peramalan penjualan CV. Smart Computer dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Peramalan Penjualan Dengan
Metode *Least Square*

(unit)

No	Tahun	Laptop Asus	Notebook Asus
1	2017	62	57
2	2018	75	69
3	2019	88	80
4	2020	101	91
5	2021	114	102
Jumlah		440	399

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 4.11 mengenai hasil peramalan penjualan CV. Smart Computer dengan menggunakan metode *least square* dapat dilihat bahwa hasil peramalan komponen penjualan yang pertama yaitu Laptop Asus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hasil peramalan komponen kedua yaitu Notebook Asus juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Apabila tiap - tiap komponen dijumlahkan maka diperoleh bahwa penjualan Laptop Asus lebih banyak terjual dibandingkan dengan penjualan Notebook Asus.

Tabel 4.12
Hasil Peramalan Penjualan Dengan
Metode *Trend Kuadratik*

(unit)

No	Tahun	Laptop Acer	Notebook Acer	Notebook Axioo
1	2017	71	37	90
2	2018	98	67	154
3	2019	133	111	236
4	2020	176	168	337
5	2021	226	239	458
Jumlah		704	622	1275

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 4.12 mengenai hasil peramalan penjualan CV. Smart Computer dengan metode *trend kuadratik* dapat dilihat bahwa hasil peramalan komponen penjualan yang pertama yaitu Laptop Acer mengalami peningkatan setiap tahun. Hasil peramalan komponen penjualan yang kedua yaitu Notebook Acer mengalami peningkatan. Hasil peramalan komponen penjualan yang terakhir yaitu Notebook Axioo juga mengalami peningkatan.

Apabila tiap-tiap komponen penjualan dijumlahkan maka diperoleh kesimpulan bahwa, pada CV. Smart Computer penjualan yang lebih banyak terjual adalah Notebook Axioo, dan penjualan yang lebih sedikit terjual adalah Notebook Acer.

Mengingat pentingnya suatu perencanaan untuk waktu yang akan datang, maka dari itu perencanaan yang sudah dibentuk oleh perusahaan untuk setiap tahunnya harus diawasi, diukur, dan dinilai apakah sudah berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan atau belum. Apabila rencana suatu perusahaan sudah dibentuk dengan sebaik-baiknya maka akan membawa dampak baik terhadap perusahaan untuk masa yang akan datang.

Dalam melakukan peramalan, perusahaan harus mencari data dan informasi masa lalu. Data dan informasi masa lalu merupakan perilaku yang terjadi dimasa lalu dengan berbagai kondisi pada saat itu. Maka salah satu cara yang tepat untuk dapat digunakan oleh CV. Smart Computer ini adalah membuat peramalan yang sesuai dengan data di masa lalu yang tercatat di perusahaan tersebut.

Hasil peramalan dengan menggunakan metode *trend kuadrat* ini bisa dijadikan dasar dalam penyusunan perencanaan dan juga bisa dijadikan acuan atau pedoman bagi pihak CV. Smart Computer untuk kedepannya agar mempersiapkan strategi-strategi yang handal untuk mengatasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat penjualan CV. Smart Computer dengan *forecasting* metode *time series* yaitu *trend kuadratik* dan *least square*, peramalan yang dilakukan selama lima tahun yang dimulai dari 2012-2016

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka dapat dikemukakan bahwa jumlah hasil peramalan (*forecasting*) penjualan CV. Smart Computer adalah sebagai berikut:

