

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut definisi, istilah "penjualan" mengacu pada semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan produk atau layanan kepada konsumen atau bisnis. Tujuan penjualan sebenarnya adalah penyelesaian bagi pelanggan, yang berarti mencari prospek bisnis dan membangun hubungan yang baik. Upaya ini sering menghasilkan penjualan, pelanggan yang puas, dan pendapatan bagi perusahaan, laba meningkat sehingga asset pun meningkat.. Menurut Imbrani (2021). Penjualan adalah proses dimana penjual menentukan, menggerakkan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli untuk memperoleh manfaat bersama dan berkelanjutan bagi pembeli dan penjual. Namun, untuk memprediksi hasil dari penjualan di masa depan perlu dilakukan agar dapat membuat perencanaan terkait omset yang ingin di capai.. Penjualan merupakan hal yang di prioritaskan di seluruh Perusahaan dan dalam kegiatan penjualan, melakukan perkiraan harus di lakukan sebagai dasar penyusunan langkah-langkah yang harus di lakukan pihak manajemen dalam mengelola bisnisnya dengan melalui *Forecasting* penjualan.

Forecasting metode nonlinear merupakan suatu teknik atau metode untuk memprediksi trend kisaran hasil penjualan yang mampu di raih perusahaan pada tahun-tahun mendatang dan dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat perencanaan terkait target pencapaian omset untuk meningkatkan jumlah hasil penjualan dan laba .Menurut penelitian yang dilakukan oleh

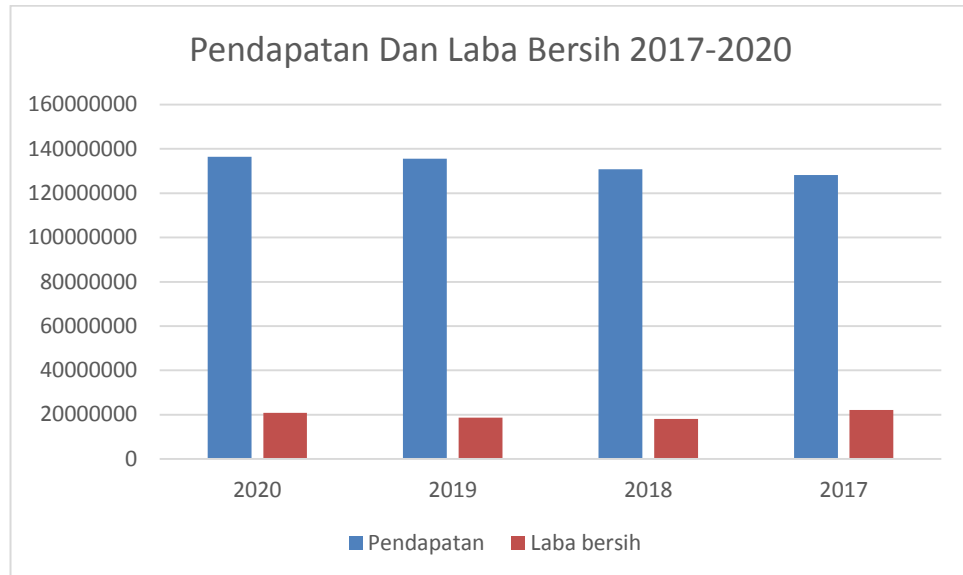
Ayuni, Najla Gebyla (2019) mengemukakan bahwa Hasil dari Aplikasi Perhitungan Forecast Penjualan dengan Metode Kuadrat ini membantu pengolahan perhitungan forecast penjualan sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan sebaik mungkin dan meminimalisir terjadinya kesalahan yang dilakukan oleh perancang penjualan suatu perusahaan.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange (NYSE)* dengan kode “TLK”. Kegiatan usaha Telkom Group bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi. masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

1. ***Digital Connectivity:*** *Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite*
2. ***Digital Platform:*** *Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity*
3. ***Digital Services:*** *Enterprise, Consumer*

Adapun pertumbuhan pendapatan vs laba PT.Telkom, Tbk sejak 2017 sampai dengan tahun 2020 dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



Gambar 1.1 Grafik Pendapatan dan Laba Bersih Tahun 2017 sampai dengan 2020

Sumber : Data sekunder di olah penulis

Dalam tabel dapat di lihat seperti di bawah ini :

Tabel 1.1

Laporan Laba Rugi Tahun 2017 Sampai Dengan Tahun 2020

Periode Akhir	2020	2019	2018	2017
Total Pendapatan	136.462.000	135.567.000	130.784.000	128.256.000
Laba bersih setelah pajak	29.563.000	27.592.000	26.979.000	32.701.000

Sumber : <https://id.investing.com/equities/telkom-indones-balance-sheet>

Pada tabel di atas dapat di lihat bahwa pendapatan 2017 senilai Rp 128.256.000 dengan net income sebesar Rp. 32.701.000, pada tahun 2018 sebesar Rp. 130.784.000 dengan net income sebesar Rp 26.979.000, tahun 2019 sebesar Rp.135.567.000 dengan net income sebesar Rp 27.592.000 dan tahun 2020 sebesar Rp136.462.000 dengan net income sebesar Rp 29.563.000.

Berdasarkan data pendapatan dan laba bersih tersebut di atas, dapat di jelaskan bahwa PT.Telkom terus mengalami pertumbuhan pendapatannya selama periode 4 tahun dengan laba yang berada pada siklus fluktuasi atau naik turun selama periode tersebut, sehingga *forecasting* penjualan merupakan suatu teknik atau metode yang sesuai jika di terapkan pada PT.TELKOM, Tbk agar membantu PT.TELKOM untuk membuat perencanaan target penjualan dalam kegiatan pemasarannya berdasarkan data historical penjualan sebelumnya untuk memprediksi penjualan yang dapat di capai untuk periode selanjutnya.

PT. Telkom, Tbk sangat berhasil mencapai pertumbuhan penjualan yang positif setiap tahun. Karena hasil dari penjualan dapat menciptakan aliran aset yang konstan dan membentuk tulang punggung ekonomi terkait sehingga perlu untuk mengetahui perkiraan penjualan pada priode-periode mendatang PT. Telkom, Tbk dalam menyusun rencana target omset penjualan, berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisa *Forecasting* penjualan Metode Regresi Linear Pada PT.Telkom, Tbk tahun 2021 hingga 2025”.

B. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapakah trend hasil forecasting penjualan dari PT.Telkom, Tbk menurut penerapan forecasting penjualan metode regresi linear pada

periode 2021 sampai dengan periode 2025 dan Apakah mengikuti trend hasil penjualan dimasa lalu ?

2. Apakah ada peningkatan penjualan pada PT.TELKOM, Tbk di periode 2021 sampai dengan 2025?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui trend penjualan pada PT.Telkom, Tbk tahun 2021 sampai tahun 2025.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya peningkatan pada penjualan PT.Telkom, Tbk

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Pemasaran khususnya forecasting penjualan.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan guna meningkatkan kinerja yang berhubungan dengan menyusun rencana atau strategic penjualan berdasarkan forecasting penjualan metode regresi linear.

2. Manfaat teoritis

a. Teori yang terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang forecasting penjualan.

b. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan rujukan pada penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa depan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dibagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi mengenai tinjauan teori yang berupa penjelasan terkait dengan penyusunan skripsi, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan meliputi, jenis penelitian, metode pengumpulan data, data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil dari penelitian dan

pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN