

**ANALISIS VOLUME PENJUALAN SEBELUM DAN SESUDAH MENGGUNAKAN
DISTRIBUTOR MANAGEMENT SYSTEM (DMS) PADA CV DIFFA
CEMERLANG**

Sawukir¹, Nurmono², Muhamad Nurhamdi³

Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,
Tangerang Selatan, Indonesia.

email: dosen02319@unpam.ac.id, dosen02245@unpam.ac.i , dosen02484@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan DMS pada CV Diffa Cemerlang. Penjualan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, di mana tingkat penjualan akan mengakibatkan perkembangan bagi perusahaan. Apakah perusahaan itu akan berkembang dan maju atau sebaliknya bangkrut dan berakhir tutup. Tingkat penjualan yang semakin meningkat akan menjadikan perusahaan akan masih terus berjalan, sebaliknya jika tingkat penjualan semakin menurun akan mengakibatkan perusahaan tidak akan bertahan lama karena pendapatan tidak sebanding dengan pengeluaran yang membuat perusahaan merugi dan lama kelamaan akan bangkrut dan akhirnya tutup.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah data dokumentasi berupa laporan volume penjualan dan dengan sesi wawancara, sehingga dapat diketahui perbedaan volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan DMS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan sebelum menggunakan sistem DMS lebih baik daripada volume penjualan setelah menggunakan sistem DMS.

Kata Kunci: Volume Penjualan, Sistem DMS

ABSTRACT

This study was conducted to determine the difference in sales volume before and after using DMS on CV Diffa Cemerlang. Sales is a very important thing for the company, where the level of sales will result in the development of the company. Will the company grow and prosper or will it go bankrupt and end up closing. The increasing level of sales will make the company continue to run, on the contrary if the level of sales decreases it will result in the company not surviving long because the income is not proportional to the expenses that make the company lose money and over time it will go bankrupt and eventually close.

The method used in this research is documentation data in the form of sales volume reports and interview sessions, so that it can be seen the difference in sales volume before and after using DMS.

The results showed that the sales volume before using the DMS system was better than the sales volume after using the DMS system.

Keywords: Sales Volume, System DMS

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Penjualan adalah aktivitas terpadu dalam pengembangan berbagai perencanaan strategis yang ditujukan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen yang berakhir pada transaksi penjualan dengan memperoleh laba. Dalam penggunaan sistem penjualan ada dua sistem yang sering digunakan pada umumnya, sistem penjualan manual dan terkomputerisasi /atau otomatis. Sistem penjualan manual adalah sistem penjualan yang dilakukan secara manual semua transaksinya. Baik dari faktor penjualan ditulis dengan tangan dan cara penjumlahannya juga dihitung secara manual atau menggunakan kalkulator. Kelebihan sistem manual adalah apabila pengisian tidak sesuai dengan orderan bisa direvisi tergantung stok barang yang ada dan kekurangan sistem manual adalah apabila salah penjumlahan maka akan merugikan bagi salesman.

Distribution Management system (DMS) adalah aplikasi komputer yang digunakan untuk mempermudah manajemen operasional perusahaan dalam melakukan distribusi. DMS akan menyimpan dan langsung menghubungkan divisi satu sama lain, sehingga proses manajemen distribusi akan menjadi lebih efektif dan efisien. Salah satu hal terpenting mengenai manfaat dari aplikasi DMS adalah meminimalisir terjadinya kesalahan, dan salah menyalahkan antar divisi. DMS akan tahu siapa yang melakukan kesalahan di setiap divisi karena DMS akan menyimpan data orang yang meng-entry data, dan dapat mengetahui setiap serah terima yang sudah dilakukan antar divisi.

Beberapa dari jenis industri sentris dalam distribusi yang sangat membutuhkan aplikasi untuk Distribution Management System ini adalah:

a. Distributor Industri otomotif

Distributor dari jenis industri otomotif ini membutuhkan adanya sistem aplikasi dari software manajemen distribusi yang mampu untuk memungkinkan bagi mereka dalam mengidentifikasi pembuatan/model/tahun pada produk-produk otomotif tertentu.

b. Distributor Industri Pakaian.

Para pelanggan yang memesan barang-barang untuk jenis pakaian dalam matriks seperti jenis warna/gaya/ukuran dan lain sebagainya dengan demikian, maka jenis industri ini juga membutuhkan adanya aplikasi DMS yang harus mampu dalam memenuhi apapun kebutuhan mereka.

c. Jenis Distributor Industri Perawatan Kesehatan dan Obat-Obatan.

