

**ANALISIS TREND VOLUME PENJUALAN BUAH SECARA
E-COMMERCE DI KOTA MATARAM
(STUDI KASUS TOKO PASAR MANDALIKA)**

**TREND ANALYSIS OF FRUITS SALES VOLUME THROUGH
E-COMMERCE IN MATARAM CITY
(A CASE STUDY AT THE PASAR MANDALIKA STORE)**

Reni Diana^{*}, Tajidan^{}, Candra Ayu^{**}**

Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram^{*}

Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram^{**}

Email: renidina5103@gmail.com

ABSTRAK

E-commerce adalah suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradig perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet. Pandemi COVID-19 lalu, mendorong perubahan dan kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia khususnya NTB dalam pemenuhan kebutuhan pokok. Dengan adanya *e-commerce* proses pelaksanaan transaksi tidak harus terjadi pertemuan diantara penjual dan pembeli karena dapat diakses secara mudah, murah dan tanpa batasan geografis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *trend* volume penjualan buah dan mengetahui fluktuasi volume penjualan buah periode bulan Januari-Desember tahun 2022 secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Toko Pasar Mandalika yang berlokasi di Kelurahan Bertais, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, Provinsi NTB. Responden dalam penelitian adalah manager Toko Pasar Mandalika. Jenis data dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan hasil penelitian ini yaitu analisis *Double Eksponensial Smoothing* dan ARIMA.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Volume penjualan buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika periode bulan Januari-Desember tahun 2022 mengalami peningkatan. Laju peningkatan *trend* volume penjualan buah pada kedua metode yaitu : buah pepaya sebesar $y = 7,6933x + 2.511,5$ dan $y = 17,319x + 2427,4$, buah semangka sebesar $y = 164,74x + 4.564$, dan $y = 6,9149x + 5.662,5$, buah jeruk sebesar $y = 4,4293x + 181,32$ dan $y = 1,5576x + 224,95$, buah jambu kristal sebesar $y = 12,95x + 3.295,7$ dan $y = 3,1485x + 3.360$ dan buah melon sebesar $y = 12,95x + 3.295,7$ dan $y = 3,1485x + 3.360$. Pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 terjadi fluktuasi volume penjualan buah. Volume penjualan buah tertinggi terjadi pada bulan Maret dan bulan Desember serta volume penjualan buah terendah terjadi pada bulan Januari.

Kata Kunci : Buah, *Trend*, Volume Penjualan, *E-commerce*, Toko Pasar Mandalika

ABSTRACT

Electronic commerce is a new system or paradigm in the business world, which changes the paradigm of traditional commerce to electronic commerce through the use of Internet technology. The COVID-19 pandemic has caused changes and new habits for Indonesians, especially NTB, to meet basic needs. With the existence of electronic commerce, the process of making transactions does not have to be between sellers and buyers because it can be accessed easily, cheaply and without geographical restrictions. This study aims to analyze the trends in the volume of fruit sales and to know the fluctuations in the volume of fruit sales for the period January-December 2022 by electronic commerce in Pasar Mandalika Store. The method used in this research is the descriptive method. The unit of analysis in this study was Pasar Mandalika Store located in Bertais Village, Sandubaya District, Mataram City, NTB Province. The respondents in the study were managers of Pasar Mandalika Store. The type of data in this study includes quantitative and qualitative data.

The data sources in this study are primary data and secondary data. The data collection methods used in this research are interviews and literature studies. The data analysis method used in processing the results of this study is double exponential smoothing and ARIMA analysis.

The analysis results show that the e-commerce volume of fruit sales at Pasar Mandalika Store for the period January-December 2022 has increased. The rate of increase in the fruit sales volume trend in both methods, namely: papaya fruit is $y = 7.6933x + 2511.5$ and $y = 17.319x + 2427.4$, watermelon is $y = 164.74x + 4.564$ and $y = 6.9149x + 5,662.5$, oranges from $y = 4.4293x + 181.32$ and $y = 1.5576x + 224.95$, crystal guavas from $y = 12.95x + 3295.7$ and $y = 3.1485x + 3.360$ and melons from $y = 12.95x + 3,295.7$ and $y = 3,1485x + 3,360$. In the period January-December 2022 there were fluctuations in the volume of fruit sales. The highest volume of fruit sales occurred in March and December and the lowest volume of fruit sales occurred in January.

Keywords: *Fruit, Trend, Sales volume, E-commerce, Pasar Mandalika Store*

PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu dan teknologi membuat perusahaan yang termasuk dalam kategori industri kecil, menengah, ataupun besar harus tetap bersaing dengan baik. Internet memberikan peran dan manfaat yang penting bagi para pelaku usaha untuk memasuki pasar secara mudah, yang dulunya pasar tradisional dimana harus bertemunya penjual dan pembeli serta membutuhkan waktu untuk sampai ke lokasi, namun dengan adanya web dan internet, proses pelaksanaan transaksi tidak harus terjadi pertemuan diantara pembeli dan penjual, serta dapat diakses secara mudah, murah, dan tanpa batasan (Christoper dan Kristianti, 2020).

Pada masa Pandemi *COVID-19*, pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan laju penyebaran virus Corona di Indonesia. Pembatasan ini mengakibatkan masyarakat tidak dapat beraktifitas diluar rumah. Kondisi ini memicu munculnya kebiasaan baru untuk beradaptasi dengan kondisi yang ada. Kegiatan pemenuhan kebutuhan pokok yang sebelumnya dilakukan dengan belanja secara langsung berubah menjadi tidak langsung (*online*). Pemenuhan kebutuhan pokok dengan *online* ini membutuhkan *e-commerce*. Electronic commerce (*E-Commerce*) merupakan kegiatan yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang secara elektronik, atau proses jual beli pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Rizeki, 2022).

PPSBB berdampak di Indonesia pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satunya kesadaran masyarakat untuk memperbaiki imunitas tubuh sebagai upaya peningkatan kekebalan agar daya kekuatan tubuh meningkat. Memiliki sistem imunitas atau kekebalan tubuh yang terjaga mampu menjaga kesehatan dan terhindar dari berbagai gangguan kesehatan. Komoditi yang dapat dikonsumsi untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh adalah buah. Buah mengandung vitamin, serat, protein nabati, air, karbohidrat dan mineral. Banyak lagi manfaat yang terdapat pada buah-buahan segar seperti mencegah penyakit kronis; jantung, kanker, diabetes dan obesitas untuk pemberantasan kekurangan zat gizi mikro (Laoli, 2021).

Pemanfaatan teknologi informasi seperti *e-commerce*, media sosial, dan lainnya dianggap sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu peningkatan dan perkembangan usaha dalam pemasaran produk. Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan *social media* (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biasyaa pemasaran yang mahal. Selain itu pemasaran melalui *e-commerce* ini juga lebih praktis dan mudah dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen dimasa sekarang. Konsumen juga akan lebih mudah mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung. Faktor penting dalam penggunaan teknologi informasi yaitu meningkatkan kemampuan menjangkau pasar

yang lebih luas, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, serta menghemat biaya untuk pemasarannya (Ikhsan dan Hasan, 2020).

Teknik penjualan secara *e-commerce* memiliki berbagai kendala seperti efektifitas marketing, stok yang tidak *real time*, pengiriman yang tidak sesuai dengan pesanan, dan pengelolaan keuangan yang tidak mendetail. Toko Pasar Mandalika yang berlokasi di Kelurahan Bertais, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, Provinsi NTB melakukan penjualan secara offline dan secara online melalui *e-commerce* yang menjual berbagai macam komoditi pertanian. Toko Pasar Mandalika didirikan pada 19 Maret 2021 oleh CV. Abbasy Karya Mandiri dan telah berhasil memanfaatkan perkembangan teknologi. Dari diberdirikannya hingga September 2022 total penjualan mencapai Rp 708.225.718 dengan total transaksi 6.187. Pemasaran dilakukan melalui aplikasi Pasar Mandalika, instagram, pasarmandalika.com, facebook, dan twitter. Layanan dalam penjualan secara *e-commerce* ini menguntungkan semua pihak karena dengan hanya menggunakan web, semua dapat langsung diakses secara mudah. Pemasaran tidak hanya dilakukan melalui media sosial tetapi juga bekerja sama (mitra) dengan hotel, resto, supermarket dan indomaret yang ada di NTB.

Berdasarkan potensi, peluang dan masalah dalam penjualan buah terhadap perkembangan teknologi penjualan melalui *e-commerce*, maka tujuan penelitian ini untuk: 1). Menganalisis perkembangan dan *trend* volume penjualan buah periode bulan Januari–Desember tahun 2022 secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika; 2). Mengetahui fluktuasi volume penjualan buah periode bulan Januari–Desember tahun 2022 secara *E-commerce* pada Toko Pasar Mandalika.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah deskriptif, dengan unit analisis Toko Pasar Mandalika yang berlokasi di berada di Kelurahan Bertais, Kecamatan Sandubaya, Kota Mataram, Provinsi NTB. Responden penelitian yaitu manager *E-commerce* Toko Pasar Mandalika. Jenis data dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dan kualitatif, dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan teknik survey yaitu mewawancarai responden dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan dan studi kepustakaan.

Analisis data penelitian menggunakan *Double Exponential Smoothing*, dengan rumus; $St = \alpha Xt + (1 - \alpha) (St-1 + Tt-1)$, $Tt = \beta (St - St-1) + (1 - \beta) Tt-1$, $Ft = St + Tt$ (keterangan : St = Nilai pemulusan tunggal , Xt = Data sebenarnya pada waktu ke t , Tt = Pemulusan *trend* , F = Nilai ramalan , α = Koefisien pemulusan (*smoothing*) ($0 < \alpha < 1$) , β = Koefisien pemulusan (*smoothing*) untuk *trend* ($0 < \beta < 1$)) (Baktiar, et al., 2015) dan ARIMA, dengan rumus: $(B)(1 - B)dZt = \mu' + \theta q(B)at$ (Model ARIMA) (Susanto, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan dan Trend Volume Penjualan Buah Secara E-commerce Pada Toko Pasar Mandalika

Perkembangan volume penjualan buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika pada periode bulan Januari- Desember tahun 2022 mengalami fluktuasi. Terjadinya peningkatan dan penurunan volume penjualan buah pada buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika dipengaruhi oleh beberapa variabel salah satunya harga buah itu sendiri. Dapat dilihat pada tabel 1. bahwa harga buah per bulan relative stabil dan mengalami kenaikan. Terdapat dua buah yang memiliki harga stabil yaitu buah pepaya dan buah jeruk sedangkan harga di tiga buah lainnya cenderung meningkat per bulan yaitu buah semangka,

buah jambu Kristal dan buah melon. Harga real buah pada periode 3 bulan terakhir tahun 2022 yaitu bulan Oktober, November dan Desember.

Tabel 1. Harga Buah pada *E-commerce* Pasar Mandalika Bulan November-Desember Tahun 2022

Bulan	Harga Buah (Rp/kg)				
	Pepaya (Rp)	Semangka (Rp)	Jeruk (Rp)	Jambu Kristal (Rp)	Melon (Rp)
Oktober	6.800	6.500	20.000	18.000	11.000
November	6.800	7.500	20.000	20.000	11.500
Desember	6.800	7.800	20.000	20.000	13.000

Sumber : *E-commerce* Pasar Mandalika 2023

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa harga buah secara e-commerce Toko Pasar Mandalika cenderung mengalami kenaikan per bulannya. Terendah pada bulan Oktober 2022 adalah buah semangka dengan jumlah Rp. 6.500/kg dan tertinggi adalah buah jeruk dengan jumlah Rp. 20.000/kg. Pada bulan November harga buah terendah yaitu buah Pepaya dengan jumlah Rp. 6.800/kg dan harga tertinggi adalah buah jeruk dan buah jambu Kristal dengan jumlah Rp. 20.000/kg. serta pada bulan Desember harga buah terendah yaitu buah pepaya dengan jumlah Rp. 6.800/kg dan harga buah tertinggi yaitu buah jeruk dengan jumlah Rp. 20.000/kg.

Tabel 2. *Trend* Volume Penjualan Buah pada *E-commerce* Pasar Mandalika Tahun 2022

Metode Trend	Volume Penjualan Buah (kg)		
	Pepaya	Semangka	Jeruk
<i>Double Ekspensial Smoothing</i>	$y = 2511.5 + 7.6933x$ $R^2 = 0.0025$	$y = 4564.2 + 164.74x$ $R^2 = 0.3983$	$y = 181.32 + 4.4293x$ $R^2 = 0.0343$
ARIMA	$y = 2427.4 + 17.319x$ $R^2 = 0.0129$	$y = 5662.5 + 6.9149x$ $R^2 = 0.0082$	$y = 224.95 + 1.5576x$ $R^2 = 0.0126$

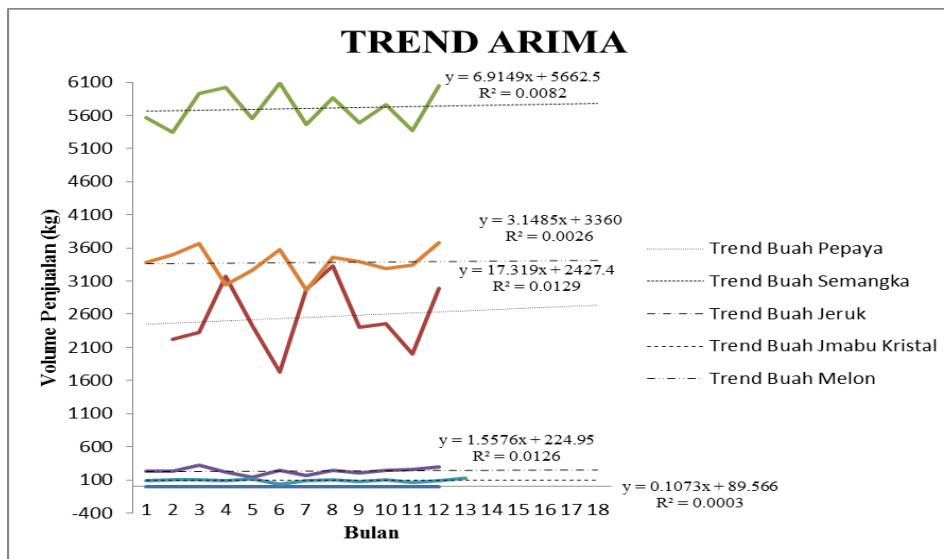
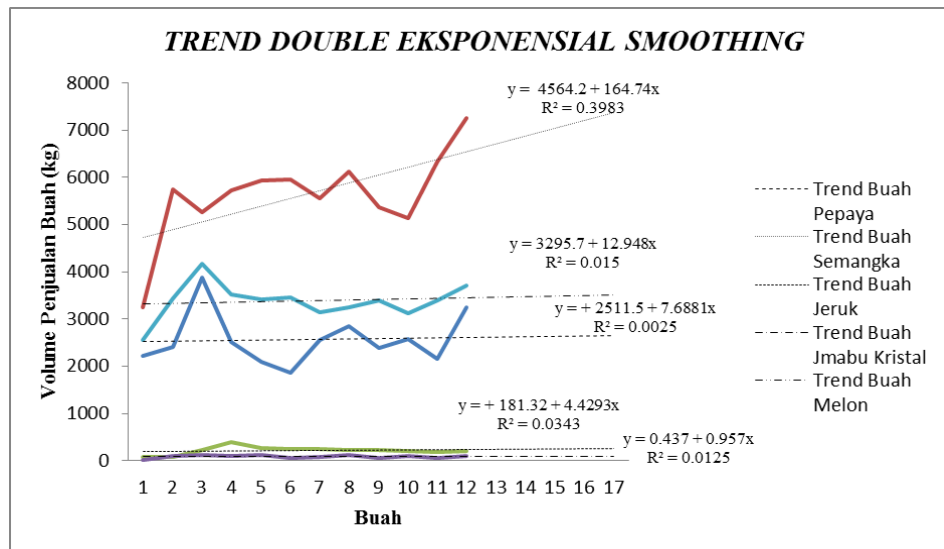
Sumber : *E-commerce* Pasar Mandalika 2023

Lanjutan Tabel 2.

