

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Saat ini sepeda motor dapat dikatakan sebagai kebutuhan vital pada sebagian masyarakat. Selain menggunakan kendaraan umum, sepeda motor dianggap lebih efisien dan lebih hemat secara biaya dan waktu. Hal ini dapat dilihat dimana masyarakat pada umumnya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi dalam kegiatan sehari-hari. Banyak merk-merk motor yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen dengan berbagai jenis dan kelebihan masing-masing. Banyaknya perusahaan jasa yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor karena tingginya kebutuhan masyarakat akan kendaraan sepeda motor, maka diperlukan target dan strategi dalam penjualan sepeda motor.

Menurut data AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) , terdapat beberapa merek motor yang beredar dipasaran antara lain seperti merek motor Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki. Semua jenis motor ini sudah tentu punya kelebihan dan kualitas nya masing-masing. Tinggal bagaimana pihak produsen bisa mendapat perhatian dari konsumen dengan kelebihan-kelebihan yang mereka miliki dan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Di Indonesia, sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling banyak digunakan. Kebutuhan masyarakat akan sepeda motor saat ini semakin meningkat karena dalam menjalankan aktivitas kesehariannya menuntut manusia untuk melakukan segalanya serba cepat dan mudah. Sepeda motor mempunyai karakteristik transportasi yang praktis, fleksibel dan mudah dikendarai. Ditambah situasi dan kondisi transportasi publik di Indonesia yang saat ini tidak mencukupi kebutuhan masyarakat diantaranya tidak tepat waktu, tidak layak pakai, dan kurangnya keamanan.

Di era persaingan global, perusahaan mendapat banyak desakan untuk mendapatkan ide baru dalam menciptakan dan memberikan nilai lebih kepada

pelanggannya. Tingkat persaingan yang bertambah ketat dan semakin bervariasi nya tuntutan pelanggan, membuat perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dengan kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan, memahami dan menanggapi dengan cepat perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dapat menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan kemampuan untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas agar mampu menguasai pangsa pasar secara lebih luas. Perencanaan untuk masa yang akan datang merupakan aspek penting dalam mengelola perusahaan, terutama pada perencanaan produksi yang berhubungan dengan persediaan barang. Perencanaan persediaan dapat diketahui dengan melakukan peramalan penjualan.

Dalam suatu perusahaan, peramalan menjadi dasar untuk perencanaan jangka panjang. Peramalan merupakan suatu kegiatan memperkirakan atau memprediksi kejadian di masa depan dengan menyusun perencanaan terlebih dahulu, dimana perencanaan dibuat berdasarkan kapasitas dan kemampuan permintaan yang dilakukan perusahaan. Informasi mengenai data masa lalu menjadi sangat penting dalam melakukan peramalan.

Menurut Nurlifa dkk dalam Siti Uswatun Khasanah, Aries Dwi Indriyanti, 2020, peramalan adalah suatu usaha melalui pengujian keadaan masa lalu untuk meramalkan keadaan di masa depan. Dengan melakukan peramalan, para manager perusahaan dapat mengambil keputusan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan, khususnya peramalan volume penjualan pada masa yang akan datang. Peranan peramalan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Peramalan penjualan merupakan kegiatan untuk mengestimasi besarnya penjualan barang atau jasa oleh produsen dan distributor pada periode waktu dan wilayah pemasaran tertentu.

Untuk mengatasi berbagai masalah di masa mendatang, maka dapat digunakan berbagai teknik peramalan. Hal ini untuk membantu pihak manajemen dalam melakukan peramalan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kemajuan dan eksistensi dari perusahaan tersebut. Karena keputusan yang didasari pertimbangan yang akan terjadi pada waktu keputusan itu dilaksanakan adalah keputusan yang baik.