Kebutuhan yang sesungguhnya dari distributor jenis industri ini lebih berhubungan erat dengan pelacakan nomor-nomor seri unik dari entitas pengiriman secara individual, dari supply chain, karena perusahaan biasanya selalu menangani jutaan pengiriman untuk setiap harinya.

d. Distributor dari Produsen Makanan

Tanggal kode dari produk-produk yang lebih spesifik adalah berupa persyaratan yang paling penting untuk jenis industri ini, karena persediaan tidak boleh dikirimkan kepada pelanggan setelah mencapai batas waktu tertentu. Dengan demikian, maka dibutuhkan adanya aplikasi DMS yang mampu dalam memenuhi berbagai kebutuhan dan persyaratan dari distributor industri yang lebih rumit.

e. Jenis Distributor Grosir.

Terdapat segudang persyaratan-persyaratan khusus pelanggan yang harus bisa untuk dipenuhi melalui DMS. Format file EDI juga harus lebih dikembangkan dan dikelola dan sesuai dengan berbagai kebutuhannya.

f. Distributor Industri Manufaktur.

Mereka memiliki beberapa dari katalog produk yang masif dan salah satu diantara kebutuhan paling krusial dari bisnis manufaktur ini adalah berupa penambahan value, yang menciptakan diferensiasi yang lebih kompetitif dan cukup memadai. Dengan demikian, maka mereka membutuhkan adanya program DMS untuk mengkompilasi apapun kebutuhan distribusi mereka.

Penggunaan DMS dalam suatu bisnis tentunya dapat memudahkan para pimpinan perusahaan dalam melakukan kegiatan evaluasi setiap kinerja karyawannya, seperti Manajer, direksi, maupun supervisor dapat terbantu dalam mengevaluasi karyawan dibawahnya.

Dalam penelitian ini objek penelitian yaitu data pada CV. Diffa Cemerlang, di mana CV Diffa Cemerlang merupakan salah satu perusahaan yang memiliki usaha pendistribusian suatu produk, di mana barang-barang yang dijual adalah produk Sari Roti . CV Diffa Cemerlang mulai beroperasi pada tahun 2012 dan membuka cabang di area Ciputat dan Pondok Aren. Pada tahun 2014 CV Diffa Cemerlang membuka cabang yang ke tiga di Cilandak. Di awal tahun 2018 CV Diffa Cemerlang mengalami kesulitan di cabang Ciputat dan Pondok Aren dan akhirnya perusahaan memutuskan untuk menutup dua cabang tersebut. Sampai sekarang cabang yang masih beroperasi tinggal cabang yang ada di Cilandak. Sari roti sendiri merupakan merk barang yang terkenal di Indonesia dan hampir seluruh wilayah Indonesia mengetahuinya. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti analisis perbandingan volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan Distribution Management system (DMS).

KAJIAN TEORI

Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam bisnis sebagai upaya untuk menyediakan berbagai kebutuhan pelanggannya dengan tujuan untuk mencari keuntungan dari hasil penjualan tersebut. Di dalam suatu perusahaan aktivitas tersebut merupakan aktivitas yang paling wajib dilakukan, di mana suatu produksi barang/jasa yang dilakukan oleh perusahaan haruslah dapat tersalurkan kepada pelanggan yang memerlukan produk/jasa tersebut, aktivitas penyaluran tersebut merupakan aktivitas penjualan di mana perusahaan mengharapkan adanya suatu keuntungan agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terpenuhi. Secara sederhananya aktivitas penjualan disebut juga dengan aktivitas jual beli antara penjual dan pembeli, antara produsen dengan konsumen. Pada prakteknya kegiatan penjualan yang dilakukan perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai alternatif seperti penjualan secara langsung kepada konsumen, penjualan melalui distributor atau agen, maupun melalui alternatif lainnya. Tujuan dilakukan penjualan bukan hanya mencari untung melainkan memiliki berbagai tujuan seperti:

a. Mendapatkan Laba

Aktivitas penjualan yang dilakukan perusahaan pada intinya adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan.

b. Mendapatkan Volume penjualan

Volume penjualan diidentikkan dengan seberapa banyak *Quantity* dari produk dan jasa yang berhasil dipasarkan / jual kepada pelanggannya, semakin banyak volume penjualan maka akan semakin bagus bagi perusahaan.

c. **Menunjang Pertumbuhan Perusahaan**

Perusahaan yang mencapai target penjualan yang telah ditentukan sebelumnya, akan membuat pertumbuhan perusahaan berkembang menjadi lebih bagus, aktivitas penjualan yang baik akan menunjang pertumbuhan perusahaan, semakin banyak yang terjual dan diminati masyarakat maka pertumbuhan perusahaan juga akan semakin meningkat.

Jenis-jenis Penjualan

Dalam penjualan atau selling, ada beberapa jenis dalam penjualan, yaitu:

a. **Trade seling.**

Dalam jenis penjualan ini dimana produsen memberikan kesempatan kepada agen atau pengecer untuk dapat menjual kembali barang/produknya.

b. **Missionary Selling**

Pada jenis ini perusahaan meningkatkan penjualan dengan upaya mendorong konsumen untuk membeli produknya dari agen atau penyalur produk perusahaan.

c. **Technical Selling**

Suatu teknik atau cara perusahaan dalam meningkatkan program penjualannya melalui pemberian saran kepada konsumennya. Contoh seperti ini pada umumnya perusahaan layaknya konsultan yang memberikan spesifikasi produk yang cocok untuk konsumennya.

d. **New Business Selling**

New Business Selling adalah jenis penjualan yang berusaha membuka transaksi baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini kerap digunakan pada perusahaan asuransi.

e. **Responsive Selling**

Pada jenis penjualan ini perusahaan akan menjalin hubungan baik terhadap customer existingnya sehingga akan mendorong pembelian kembali oleh konsumennya.

Bentuk-bentuk Penjualan

a. **Penjualan Tunai**

Penjualan ini bersifat cash and carry, di mana penjualan umumnya terjadi kontan serta pembayaran dari pembeli selama sebulan dianggap kontan. Penjualan ini terjadi setelah ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

b. **Penjualan Kredit**

Penjualan ini termasuk non cash dengan tenggang waktu tertentu yang rata-rata di atas sebulan.

c. **Penjualan Tender**

Penjualan yang dilaksanakan lewat prosedur tender untuk memenuhi permintaan pembeli yang membuka tender.

d. **Penjualan Grosir**

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

e. **Penjualan Ekspor**

Penjualan ini dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri mengimpor barang yang menggunakan fasilitas letter of credit.

f. **Penjualan konsinyasi**

Penjualan barang titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Jika barang tersebut tidak terjual, barang akan dikembalikan kepada penjual.

Volume Penjualan

Salah satu tujuan dari perusahaan adalah untuk mencapai laba atau keuntungan yang maksimum. Keuntungan yang maksimum dapat dicapai oleh suatu perusahaan bila perusahaan berhasil dalam mencetak tingkat penjualan atau volume penjualan sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tingkat penjualan ataupun volume penjualan tentunya sangat penting bagi perusahaan, volume penjualan memiliki beberapa definisi berdasarkan para ahli. Diantaranya Menurut Schiffan dalam Indra Sasangka (2018) Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee). Begitupun menurut Astri dalam Indra Sasangka (2018) bahwa volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat diketahui bahwa Volume penjualan merupakan hasil akhir dari proses yang dicapai perusahaan, volume penjualan dapat dilihat berdasarkan hasil penjualan produk dari perusahaan, dan volume penjualan dihitung dari keseluruhan pendapatan perusahaan. Ketika volume penjualan dari perusahaan meningkat dan biaya distribusi menurun maka dapat dipastikan pencapaian laba perusahaan pun meningkat, tetapi ketika volume penjualan menurun, maka laba yang diperoleh perusahaan pun menurun. Karena begitu pentingnya penjualan bagi perusahaan, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan terkait dengan aktivitas dan volume penjualan bagi perusahaan, diantaranya adalah:

- a. Modal
Semakin tinggi modal yang dimiliki perusahaan, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas pemasarannya, tingginya aktivitas pemasaran tentunya akan meningkatkan volume penjualan.
- b. Sumber daya Manusia
Sumber daya manusia dalam aktivitas penjualan sangat berpengaruh dalam menentukan besarnya volume penjualan pada perusahaan, semakin terdidik sumber daya manusia yang menjual produk tersebut akan meningkatkan volume penjualan.
- c. Pemasaran
Aktivitas pemasaran tentunya dapat meningkatkan volume penjualan pada masyarakat. Dengan adanya pemasaran yang baik tentunya dapat memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen.
- d. Kondisi Pasar
Kondisi pasar dapat mempengaruhi peningkatan aktivitas penjualan, kondisi pasar dapat berupa jenis pasar, segmentasi pasar, daya beli dan lain-lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan juga studi dokumentasi. Jenis observasi yang dilakukan penulis adalah dengan observasi partisipatif dan juga observasi terstruktur atau tersamar, dalam artian dengan observasi partisipatif penulis benar-benar terlibat dalam keseharian yang dilakukan oleh narasumber/informan, contohnya ikut berkontribusi langsung dalam melakukan kegiatan/pekerjaan contohnya mengikuti salesman menjual produk Sari Roti ke toko-toko/ joint visit dengan salesman, melakukan pengecekan barang yang akan dijual, kegiatan keseharian penulis pun disesuaikan dengan kegiatan yang dilakukan oleh

karyawan lain, contohnya setiap pagi mengikuti briefing dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan.

Sedangkan untuk metode wawancara, penulis memilih wawancara terstruktur dengan narasumber terpercaya yaitu Bapak Ahmad Yasi selaku Pemilik distributor CV Diffa Cemerlang, dan juga menggunakan wawancara semiterstruktur yaitu dengan Bapak Siswanto selaku Koordinator lapangan CV Diffa Cemerlang, kemudian wawancara dengan Bapak Andika Irawan selaku Staff Adminitrasi CV Diffa Cemerlang dan semua Salesman CV Diffa Cemerlang yaitu Bapak Sigit Prasetyo, Bapak Ariyanto, Bapak Hasanudin, Bapak Feri Setianto, Bapak Abdul Rohim, Bapak Sandi, Bapak Rian, Bapak Ahmad , Ibu devi, Ibu Silvi dan Ibu Novi. Hal-hal yang diajukan dalam wawancara meliputi volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan sistem DMS, target dan realisasi penjualan serta menanyakan tentang perluasan lini pasar untuk perusahaan.

Penulis pun melakukan metode studi pustaka dengan mencari referensi dari buku, internet, jurnal terdahulu guna menambah informasi yang sekiranya diperlukan oleh penulis, terakhir penulis juga menggunakan dokumen perusahaan untuk membuat penelitian ini lebih kredibel seperti struktur organisasi perusahaan, produk yang dijual oleh perusahaan, data volume penjualan dari hari ke hari, minggu ke minggu, bulan ke bulan dan tahun ke tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitan pada penelitan ini adalah Distributor Sari Roti yaitu CV DIFFA CEMERLANG. Perusahaan tersebut menarik untuk dijadikan objek dalam penelitan agar dapat diketahui perbandingan volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan Distributor Management System. Adapun di bawah ini penulis sajikan profil singkat mengenai perusahaan yang menjadi objek penelitian:

CV Diffa Cemerlang adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor barang, di mana barang-barang yang dijual adalah produk Sari Roti . CV Diffa Cemerlang mulai beroperasi pada tahun 2012 dan membuka cabang di area Ciputat dan Pondok Aren. Pada tahun 2014 CV Diffa Cemerlang membuka cabang yang ke tiga di Cilandak. Di awal tahun 2018 CV Diffa Cemerlang mengalami kesulitan di cabang Ciputat dan Pondok Aren dan akhirnya perusahaan memutuskan untuk menutup dua cabang tersebut. Sampai sekarang cabang yang masih beroperasi tinggal cabang yang ada di Cilandak. Sari Roti sendiri merupakan merk barang yang terkenal di Indonesia dan hampir seluruh wilayah Indonesia mengetahuinya.

Deskripsi Variabel Penelitian

Menurut Schiffan dalam Indra Sasangka (2018) Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk priode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah). Begitupun menurut Astri dalam Indra Sasangka (2018) bahwa volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Tujuan yang ingin dicapai perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba yang didapat perusahaan supaya perusahaan tetap berkembang. Realisasi untuk mewujudkan tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang semakin meningkat, karena penjualan melalui strategi pemasaran yang dipilih merupakan kunci sukses atau tidaknya suatu perusahaan.