1. Peramalan penjualan CV. Smart Computer dengan menggunakan metode *least square* periode 2017-2021 dapat dilihat bahwa hasil peramalan penjualan yang pertama yaitu Laptop Asus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hasil peramalan kedua yaitu Notebook Asus juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tiap - tiap komponen dijumlahkan maka diperoleh bahwa penjualan Laptop Asus sebesar 440 unit lebih banyak terjual dibandingkan dengan penjualan Notebook Asus sebesar 399 unit.
2. Peramalan penjualan CV. Smart Computer dengan metode *trend kuadratik* periode 2017-2021 dapat dilihat bahwa hasil peramalan penjualan yang pertama yaitu Laptop Acer mengalami peningkatan setiap tahun. Hasil peramalan penjualan yang kedua yaitu Notebook Acer mengalami peningkatan. Hasil peramalan penjualan yang terakhir yaitu Notebook Axioo juga mengalami peningkatan. Tiap-tiap komponen penjualan dijumlahkan maka diperoleh kesimpulan bahwa, pada CV. Smart Computer penjualan yang lebih banyak terjual adalah Notebook Axioo sebesar 1275 unit, dan penjualan yang lebih sedikit terjual adalah Notebook Acer sebesar 622 unit.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini pada CV. Smart Computer, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Peramalan dengan menggunakan metode *trend kuadratik* ini bisa dijadikan dasar dalam penyusunan perencanaan dan juga bisa dijadikan acuan atau pedoman bagi pihak CV. Smart Computer untuk kedepannya agar mempersiapkan strategi-strategi yang handal untuk mengatasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang.
2. Dalam metode *Trend Kuadratik* dan *Least Square*, analisis yang penulis lakukan hanya pada beberapa item-item penting saja. Oleh karena itu CV. Smart Computer Batusangkar dapat juga melakukan analisis terhadap item-item yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*, Malang: UIN Maliki Press, 2010
- Bustami, Bastian, Nurlela, *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan*, Lampulo ALFABETA, 2011
- Justine T. Sirait, *Anggaran Sebagai Alat Bantu Manajemen*, Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia: 2006
- Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen, Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Jakarta: Kencana, 2010
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2012
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2005
- Manullang, *Dasar - Dasar Manajemen*, Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS, 2012
- M Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Edisi Revisi, Jakarta, Salemba Empat: 2007
- Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, Jakarta, Salemba Empat, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat: 2008
- Munandar, *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*, Yogyakarta: BPFE - Yogyakarta, 2007
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2002
- Philip Kotler, dkk (et. al), *Marketing Manajemen*, edisi ke 3 jilid 1, Indonesia : Gramedia, 2004
- Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, Jakarta: Erlangga, 2013
- Rudianto, *Penganggara*, Jakarta: Erlangga, 2009

- Samiaji Sarosa, *Sistem Informasi Akuntansi*, Jakarta, Gramedia Widiasarana: 2009
- Siswandi, *Aplikasi Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Mitra media wacana Media, 2011
- Sofyan Syafri Harahap, *Budgeting Penganggaran*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada: 2001
- Suad Husnan, *Studi Kelayakan Proyek Bisnis Edisi Kelima*, Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 2014
- Tendi Haruman dan Sri Rahayu, *Penyusunan Anggaran Perusahaan*, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2007
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*: Edisi kedua, Cetakan keenam, Yogyakarta: Andy, 2002
- Widaningsih, dan Samsul Rizal, *Modul melakukan Pemasaran Barang dan Jasa*, Bandung, PT Gelora Aksara Pratama, 2008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Sudirman No.137 Kuburajo Lima Kaum Batusangkar 7213, Telp. (0752) 71150, Ext 135, Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : data.p3m@gmail.com

28 November 2016

Nomor : B- 099 /In.27/L.I/TL.00/ 11 /2016
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Rangkap
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan CV. Smart Computer
Batusangkar

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : Nova Dewita / 12231055
Tempat/Tgl. Lahir : Sumanik, 18 November 1993
NIK : KTP. 1304105811930001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Jorong Piliang Sani Nagari Sumanik Kecamatan Salimpaung
Kabupaten Tanah Datar

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : **Analisis Forecasting dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada CV. Smart Computer**
Lokasi : CV. Smart Computer Batusangkar
Waktu : 29 November 2016 s.d 29 Januari 2017
Pembimbing : 1 : Gampito, SE., M.Si.
2 : Sri Adella Fitri, SE., M.Si.

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan Kerjasamanya diucapkan terimakasih.



Ketua,
Yusrizal Efendi, S.Ag., M.Ag.,
NIP. 197308191998031001

Tembusan:

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.