Metode Trend	Volume Penjualan Buah (kg)	
	Jambu Kristal	Melon
<i>Double Ekspensial Smoothing</i>	$y = 80.437 + 0.9569x$ $R^2 = 0.0125$	$y = 3295.7 + 12.95x$ $R^2 = 0.015$
ARIMA	$y = 89.566 + 0.1073x$ $R^2 = 0.0003$	$y = 3360 + 3.1485x$ $R^2 = 0.0026$

Sumber : *E-commerce* Pasar Mandalika 2023

Berdasarkan tabel 2. dapat dilihat bahwa trend volume penjualan buah buah secara e-commerce pada Toko Pasar Mandalika mengalami peningkatan setiap bulannya. Trend volume penjualan buah dijelaskan menggunakan grafik dibawah ini:



Gambar 1. Garis *Trend* Data Volume Penjualan Buah Menggunakan Metode *Double Ekspensial Smoothing* dan ARIMA

Trend Volume Penjualan Buah Pepaya

Berdasarkan hasil analisis persamaan *trend* volume penjualan buah pepaya pada *E-commerce* Pasar Mandalika pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 dengan metode *Double Ekspensial Smoothing* didapatkan nilai α sebesar 0,933 dan β sebesar 0,062 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* $y = 7,6933x + 2.511,5$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah pepaya tahun 2022 sebesar 2.511,5 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 7,6933 kg. nilai R^2 adalah 0,0025 (Nilai koefisien determinan sebesar 0,0025 setara 0,25%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 0,25% sedangkan 99,75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Dengan metode ARIMA didapatkan AR sebesar 5, I sebesar 1 dan MA sebesar 1 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* $y = 17,319x + 2427,4$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah pepaya tahun 2022 sebesar 2.427,4 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 17,319 kg.

nilai R^2 adalah 0,0129 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0129 setara 1%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 1% sedangkan 99% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Berdasarkan garis *trend* kedua metode tersebut, perkembangan volume penjualan buah pepaya pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan (*trend* positif). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga, distribusi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh Toko Pasar Mandalika.

Trend Volume Penjualan Buah Semangka

Berdasarkan hasil analisis persamaan *trend* volume penjualan buah semangka pada *E-commerce* Pasar Mandalika pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 dengan metode *Double Eksponensial Smoothing* didapatkan nilai α sebesar 0,952 dan β sebesar 0,041 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* $y = 164,74x + 4.564,2$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah semangka tahun 2022 sebesar 4.564,2 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 164,74 kg. nilai R^2 adalah 0,3983 (nilai koefisien determinan sebesar 0,3983 setara 39,83%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 39,83% sedangkan 60,17% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Dengan metode ARIMA didapatkan AR sebesar 4, I sebesar 0 dan MA sebesar 2 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* $y = 6,9149x + 5.662,5$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah semangka tahun 2022 sebesar 5.662,5 kg dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 6,9149 kg per bulan. nilai R^2 adalah 0,0082 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0082) setara 0,82% yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 0,82% sedangkan 99,18% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Berdasarkan garis *trend* kedua metode tersebut, perkembangan volume penjualan buah semangka pada Toko Pasar Mandalika mengalami peningkatan (*trend* positif). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga, distribusi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh Toko Pasar Mandalika.

Trend Volume Penjualan Buah Jeruk

Berdasarkan hasil analisis persamaan *trend* volume penjualan buah jeruk pada *E-commerce* Pasar Mandalika pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 dengan metode *Double Eksponensial Smoothing* didapatkan nilai α sebesar 0,724 dan β sebesar 0 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* diperoleh $y = 4,4293x + 181,32$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah jeruk tahun 2022 sebesar 181,32 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 4,4293 kg. nilai R^2 adalah 0,0343 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0343 setara 3,43%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 3,43% sedangkan 96,57% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Dengan metode ARIMA didapatkan AR sebesar 3, I sebesar 0 dan MA sebesar 2 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* diperoleh $y = 1,5576x + 224,95$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah jeruk tahun 2022 sebesar 224,95 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 1,5576 kg. nilai R^2 adalah 0,0126 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0126 setara 1,26%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 1,26% sedangkan 98,74%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Berdasarkan garis *trend* kedua metode tersebut, perkembangan volume penjualan buah jeruk pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan (*trend* positif). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga, distribusi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh Toko Pasar Mandalika.

Trend Volume Penjualan Buah Jambu Kristal

Berdasarkan hasil analisis persamaan *trend* volume penjualan buah jambu kristal pada *E-commerce* Pasar Mandalika pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 dengan metode *Double Eksponensial Smoothing* didapatkan nilai α sebesar 0,952 dan β sebesar 0,075 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* diperoleh $y = 0,9569x + 80,437$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah jambu kristal tahun 2022 sebesar 80,437 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 0,9569 kg. nilai R^2 adalah 0.0125 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0125 setara 1,25%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 1,25% sedangkan 98,75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Dengan metode ARIMA didapatkan AR sebesar 5, I sebesar 0 dan MA sebesar 4 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* diperoleh $y = 0,1073x + 89,566$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah jambu kristal tahun 2022 sebesar 89,566 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 0,1073 kg. nilai R^2 adalah 0.0003 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0003 setara 0,03%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 0,03% sedangkan 99,97% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Berdasarkan garis *trend* kedua metode tersebut, perkembangan volume penjualan buah jambu kristal pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan (*trend* positif). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga, distribusi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh Toko Pasar Mandalika.

Trend Volume Penjualan Buah Melon

Berdasarkan hasil analisis persamaan *trend* volume penjualan buah jambu kristal pada *E-commerce* Pasar Mandalika pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 dengan metode *Double Eksponensial Smoothing* didapatkan nilai α sebesar 0,924 dan β sebesar 0,057 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* $y = 12,95x + 3.295,7$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah melon tahun 2022 sebesar 3.295,7 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 12,95 kg. nilai R^2 adalah 0,015 (nilai koefisien determinan sebesar 0,015 setara 1,5%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 1,5% sedangkan 98,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin membaik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Dengan metode ARIMA didapatkan AR sebesar 3, I sebesar 0 dan MA sebesar 4 sehingga diperoleh persamaan garis *trend* diperoleh $y = 3,1485x + 3.360$ yang berarti bahwa rata-rata volume penjualan buah melon tahun 2022 sebesar 3.360 kg per bulan dan mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya adalah sebesar 3,1485 kg. Nilai R^2 adalah 0.0026 (nilai koefisien determinan sebesar 0,0026 setara 0,26%) yang artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y sebesar 0,26% sedangkan 99,74% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dengan penelitian. Variabel lain yang dimaksud dapat berupa harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen yang semakin

membalik setelah berakhirnya pandemi covid-19. Berdasarkan garis *trend* kedua metode tersebut, perkembangan volume penjualan buah melon pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan (*trend* positif). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga, distribusi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh Toko Pasar Mandalika.