Hasil Penelitian

Berikut tabel volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan DMS:

Tabel 4.1
Volume Penjualan Sebelum Menggunakan DMS
2019

No	Bulan	Volume Penjualan	Kenaikan	Penurunan	% Kenaikan/Penurunan
1	Januari	112246			
2	Febuari	113068	822		0,73%
3	Maret	120018	6950		6,15%
4	April	109249		10769	8,97%
5	Mei	50911		58338	53,40%
6	Juni	55351	4440		8,72%
7	Juli	104977	49626		89,66%
8	Agustus	117011	12034		11,46%
9	September	123346	6335		5,41%
10	Oktober	123407	61		0,05%
11	November	118639		4768	3,86%
12	Desember	111928		6711	5,66%

Sumber Data : Data Diolah

Tabel 4.2
Volume Penjualan Sesudah Menggunakan DMS
2020

No	Bulan	Volume Penjualan	Kenaikan	Penurunan	% Kenaikan/Penurunan
1	Januari	101341		10587	9,46%
2	Febuari	103408	2067		2,04%
3	Maret	95277		8131	7,86%
4	April	70288		24989	26,23%
5	Mei	33023		37265	53,02%
6	Juni	64595	31572		95,61%
7	Juli	67849	3254		5,04%
8	Agustus	65899		1950	2,87%
9	September	63901		1998	3,03%
10	Oktober	62855		1046	1,64%
11	November	67663	4808		7,65%
12	Desember	81018	13355		19,74%

Sumber Data : Data Diolah

Tabel 4.3
Perbandingan Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan DMS

No	Bulan	Volume Penjualan		Perbedaan	Keterangan
		2019	2020		
1	Januari	112246	101341	10905	Turun
2	Februari	113068	103408	9660	Turun
3	Maret	120018	95277	24741	Turun
4	April	109249	70288	38961	Turun
5	Mei	50911	33023	17888	Turun
6	Juni	55351	64595	9244	Naik
7	Juli	104977	67849	37128	Turun

8	Agustus	117011	65899	51112	Turun
9	September	123346	63901	59445	Turun
10	Oktober	123407	62855	60552	Turun
11	November	118639	67663	50976	Turun
12	Desember	111928	81018	30910	Turun

Sumber Data : Data Diolah

Dilihat dari tabel 4.1 di atas tingkat volume penjualan selama tahun 2019 mengalami pasang surut / fluktuatif, pada bulan Februari 2019 volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 822 pcs atau 0,73% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Januari 2019. Pada bulan Maret 2019 tingkat volume penjualan juga mengalami kenaikan sebesar 6.950 pcs atau 6,15% dibandingkan dengan bulan Februari 2019. Pada bulan April 2019 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 10.769 pcs atau 8,97% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Maret 2019. Pada bulan Mei 2019 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 58.338 pcs atau 53,40% dibandingkan dengan volume penjualan bulan April 2019. Pada bulan Juni 2019 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 4.440 pcs atau 8,72% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Mei 2019. Pada bulan Juli 2019 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 49.626 pcs atau 89,66% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Juni 2019. Pada bulan Agustus 2019 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 12.034 pcs atau 11,46% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Juli 2019. Pada bulan September 2019 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 6.335 pcs atau 5,41% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Agustus 2019. Pada bulan Oktober 2019 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 62 pcs atau 0,05% dibandingkan dengan volume penjualan bulan September 2019. Pada bulan November 2019 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 4.768 pcs atau 3,86% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Oktober 2019. Pada bulan Desember 2019 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 6.711 pcs atau 5,66% dibandingkan dengan volume penjualan bulan November 2019.

Dilihat dari tabel 4.2 di atas tingkat volume penjualan selama tahun 2020 mengalami pasang surut / fluktuatif, pada bulan Januari 2020 volume penjualan mengalami penurunan sebesar 10.587 pcs atau 9,46% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Desember 2019. Pada bulan Februari 2020 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 2.067 pcs atau 2,04% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Januari 2020. Pada bulan Maret 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 8.131 pcs atau 7,86% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Februari 2020. Pada bulan April 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 24.989 pcs atau 26,23% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Maret 2020. Pada bulan Mei 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 37.265 pcs atau 53,04% dibandingkan dengan volume penjualan bulan April 2020. Pada bulan Juni 2020 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 31.572 pcs atau 95,61% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Mei 2020. Pada bulan Juli 2020 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 3.254 pcs atau 5,04% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Juni 2020. Pada bulan Agustus 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 1.950 pcs atau 2,87% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Juli 2020. Pada bulan September 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 1.998 pcs atau 3,03% dibandingkan dengan

volume penjualan bulan Agustus 2020. Pada bulan Oktober 2020 tingkat volume penjualan mengalami penurunan sebesar 1.046 pcs atau 1,64% dibandingkan dengan volume penjualan bulan September 2020. Pada bulan November 2020 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 4.808 pcs atau 7,65% dibandingkan dengan volume penjualan bulan Oktober 2020. Pada bulan Desember 2020 tingkat volume penjualan mengalami kenaikan sebesar 13.355 pcs atau 19,74% dibandingkan dengan volume penjualan bulan November 2020.

Dilihat dari tabel 4.3 di atas perbandingan tingkat volume penjualan tahun 2019 dengan tahun 2020 selalu mengalami penurunan di setiap bulannya, kecuali bulan Juni yang mengalami kenaikan. Perbandingan volume penjualan bulan Januari tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Januari tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Januari tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Februari tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 10.905 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Februari tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Februari tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Februari tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Februari tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 9.660 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Maret tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Maret tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Maret tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Maret tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 24.741 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan April tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan April tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan April tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan April tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 38.961 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Mei tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Mei tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Mei tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Mei tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 17.888 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Juni tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Juni tahun 2020 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Juni tahun 2019, perbedaan volume penjualan bulan Juni tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 9.244 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Juli tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Juli tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Juli tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Juli tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 37.128 pcs.

Perbandingan volume penjualan bulan Agustus tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Agustus tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Agustus tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Agustus tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 51.112 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan September tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan September tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan September tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan September tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 59.445 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Oktober tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Oktober tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Oktober tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Oktober tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 60.552 pcs.

Perbandingan volume penjualan bulan November tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan November tahun 2019 lebih baik dari pada volume

penjualan bulan November tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan November tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 50.976 pcs. Perbandingan volume penjualan bulan Desember tahun 2019 dengan tahun 2020 bisa diartikan bahwa volume penjualan bulan Desember tahun 2019 lebih baik dari pada volume penjualan bulan Desember tahun 2020, perbedaan volume penjualan bulan Desember tahun 2019 dengan tahun 2020 sebesar 30.910 pcs.

KESIMPULAN

Setelah melihat data penjualan tahun 2019 dan tahun 2020 di mana tahun 2019 ialah data penjualan sebelum menggunakan sistem DMS, sedangkan tahun 2020 ialah data penjualan setelah menggunakan system DMS. Dari data bisa dilihat bahwa volume penjualan secara keseluruhan tahun 2019 lebih baik dari pada tahun 2020, atau volume penjualan sebelum menggunakan sistem DMS lebih baik daripada volume penjualan setelah menggunakan sistem DMS

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Sanusi. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia
- Ahmadi. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: ArRuzz Media
- Assauri. (2014). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 202-216.
- Arianto, N., & Muhfany, A. A. (2021). Kepuasan Masyarakat Di Tinjau Darikualitas Pelayanan Yang Ada Pada Kantor Desa Citayam. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 50-59.
- Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Cetakan II. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Djamil. (2015). Paradigma Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Johanes, Fernandes Andry.2015. Analisa perbandingan penerapan e-commerce terhadap transaksi penjualan konvensional menggunakan metode simple moving average. *Jurnal Teknologi Informasi Program Studi Teknik Informatika Dan Sistem Informasi, Universitas Bunda Mulia Volume 11, Nomor 1, Juni 2015 Issn: 1979-1496*
- Poerwandari, E.K. (2005). Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Resmawati, Resi. 2018. Analisis Perbandingan Volume Penjualan Sebelum Dan Sesudah Mendapatkan Sertifikasi Halal. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.2 Agustus 2018*
- Sasangka, Indra., dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung, *Core.ac.uk: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Vol.2 No.1 hal 129-154*
- Suryanto dan Herman Abdul Muhyi dengan judul Analisis Perbandingan Volume Perdagangan Saham Sebelum Dan Sesudah Stock Split Di Bursa Efek Indonesia (*Jurnal ilmu politik dan komunikasi, Departemen Adminitrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Volume VII No 2 , Desember 2017*).