CV. SMART COMPUTER

SALES – SERVICE - ACCESSORIES

Jl. Kinantan No. 78 Jati, Batusangkar. Telp. (0752) 574367,

Hp. 081374711686

Surat Keterangan

Telah Menyelesaikan Penelitian

Nomor :

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zainal Abidin
Pangkat : Pimpinan
Jabatan : Pimpinan CV. Smart Computer

Dengan ini menyatakan sesungguhnya :

Nama : Novia Dewita
Nim : 12 231 055
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Konsentrasi Akuntansi Syariah

Bahwa yang bersangkutan sudah melaksanakan penelitian di CV. Smart Computer pada tanggal . dengan judul ,”**Analisis Forecasting Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Smart Computer**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 28 Februari 2017

Pimpinan CV. Smart Computer


**SMART
COMPUTER**
Penjualan-Service-Accessories-Maintenance
Hp. 081374 711686 - 085 714 28 5969
(0752) 574367
Jl. Kinantan No. 78 Jati, Batusangkar (Zainal Abidin)

**Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Tahun 2012**

No	Bulan	Asus			Acer			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	0	Rp -	Rp -	5	Rp 4,465,000	Rp 13,950,000	Rp 13,950,000
2	Februari	0	Rp -	Rp -	6	Rp 4,550,000	Rp 18,120,000	Rp 18,120,000
3	Maret	0	Rp -	Rp -	1	Rp 4,450,000	Rp 23,750,000	Rp 23,750,000
4	April	0	Rp -	Rp -	3	Rp 4,550,000	Rp 9,800,000	Rp 9,800,000
5	Mei	0	Rp -	Rp -	3	Rp 4,550,000	Rp 4,900,000	Rp 4,900,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	3	Rp 4,500,000	Rp 4,525,000	Rp 4,525,000
7	Juli	0	Rp -	Rp -	1	Rp 3,850,000	Rp 13,800,000	Rp 13,800,000
8	Agustus	0	Rp -	Rp -	5	Rp 4,750,000	Rp 4,600,000	Rp 4,600,000
9	September	0	Rp -	Rp -	7	Rp 4,765,000	Rp 23,475,000	Rp 23,475,000
10	Oktober	0	Rp -	Rp -	8	Rp 4,750,000	Rp 23,475,000	Rp 23,475,000
11	November	1	Rp 4,700,000	Rp 4,700,000	3	Rp 4,450,000	Rp 36,000,000	Rp 40,700,000
12	Desember	0	Rp -	Rp -	2	Rp 4,450,000	Rp 26,700,000	Rp 26,700,000
Jumlah Penjualan		1		Rp 4,700,000	47		Rp 203,095,000	Rp 207,795,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

**Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Tahun 2013**

No	Bulan	Asus			Acer			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp 22,325,000	Rp 22,325,000
2	Februari	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp 27,300,000	Rp 27,300,000
3	Maret	0	Rp -	Rp -	2	Rp 4,300,000	Rp 4,450,000	Rp 4,450,000
4	April	0	Rp -	Rp -	1	Rp 4,250,000	Rp 13,650,000	Rp 13,650,000
5	Mei	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp 13,650,000	Rp 13,650,000
6	Juni	1	Rp 4,700,000	Rp 4,700,000	1	Rp 4,150,000	Rp 13,500,000	Rp 18,200,000
7	Juli	3	Rp 4,900,000	Rp 14,700,000	1	Rp 5,550,000	Rp 3,850,000	Rp 18,550,000
8	Agustus	2	Rp 4,000,000	Rp 8,000,000	2	Rp 5,500,000	Rp 23,750,000	Rp 31,750,000
9	September	1	Rp 4,075,000	Rp 4,075,000	6	Rp 5,500,000	Rp 33,355,000	Rp 37,430,000
10	Oktober	0	Rp -	Rp -	4	Rp 5,325,000	Rp 38,000,000	Rp 38,000,000
11	November	1	Rp 3,975,000	Rp 3,975,000	2	Rp 5,090,000	Rp 13,350,000	Rp 17,325,000
12	Desember	1	Rp 4,300,000	Rp 4,300,000	1	Rp 5,090,000	Rp 8,900,000	Rp 13,200,000
Jumlah Penjualan		9		Rp 39,750,000	20		Rp 216,080,000	Rp 255,830,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

**Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Tahun 2014**

No	Bulan	Asus			Acer			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	1	Rp 4,400,000	Rp 4,400,000	2	Rp 5,400,000	Rp 13,560,000	Rp 17,960,000
2	Februari	2	Rp 3,800,000	Rp 7,600,000	3	Rp 3,950,000	Rp 4,650,000	Rp 12,250,000
3	Maret	1	Rp 4,200,000	Rp 4,200,000	6	Rp 5,350,000	Rp 9,200,000	Rp 13,400,000
4	April	0	Rp -	Rp -	1	Rp 5,050,000	Rp -	Rp -
5	Mei	0	Rp -	Rp -	2	Rp 3,850,000	Rp 18,600,000	Rp 18,600,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp -	Rp -
7	Juli	3	Rp 4,350,000	Rp 13,050,000	2	Rp 6,950,000	Rp 12,900,000	Rp 25,950,000
8	Agustus	8	Rp 4,100,000	Rp 32,800,000	3	Rp 5,100,000	Rp 61,600,000	Rp 94,400,000
9	September	5	Rp 5,235,000	Rp 26,175,000	7	Rp 5,200,000	Rp 25,200,000	Rp 51,375,000
10	Oktober	5	Rp 5,250,000	Rp 26,250,000	4	Rp 4,800,000	Rp 25,500,000	Rp 51,750,000
11	November	5	Rp 5,600,000	Rp 28,000,000	1	Rp 3,550,000	Rp 29,890,000	Rp 57,890,000
12	Desember	5	Rp 5,600,000	Rp 28,000,000	0	Rp 4,300,000	Rp 12,900,000	Rp 40,900,000
Jumlah Penjualan		35		Rp 170,475,000	31		Rp 214,000,000	Rp 384,475,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

**Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Tahun 2015**

No	Bulan	Asus			Acer			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	3	Rp 4,050,000	Rp 12,150,000	3	Rp 4,520,000	Rp -	Rp 12,150,000
2	Februari	2	Rp 4,100,000	Rp 8,200,000	1	Rp 4,650,000	Rp -	Rp 8,200,000
3	Maret	7	Rp 4,100,000	Rp 28,700,000	2	Rp 4,600,000	Rp 8,600,000	Rp 37,300,000
4	April	4	Rp 4,100,000	Rp 16,400,000	0	Rp -	Rp 4,250,000	Rp 20,650,000
5	Mei	0	Rp -	Rp -	4	Rp 4,650,000	Rp -	Rp -
6	Juni	1	Rp 4,050,000	Rp 4,050,000	0	Rp -	Rp 4,150,000	Rp 8,200,000
7	Juli	3	Rp 4,050,000	Rp 12,150,000	3	Rp 4,300,000	Rp 5,550,000	Rp 17,700,000
8	Agustus	3	Rp 4,050,000	Rp 12,150,000	14	Rp 4,400,000	Rp 11,000,000	Rp 23,150,000
9	September	9	Rp 3,850,000	Rp 34,650,000	6	Rp 4,200,000	Rp 33,000,000	Rp 67,650,000
10	Oktober	6	Rp 3,865,000	Rp 23,190,000	6	Rp 4,250,000	Rp 21,300,000	Rp 44,490,000
11	November	8	Rp 3,795,000	Rp 30,360,000	7	Rp 4,270,000	Rp 10,180,000	Rp 40,540,000
12	Desember	5	Rp 3,950,000	Rp 19,750,000	3	Rp 4,300,000	Rp 5,090,000	Rp 24,840,000
Jumlah Penjualan		51		Rp 201,750,000	49		Rp 103,120,000	Rp 304,870,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

**Data Penjualan Laptop CV. Smart Computer
Tahun 2016**

No	Bulan	Asus			Acer			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	4	Rp 5,250,000	Rp 21,000,000	3	Rp 4,650,000	Rp 13,950,000	Rp 34,950,000
2	Februari	1	Rp 5,250,000	Rp 5,250,000	4	Rp 4,530,000	Rp 18,120,000	Rp 23,370,000
3	Maret	1	Rp 5,350,000	Rp 5,350,000	5	Rp 4,750,000	Rp 23,750,000	Rp 29,100,000
4	April	5	Rp 5,350,000	Rp 26,750,000	2	Rp 4,900,000	Rp 9,800,000	Rp 36,550,000
5	Mei	4	Rp 5,250,000	Rp 21,000,000	1	Rp 4,900,000	Rp 4,900,000	Rp 25,900,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	1	Rp 4,525,000	Rp 4,525,000	Rp 4,525,000
7	Juli	3	Rp 3,800,000	Rp 11,400,000	3	Rp 4,600,000	Rp 13,800,000	Rp 25,200,000
8	Agustus	6	Rp 3,700,000	Rp 22,200,000	1	Rp 4,600,000	Rp 4,600,000	Rp 26,800,000
9	September	9	Rp 5,200,000	Rp 46,800,000	5	Rp 4,695,000	Rp 23,475,000	Rp 70,275,000
10	Oktober	6	Rp 5,050,000	Rp 30,300,000	5	Rp 4,695,000	Rp 23,475,000	Rp 53,775,000
11	November	3	Rp 5,350,000	Rp 16,050,000	8	Rp 4,500,000	Rp 36,000,000	Rp 52,050,000
12	Desember	3	Rp 3,900,000	Rp 11,700,000	6	Rp 4,450,000	Rp 26,700,000	Rp 38,400,000
Jumlah Penjualan		45		Rp 217,800,000	44		Rp 203,095,000	Rp 420,895,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer

Tahun 2012

No	Bulan	NB Asus			NB Acer			NB Axioo			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	0	Rp -	Rp -	5	Rp 3.050,000	Rp 15.250,000	3	Rp 2.375,000	Rp 14.500,000	Rp 29.750,000
2	Februari	0	Rp -	Rp -	7	Rp 3.050,000	Rp 21.350,000	3	Rp 2.250,000	Rp 14.750,000	Rp 36.100,000
3	Maret	0	Rp -	Rp -	7	Rp 3.000,000	Rp 21.000,000	8	Rp 2.250,000	Rp 6.000,000	Rp 27.000,000
4	April	0	Rp -	Rp -	5	Rp 3.000,000	Rp 15.000,000	2	Rp 2.350,000	Rp 17.700,000	Rp 32.700,000
5	Mei	0	Rp -	Rp -	6	Rp 3.000,000	Rp 18.000,000	1	Rp 2.300,000	Rp 14.500,000	Rp 32.500,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	5	Rp 2.950,000	Rp 14.750,000	3	Rp 2.350,000	Rp 5.800,000	Rp 20.550,000
7	Juli	0	Rp -	Rp -	4	Rp 3.000,000	Rp 12.000,000	1	Rp 2.350,000	Rp 5.800,000	Rp 17.800,000
8	Agustus	0	Rp -	Rp -	4	Rp 2.910,000	Rp 11.640,000	2	Rp 2.400,000	Rp 17.400,000	Rp 29.040,000
9	September	0	Rp -	Rp -	15	Rp 2.950,000	Rp 44.250,000	11	Rp 2.430,000	Rp 17.100,000	Rp 61.350,000
10	Oktober	2	Rp 2.750,000	Rp 5.500,000	18	Rp 3.000,000	Rp 54.000,000	12	Rp 2.500,000	Rp 14.375,000	Rp 73.875,000
11	November	1	Rp 2.650,000	Rp 2.650,000	5	Rp 3.175,000	Rp 15.875,000	5	Rp 2.500,000	Rp 14.750,000	Rp 33.275,000
12	Desember	1	Rp 2.500,000	Rp 2.500,000	3	Rp 3.200,000	Rp 9.600,000	5	Rp 2.475,000	Rp 11.300,000	Rp 23.400,000
Jumlah Penjualan	4			Rp 10.650,000	84		Rp 252.715,000	56		Rp 153.975,000	Rp 417.340,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer

Tahun 2013

No	Bulan	NB Asus			NB Acer			NB Axioo			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	0	Rp -	Rp -	4	Rp 2.700,000	Rp 10.800,000	4	Rp 2.475,000	Rp 3.850,000	Rp 14.650,000
2	Februari	0	Rp -	Rp -	4	Rp 2.675,000	Rp 10.700,000	5	Rp 2.400,000	Rp 2.825,000	Rp 13.525,000
3	Maret	1	Rp 3.300,000	Rp 3.300,000	7	Rp 2.670,000	Rp 18.690,000	5	Rp 2.400,000	Rp 5.700,000	Rp 27.690,000
4	April	1	Rp 3.100,000	Rp 3.100,000	5	Rp 2.950,000	Rp 14.750,000	3	Rp 2.550,000	Rp 3.050,000	Rp 20.900,000
5	Mei	1	Rp 3.100,000	Rp 3.100,000	8	Rp 3.000,000	Rp 24.000,000	2	Rp 2.500,000	Rp 2.750,000	Rp 29.850,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	4	Rp 2.950,000	Rp 11.800,000	6	Rp 2.550,000	Rp -	Rp 11.800,000
7	Juli	2	Rp 3.150,000	Rp 6.300,000	4	Rp 2.900,000	Rp 11.600,000	2	Rp 3.150,000	Rp -	Rp 17.900,000
8	Agustus	0	Rp -	Rp -	6	Rp 2.925,000	Rp 17.550,000	6	Rp 2.550,000	Rp 2.850,000	Rp 20.400,000
9	September	0	Rp -	Rp -	11	Rp 3.100,000	Rp 34.100,000	2	Rp 2.870,000	Rp 8.400,000	Rp 42.500,000
10	Oktober	2	Rp 3.450,000	Rp 6.900,000	4	Rp 3.350,000	Rp 13.400,000	4	Rp 2.900,000	Rp -	Rp 20.300,000
11	November	6	Rp 3.650,000	Rp 21.900,000	5	Rp 3.550,000	Rp 17.750,000	9	Rp 2.900,000	Rp 8.700,000	Rp 48.350,000
12	Desember	1	Rp 3.675,000	Rp 3.675,000	2	Rp 3.675,000	Rp 7.350,000	4	Rp 3.000,000	Rp -	Rp 11.025,000
Jumlah Penjualan	14			Rp 48.275,000	64		Rp 192.490,000	52		Rp 38.125,000	Rp 278.890,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer
Tahun 2014

No	Bulan	NB Asus			NB Acer			NB Axioo			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	3	Rp 3,700,000	Rp 11,100,000	2	Rp 3,800,000	Rp 7,600,000	0	Rp -	Rp -	Rp 18,700,000
2	Februari	1	Rp 3,800,000	Rp 3,800,000	2	Rp 3,850,000	Rp 7,700,000	1	Rp 2,750,000	Rp 2,750,000	Rp 14,250,000
3	Maret	2	Rp 3,700,000	Rp 7,400,000	1	Rp 3,800,000	Rp 3,800,000	0	Rp -	Rp -	Rp 11,200,000
4	April	2	Rp 3,575,000	Rp 7,150,000	1	Rp 3,650,000	Rp 3,650,000	0	Rp -	Rp -	Rp 10,800,000
5	Mei	2	Rp 3,550,000	Rp 7,100,000	3	Rp 3,700,000	Rp 11,100,000	1	Rp 2,600,000	Rp 2,600,000	Rp 20,800,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	2	Rp 3,625,000	Rp 7,250,000	0	Rp -	Rp -	Rp 7,250,000
7	Juli	1	Rp 3,325,000	Rp 3,325,000	1	Rp 3,550,000	Rp 3,550,000	3	Rp 2,650,000	Rp 7,950,000	Rp 14,825,000
8	Agustus	1	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000	2	Rp 3,600,000	Rp 7,200,000	0	Rp -	Rp -	Rp 10,700,000
9	September	4	Rp 3,475,000	Rp 13,900,000	2	Rp 3,575,000	Rp 7,150,000	4	Rp 2,620,000	Rp 10,480,000	Rp 31,530,000
10	Oktober	1	Rp 3,500,000	Rp 3,500,000	2	Rp 3,650,000	Rp 7,300,000	0	Rp -	Rp -	Rp 10,800,000
11	November	3	Rp 3,500,000	Rp 10,500,000	2	Rp 3,600,000	Rp 7,200,000	0	Rp -	Rp -	Rp 17,700,000
12	Desember	2	Rp 3,500,000	Rp 7,000,000	1	Rp 3,600,000	Rp 3,600,000	0	Rp -	Rp -	Rp 10,600,000
Jumlah Penjualan	22		Rp 78,275,000		21		Rp 77,100,000	9		Rp 23,780,000	Rp 179,155,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer
Tahun 2015