Fluktuasi Volume Penjualan Buah Secara *E-commerce* Pada Toko Pasar Mandalika Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022

Volume penjualan buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika pada periode bulan Januari- Desember tahun 2022 mengalami fluktuasi, pada bulan-bulan tertentu volume penjualan buah mengalami kenaikan dan penurunan drastis. Fluktuasi pada volume penjualan buah dapat disebabkan oleh beberapa variabel seperti adanya event, jumlah wisatawan NTB, dan harga. Volume penjualan buah adalah jumlah penjualan buah (pepaya, semangka, jeruk, jambu kristal, dan melon) secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika. Volume penjualan buah didapatkan dengan menjumlahkan keseluruhan hasil penjualan buah melalui aplikasi dan mitra. Media penjualan buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika dilakukan melalui aplikasi Pasar Mandalika, *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*.

Tabel 3. Volume Penjualan Buah Secara *E-commerce* pada Toko Pasar Mandalika Tahun 2022

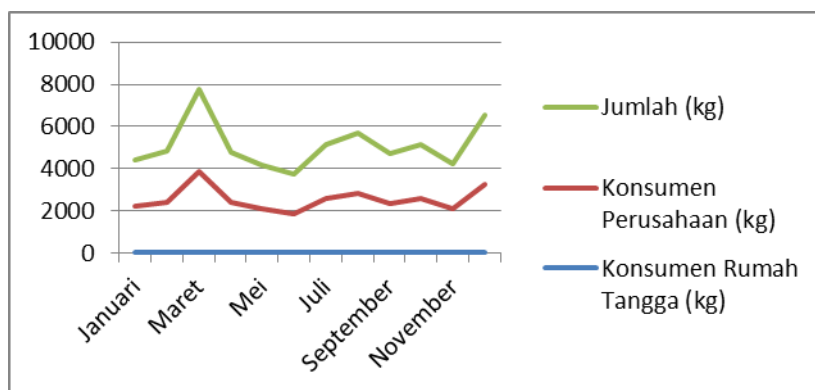
Bulan	Volume Penjualan Buah (kg)					
	Pepaya	Semangka	Jeruk	Jambu Kristal	Melon	Jumlah
Januari	2.217	3.245	68	17	2.795	8.342
Februari	2.408	5.754	280	87	3.438	11.967
Maret	3.884	5.153	467	118	4.159	13.781
April	2.395	5.642	209	95	3.426	11.767
Mei	2.087	5.847	226	115	3.384	11.659
Juni	1.866	5.856	233	56	3.432	11.443
Juli	2.585	5.455	205	83	3.107	11.435
Agustus	2.839	6.045	234	109	3.230	12.457
September	2.353	5.267	188	59	3.377	11.244
Oktober	2.581	5.078	178	98	3.102	11.037
November	2.127	6.296	197	59	3.399	12.078
Desember	3.266	7.171	345	97	3.700	14.579
Jumlah	30.608	66.809	2.830	993	40.549	141.789
Rata-rata	2.550,67	5.567,42	235,83	82,75	3.379,08	11.815,75

Sumber : Data Primer, Hasil Perhitungan Volume Penjualan Buah Pada *E-commerce* Pasar Mandalika Tahun 2023.

Pada tabel 3. dapat dilihat bahwa volume penjualan buah pada *E-commerce* Pasar Mandalika mengalami naik turun (fluktuasi). Mengenai volume penjualan buah melalui aplikasi dan mitra pada tahun 2022 dapat dilihat pada lampiran 2. Volume penjualan buah tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan rata-rata 2.915,8 kg dan volume penjualan buah terendah terjadi pada bulan Januari dengan rata-rata 1.668,4 kg. Dari kelima buah diatas dapat diurutkan buah dengan kuantitas rata-rata penjualan terbanyak yaitu: buah semangka 5.567,42 kg, buah melon 3.379,08 kg, buah pepaya 2.550,67 kg, buah jeruk 235,83 kg, dan buah jambu Kristal 82,75 kg. Terjadinya kenaikan volume penjualan disebabkan pada bulan Desember tahun 2022 adanya peningkatan jumlah wisatawan NTB (lampiran 8) dan pada bulan maret tahun 2022 disebabkan adanya perhalatan Motor GP Mandalika tahun 2022 yang

digelar pada tanggal 18-20 Maret 2022. Sedangkan penurunan volume penjualan disebabkan karena jumlah wisatawan dan fluktuasi harga jual. Kuantitas penjualan terbanyak terjadi pada buah semangka, buah pepaya dan buah melon yang merupakan buah dengan harga relatif lebih murah dan dapat dijadikan sebagai buah potong. Penelitian ini memiliki korelasi dengan penelitian yang dilakukan oleh Irsan (2014) terkait analisis penetapan harga jual hubungannya dengan volume penjualan pada batu merah UD. IRSAN GOWA bahwa harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap volume penjualan perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan menetapkan harga jual berpedoman pada harga pasar dan kontrak yang sudah disepakati. Selain itu, ada variabel lain yang dapat mempengaruhi banyaknya volume penjualan seperti jumlah wisatawan dan event.

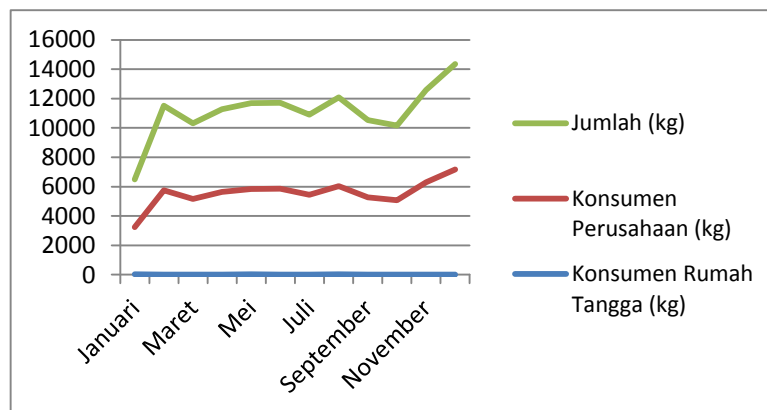
Fluktuasi Volume Penjualan Buah Pepaya Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022



Gambar 2. Grafik volume penjualan buah pepaya

Dari gambar 2. grafik volume penjualan buah pepaya dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan maret sebesar 3.884 kg dan terendah terjadi pada bulan juni sebesar 1.866 kg. Dan volume penjualan buah pepaya selama kurun waktu 1 tahun yaitu dari periode bulan Januari-Desember 2022 yang dilakukan secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan sebesar 7,6933 kg dalam metode *Double Eksponensial Smoothing* dan 17,319 kg dalam metode ARIMA.

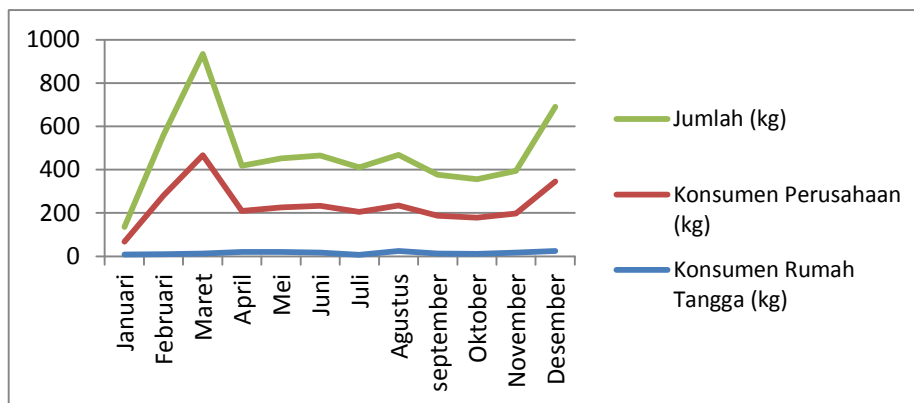
Fluktuasi Volume Penjualan Buah Semangka Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022



Gambar 3. Grafik volume penjualan buah semangka

Dari gambar 3. grafik volume penjualan buah semangka dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember sebesar 7.171 kg dan terendah terjadi pada bulan Januari sebesar 3.245 Kg. Dan perkembangan volume penjualan buah semangka selama kurun waktu 1 tahun yaitu dari periode bulan Januari-Desember 2022 yang dilakukan secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan sebesar 164,74 kg dalam metode *Double Eksponensial Smoothing* dan 6,9149 kg dalam metode ARIMA.

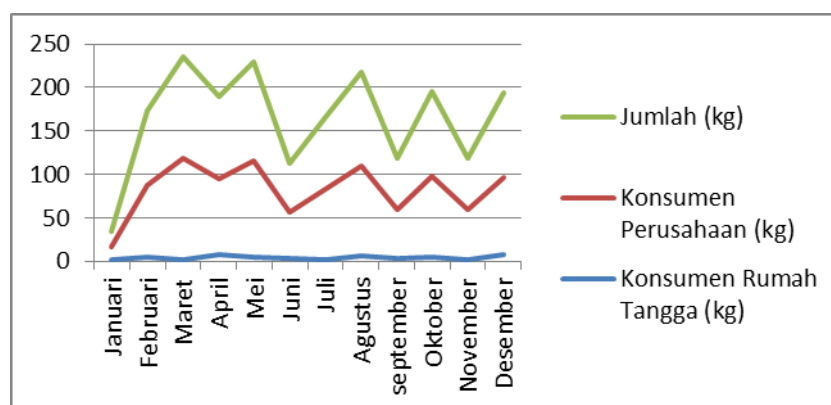
Fluktuasi Volume Penjualan Buah Jeruk Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022



Gambar 4. Grafik volume penjualan buah jeruk

Dari gambar 4. grafik volume penjualan buah jeruk dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar 467 kg dan terendah terjadi pada bulan Januari sebesar 68 Kg. Dan perkembangan volume penjualan buah jeruk selama kurun waktu 1 tahun yaitu dari periode Januari-Desember 2022 yang dilakukan secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan sebesar 4,4293 kg dalam metode *Double Eksponensial Smoothing* dan 1,5576 kg dalam metode ARIMA.

Fluktuasi Volume Penjualan Buah Jambu Kristal Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022

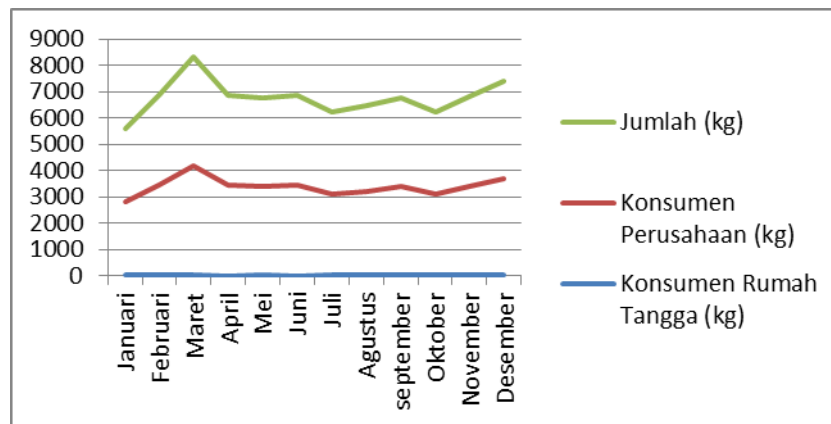


Gambar 5. Grafik volume penjualan buah jambu kristal

Dari gambar 5. grafik volume penjualan buah jambu kristal dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar 118 kg dan terendah terjadi pada bulan Januari sebesar 17 Kg. Dan perkembangan volume penjualan buah jambu kristal selama kurun waktu 1 tahun yaitu dari periode Januari-Desember 2022 yang dilakukan secara

e-commerce pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan sebesar 0,9569 kg dalam metode *Double Eksponensial Smoothing* dan 0,1073 kg dalam metode ARIMA.

Fluktuasi Volume Penjualan Buah Melon Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2022



Gambar 4.6. Grafik volume penjualan buah melon

Dari gambar 4.6. grafik volume penjualan buah melon dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar 4.159 kg dan terendah terjadi pada bulan Januari sebesar 2.795 Kg. Dan perkembangan volume penjualan buah melon selama kurun waktu 1 tahun yaitu dari periode Januari-Desember 2022 yang dilakukan secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika mengalami kenaikan sebesar 12,95 kg dalam metode *Double Eksponensial Smoothing* dan 3,1485 kg dalam metode ARIMA.

Dilihat dari kelima perkembangan volume penjualan buah diatas rata-rata volume penjualan buah tertinggi terjadi pada bulan Maret dan Desember disebabkan oleh adanya event Motor GP Mandalika dan kunjungan wisatawan. Sedangkan, volume penjualan terendah terjadi pada bulan Januari dan bulan Juni disebabkan oleh kurangnya event yang mengakibatkan kunjungan wisatawan. Pada Toko Pasar Mandalika memiliki perbandingan jumlah volume penjualan terhadap konsumen rumah tangga dan konsumen perusahaan yang signifikan. Volume penjualan terhadap konsumen perusahaan jauh lebih besar dibandingkan volume penjualan terhadap rumah tangga, dikarenakan pada konsumen perusahaan merupakan pemasok tetap seperti hotel, resto dan supermarket yang kebutuhan pasokan buahnya dalam jumlah besar setiap bulannya. Dan volume penjualan konsumen rumah tangga relative kecil karena target pemasarannya merupakan masyarakat lokal khususnya rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan asupan buah sehari-hari. Dengan adanya penjualan melalui aplikasi pada Toko Pasar Mandalika memberikan kontribusi penting seperti memperluas jangkauan pemasaran, perkenalkan produk dan mempermudah konsumen sehingga tercapainya target pasar.

Analisis Nilai Produksi dan Kontribusi Volume Penjualan Secara *E-commerce* Pada Toko Pasar Mandalika

Nilai Produksi

Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah volume penjualan buah per bulan. Sedangkan nilai produksi adalah hasil kali antara jumlah volume penjualan (kg) dengan harga buah (Rp/kg). Dan kontribusi adalah nilai produksi (Rp) buah per bulan dibagi dengan total nilai produksi dikali 100%. Untuk mengetahui kontribusi nilai produksi buah secara *e-commerce* periode bulan oktober, november dan desember pada toko pasar mandalika tahun 2022 dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut.

Tabel 4. Analisis Kontribusi Nilai Produksi Buah Secara *E-commerce* Periode Bulan Oktober, November dan Desember pada Toko Pasar Mandalika Tahun 2022

Jenis Buah	Nilai Produksi (Rp)				Kontribusi %
	Oktober	November	Desember	Jumlah	
Pepaya	17.550.800	14.463.600	22.208.800	54.223.200	16,00
Semangka	33.007.000	47.220.000	55.933.800	136.160.800	41,00
Jeruk	3.560.000	3.940.000	6.900.000	14.400.000	4,00
Jambu Kristal	1.764.000	1.180.000	1.940.000	4.884.000	2,00
Melon	34.122.000	39.088.500	48.100.000	121.310.500	37,00
Jumlah	90.003.800	105.892.100	135.082.600	330.978.500	100,00

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Keterangan Harga Rp/kg

Jenis Buah	Harga (Rp/kg)		
	Oktober	November	Desember
Pepaya	6.800	6.800	6.800
Semangka	6.500	7.500	7.800
Jeruk	20.000	20.000	20.000
Jambu Kristal	18.000	20.000	20.000
Melon	11.000	11.500	13.000

Berdasarkan pada tabel 4. menunjukkan bahwa jumlah nilai produksi periode bulan Oktober, November dan Desember pada tahun 2022 yaitu: buah pepaya sebesar Rp54.223.200, buah semangka sebesar Rp 136.160.800, buah jeruk sebesar Rp 14.400.000, buah jambu kristal sebesar Rp 4.884.000 dan buah melon sebesar Rp 121.310.500. Dengan demikian dapat diperoleh persentase kontribusi per buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika yaitu buah pepaya sebesar 16%, buah semangka sebesar 41%, buah jeruk sebesar 4%, buah jambu kristal sebesar 2% dan buah melon sebesar Rp 37%.