Flagship Shop Yamaha Cempaka Putih adalah dealer dan bengkel yang menjadi pencontohan bagi dealer-dealer cabang Yamaha lainnya. Yamaha Flagship Shop Cempaka Putih ini melayani berupa sales, spareparts, dan service. Flagship Shop

Yamaha menawarkan beberapa produk matik. Sebagian besar tipe matik Yamaha kini sudah dilengkapi teknologi unggulan Blue Core demi menghasilkan tenaga mesin yang lebih responsif makin bertenaga, juga tetap irit bahan bakar minyak melalui efisiensi pembakaran bahan bakar sempurna. Ditambah dengan kombinasi teknologi unggulan lainnya yang belum tentu ada di produk sejenis lainnya. Yamaha benar-benar banyak melakukan pembaharuan pada produk yang dipasarkan. Salah satu faktor yang membuat Nmax lebih populer karena tampilannya skuter premium. Dengan mesin 155cc mampu memproduksi hingga 15 dk. Figur itu terbilang powerful untuk motor skuter.

Dari hasil wawancara dan pengamatan yang sudah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat ditemukan dari Flagship Shop Yamaha, Cempaka Putih. Perusahaan ini tentunya melakukan metode peramalan untuk memprediksi penjualan mereka. Peramalan menjadi dasar bagi perencanaan jangka panjang perusahaan. Adapun metoda peramalan yang digunakan di Flagship Shop Yamaha menyesuaikan dengan keadaan pasar saat itu (market survey). Perusahaan melakukan peramalan menggunakan data penjualan 1 bulan sebelumnya untuk meramalkan penjualan berikutnya. Metode yang digunakan dengan cara mengumpulkan input dari para pelanggan atau pelanggan potensial yang memperhatikan rencana pembelian di masa depan.

Flagship Shop Yamaha memperhitungkan untuk tahun 2020 menaikkan 15% persediaan sepeda motor yang akan dijual, agar tidak mengalami kerugian lebih karena kelebihan atau kekurangan *stock*. Karena persediaan merupakan salah satu unsur penting dalam operasi perusahaan, agar memperlancar dan mempermudah jalannya kegiatan normal yang dilakukan secara rutin untuk memproduksi barang yang selanjutnya akan disalurkan ke konsumen.

Tingkat penjualan sepeda motor Yamaha tipe Nmax 155cc di Flagship Shop tentunya tidak akan selalu sesuai dengan target yang ditentukan. Kenaikan dan penurunan tingkat penjualan sepeda motor Yamaha Nmax setiap tahun mempengaruhi pendapatan Flagship Shop Yamaha Cempaka Putih. Sebagai perkiraan pada persediaan di Flagship Shop Yamaha pada bulan Desember 2019 untuk Yamaha Nmax 155cc yang tersedia 218 unit, sementara volume penjualan mencapai sebanyak 168 unit. Dari data tersebut terdapat kelebihan stok di Flagship Shop pada Yamaha Nmax 155cc sebanyak 50 unit.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti volume penjualan sepeda motor Yamaha Nmax 155cc agar dapat memenuhi permintaan pelanggan secara lebih tepat. Karena perusahaan hanya menggunakan perkiraan volume penjualan pada bulan sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti akan mengaplikasikan dengan “PEMILIHAN

METODA PERAMALAN VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX 155CC DI FLAGSHIP SHOP YAMAHA CEMPAKA PUTIH JAKARTA PUSAT “.

### **1.2. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah pokok penelitian ini sebagai berikut : “Metoda peramalan apa yang terbaik untuk meramalkan volume penjualan sepeda motor Yamaha Nmax 155cc di Flagship Shop Yamaha Cempaka Putih”.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghitung dan memilih metoda yang paling tepat dalam meramalkan volume penjualan sepeda motor Yamaha Nmax 155cc di Flagship Shop Yamaha.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat :

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait metode peramalan di Flagship Shop Yamaha serta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang peneliti dapatkan selama masa perkuliahan.

#### **2. Bagi Flagship Shop**

Penelitian ini sebagai salah satu alternatif pengambilan keputusan dan kebijakan yang tepat dalam hal peramalan volume penjualan sepeda motor Yamaha Nmax di Flagship Shop Yamaha.

#### **3. Bagi Ilmu pengetahuan**

Penelitian ini dapat menjadi salah satu pengembangan dan perluasan ilmu pengetahuan, khususnya pada ilmu manajemen.