No	Bulan	NB Asus			NB Acer			NB Axioo			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	0	Rp -	Rp -	1	Rp 3,650,000	Rp 3,650,000	1	Rp 3,850,000	Rp 3,850,000	Rp 13,550,000
2	Februari	1	Rp 3,450,000	Rp 3,450,000	2	Rp 3,700,000	Rp 7,400,000	1	Rp 2,825,000	Rp 2,825,000	Rp 22,850,000
3	Maret	2	Rp 3,500,000	Rp 7,000,000	2	Rp 3,700,000	Rp 7,400,000	2	Rp 2,850,000	Rp 5,700,000	Rp 26,400,000
4	April	1	Rp 3,350,000	Rp 3,350,000	0	Rp -	Rp -	1	Rp 3,050,000	Rp 3,050,000	Rp 11,000,000
5	Mei	3	Rp 3,500,000	Rp 10,500,000	2	Rp 3,650,000	Rp 7,300,000	1	Rp 2,750,000	Rp 2,750,000	Rp 22,800,000
6	Juni	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp -	Rp 15,300,000
7	Juli	0	Rp -	Rp -	1	Rp 3,550,000	Rp 3,550,000	0	Rp -	Rp -	Rp 9,850,000
8	Agustus	2	Rp 3,450,000	Rp 6,900,000	1	Rp 3,525,000	Rp 3,525,000	1	Rp 2,850,000	Rp 2,850,000	Rp 25,725,000
9	September	5	Rp 3,450,000	Rp 17,250,000	1	Rp 3,550,000	Rp 3,550,000	3	Rp 2,800,000	Rp 8,400,000	Rp 26,540,000
10	Oktober	2	Rp 3,330,000	Rp 6,660,000	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp -	Rp 18,260,000
11	November	6	Rp 3,245,000	Rp 19,470,000	3	Rp 3,295,000	Rp 9,885,000	3	Rp 2,900,000	Rp 8,700,000	Rp 55,455,000
12	Desember	2	Rp 3,245,000	Rp 6,490,000	0	Rp -	Rp -	0	Rp -	Rp -	Rp 18,490,000
Jumlah Penjualan	24		Rp 81,070,000		13		Rp 46,260,000	13		Rp 138,890,000	Rp 266,220,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

Data Penjualan Notebook CV. Smart Computer
Tahun 2016

No	Bulan	NB Asus			NB Acer			NB Axioo			Total
		Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	Unit	Harga/Unit	Total Harga	
1	Januari	3	Rp 3,300,000	Rp 9,900,000	3	Rp 3,400,000	Rp 10,200,000	5	Rp 2,900,000	Rp 7,125,000	Rp 27,225,000
2	Februari	3	Rp 3,300,000	Rp 9,900,000	0	Rp -	Rp -	5	Rp 2,950,000	Rp 6,750,000	Rp 16,650,000
3	Maret	2	Rp 3,300,000	Rp 6,600,000	2	Rp 3,325,000	Rp 6,650,000	2	Rp 3,000,000	Rp 18,000,000	Rp 31,250,000
4	April	1	Rp 3,300,000	Rp 3,300,000	2	Rp 3,350,000	Rp 6,700,000	6	Rp 2,950,000	Rp 4,700,000	Rp 14,700,000
5	Mei	2	Rp 3,250,000	Rp 6,500,000	3	Rp 3,350,000	Rp 10,050,000	5	Rp 2,900,000	Rp 2,300,000	Rp 18,850,000
6	Juni	4	Rp 3,200,000	Rp 12,800,000	0	Rp -	Rp -	2	Rp 2,900,000	Rp 7,050,000	Rp 19,850,000
7	Juli	1	Rp 3,250,000	Rp 3,250,000	3	Rp 3,480,000	Rp 10,440,000	2	Rp 2,900,000	Rp 2,350,000	Rp 16,040,000
8	Agustus	6	Rp 3,200,000	Rp 19,200,000	2	Rp 3,200,000	Rp 6,400,000	6	Rp 2,900,000	Rp 4,800,000	Rp 30,400,000
9	September	16	Rp 3,250,000	Rp 52,000,000	4	Rp 3,250,000	Rp 13,000,000	6	Rp 2,850,000	Rp 26,730,000	Rp 91,730,000
10	Oktober	8	Rp 3,200,000	Rp 25,600,000	3	Rp 3,450,000	Rp 10,350,000	5	Rp 2,875,000	Rp 30,000,000	Rp 65,950,000
11	November	4	Rp 3,250,000	Rp 13,000,000	0	Rp -	Rp -	5	Rp 2,950,000	Rp 12,500,000	Rp 25,500,000
12	Desember	5	Rp 3,250,000	Rp 16,250,000	1	Rp 3,250,000	Rp 3,250,000	4	Rp 2,825,000	Rp 12,375,000	Rp 31,875,000
Jumlah Penjualan		55		Rp 178,300,000	23		Rp 77,040,000	53		Rp 134,680,000	Rp 390,020,000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Smart Computer