Kontribusi Konsumen Rumah Tangga Dan Konsumen Perusahaan

Kontribusi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil perhitungan dari nilai produksi setiap konsumen dibagi dengan total nilai produksi dan dikalikan dengan 100%. Konsumen rumah tangga adalah konsumen pada Toko Pasar Mandalika secara *e-commerce* yang pemesanannya melalui media sosial seperti aplikasi Pasar Mandalika, Instagram, facebook, twitter dan WhatsApp serta pembayarannya melalui COD. Konsumen perusahaan adalah konsumen pada Toko Pasar Mandalika secara *e-commerce* yang pemesanannya melalui media e-mail dan WhatsApp serta pembayarannya melalui transfer antar bank, yang termasuk konsumen perusahaan disini yaitu: hotel, supermarket, resto, dan Indomaret Untuk melihat kontribusi konsumen rumah tangga dan konsumen perusahaan dapat dilihat pada tabel 5. sebagai berikut.

Tabel 5. Kontribusi Konsumen Rumah Tangga dan Konsumen Perusahaan Secara E-commerce pada Toko Pasar Mandalika Tahun 2022

No	Nilai Produksi (Rp)	Volume Penjualan (kg)	Kontribusi %
1	Konsumen Rumah Tangga	12.091.000	1,00
2	Konsumen Perusahaan	1.319.550.600	99,00
	Total	1.331.641.600	100,00

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa jumlah volume penjualan konsumen rumah tangga sebesar Rp 12.091.000, jumlah volume penjualan konsumen perusahaan sebesar Rp 1.319.550.600 dan total volume penjualan sebesar Rp 1.331.641.600. sehingga didapat kontribusi konsumen rumah tangga sebesar 1% dan kontribusi konsumen perusahaan sebesar 99% total volume penjualan secara *e-commerce* pada Toko Pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil analisis dan dibahas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Volume penjualan buah secara *e-commerce* pada Toko Pasar Mandalika periode bulan Januari-Desember tahun 2022 mengalami peningkatan. Laju peningkatan *trend* volume penjualan buah pada kedua metode yaitu : buah pepaya sebesar $y = 7,6933x + 2.511,5$ (*Double Eksponensial Smoothing*) dan $y = 17,319x + 2427,4$ (ARIMA), buah semangka sebesar $y = 164,74x + 4.564,2$ (*Double Eksponensial Smoothing*) dan $y = 6,9149x + 5.662,5$ (ARIMA), buah jeruk sebesar $y = 4,4293x + 181,32$ (*Double Eksponensial Smoothing*) dan $y = 1,5576x + 224,95$ (ARIMA), buah jambu kristal sebesar $y = 12,95x + 3.295,7$ (*Double Eksponensial Smoothing*) dan $y = 3,1485x + 3.360$ (ARIMA) dan buah melon sebesar $y = 12,95x + 3.295,7$ (*Double Eksponensial Smoothing*) dan $y = 3,1485x + 3.360$ (ARIMA).
2. Pada periode bulan Januari-Desember tahun 2022 terjadi fluktuasi volume penjualan buah. Volume penjualan buah tertinggi terjadi pada bulan Maret dan bulan Desember serta volume penjualan buah terendah terjadi pada bulan Januari. Terjadinya kenaikan diakibatkan karena adanya event Motor GP Mandalika yang diadakan pada bulan Maret dan banyaknya jumlah wisatawan NTB.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Toko Pasar Mandalika diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran produknya sehingga dapat meningkatkan kuantitas volume penjualan buah.
2. Diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan secara *e-commerce* seperti promosi, kualitas produk, dan distribusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baktiar, C. et al., 2015. Pembuatan Sistem Peramalan Penjualan dengan Metode Weighted Moving Average dan Double Exponential Smoothing pada UD Y. Jurnal INFRA.
- Christopher dan Kristanti. 2020. Hubungan E-commerce dan Literasi Keuangan Terhadap Kelangsunagn Usaha di Boyolali. Jurnal Akuntansi.:10(1):1-12. <https://ejournal.unib.ac.id/JurnalAkuntansi/article/view/9493>
- Danitasari F. 2015. Perbandingan prediksi sifat hujan bulanan antara analisis komponen utama model arima dan metode probabilitas di Stasiun Meteorologi Pongtiku Tana Toraja. Jurnal Meteorologi Klimatologi dan Geofisika.;2(2):207–215.
- Ikhsan, M., dan Hasan, M. 2020. Analisis Dampak Pembangunan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1 (1), 39-46. <https://ojs.unm.ac.id/JE3S/article/download/18112/pdf>.
- Irsan. 2014. Analisis Penetapan Harga Jual Hubungannya Dengan Volume Penjualan Pada Batu Merah UD. IRSAN GOWA. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/25009-Full_Text.pdf
- Laoli. 2021. Gambaran Pengetahuan Anak Usia Sekolah Tentang Manfaat Mengkonsumsi Sayur dan Buah Bagi Kesehatan di SD Negeri 071015 Alo'oa Kecamatan Gunungsitoli Ala'oa Kota Gunungsitoli. <http://repo.poltekkes-medan.ac.id/jspui/bitstream/123456789/3572/1/word%20KARYA%20TULIS%20ILMIAH.pdf>.
- Lusiani A, Habinuddin E. 2013. Pemodelan autoregressive integrated moving average (arima) curah hujan di Kota Bandung. Jurnal Sigma-Mu..
- Rizeki. 2022. E-commerce adalah: Pengertian dan Contoh E-commerce. Majo. <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah>
- Susanto Y, Ulama BSS. 2016. Pemodelan curah hujan dengan pendekatan model ARIMA, feed forward neural network dan hybrid (ARIMA-NN) di Banyuwangi. Jurnal Sains dan Seni ITS.