

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia. Dalam dunia usaha pun Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dengan demikian semakin ketatnya persaingan dibidang usaha yang kian berkembang, tentu saja memacu pihak manajemen perusahaan untuk lebih mampu meningkatkan operasi perusahaan dan mampu melayani kebutuhan masyarakat. Strategi perusahaan dalam menghadapi para pesaing di pasar merupakan salah satu bentuk kesiapan perusahaan untuk dapat masuk di pasar nasional dan internasional. Pada saat ini persaingan di pasar nasional dan internasional sangat ketat, dan dengan banyaknya pesaing membuat perusahaan harus menyiapkan strategi untuk mencapai target penjualan yang diinginkan. Salah satu yang berkembang cukup pesat adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya sepeda motor. Menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Indonesia merupakan negara terbesar ketiga di dunia untuk urusan sepeda motor. Populasi yang tinggi dan moda transportasi publik yang dianggap belum maksimal menjadi dua kata kunci gemuknya pasar motor di Indonesia. Hal ini menggambarkan bahwa minat masyarakat Indonesia pada sepeda motor sangatlah tinggi, sehingga penjualan akan sepeda motor di Indonesia pun juga tinggi. Akan tetapi meningkatnya penjualan tersebut akan berdampak pada kepadatan kendaraan di Indonesia, kepadatan tersebut juga dapat mengakibatkan kemacetan, polusi udara, dan pemanasan global. Dampak tersebut menjadi pertimbangan bagi pemerintah dalam menyeimbangkan peningkatan penjualan sepeda motor ke masyarakat dan juga dampak pemanasan global yang akan terjadi.

Menurut data AISI, bahwa jumlah distribusi *wholesales* (dari pabrik ke *dealer*) sepeda motor dari kelima anggota AISI (Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS) selama bulan Januari hingga Desember 2017 adalah sebanyak 5.886.103 unit. Berikut ini adalah data distribusi *wholesales* sepeda

motor tahun 2016-2017 dan perbandingan data distribusi sepeda motor dari kelima anggota AISI tahun 2015, 2016 dan 2017:

Tabel 1.1. Data Distribusi *Wholesales* Sepeda Motor Tahun 2015, 2016 dan 2017 di Indonesia

Merek	Volume Penjualan (unit)			Perubahan 2015-2016		Perubahan 2016-2017	
	2015	2016	2017	Unit	%	Unit	%
Honda	4.453.888	4.380.888	4.385.888	-68.000	-1,53	5.000	0,11
Yamaha	1.798.630	1.394.078	1.348.211	-404.552	-22,49	-45.867	-3,29
Kawasaki	115.008	97.622	78.637	-17.386	-15,12	-18.985	-19,45
Suzuki	109.882	56.824	72.191	-53.058	-48,29	15.367	27,04
TVS	2.747	1.873	1.176	-874	-31,82	-697.000	-37,21
Jumlah	6.480.155	5.931.285	5.886.103	-548.870	-8,47	-45.182	-0,76

Sumber : AISI

(2018)

Berdasarkan tabel diatas, penjualan semua merek sepeda motor mengalami penurunan pada tahun 2015-2016, penurunan terbanyak dialami oleh sepeda motor Yamaha sebanyak 404.552, tetapi persentase penurunan terbesar dialami oleh sepeda motor Suzuki.

Adapun tahun 2016-2017 umumnya penjualan masih mengalami penurunan kecuali sepeda motor Honda dan Suzuki, masing-masing penjualannya naik sebanyak 5.000 unit (0,11 %) dan 15.367 unit (27,04%).

Honda yang mengalami kenaikan pada perubahan tahun 2016-2017 yaitu sejumlah 5.000 unit atau 0,11% akan tetapi mengalami penurunan yang tipis sejumlah 68.000 unit atau 1,53% pada perubahan tahun 2015-2016. Suzuki juga alami kenaikan pada perubahan tahun 2016-2017 sebesar 15.367 unit atau 27,04%. Sementara itu, Kawasaki lumayan alami penurunan sebanyak 17.386 unit atau 15,12% pada perubahan tahun 2015-2016 dan 18.985 unit atau 19,45% pada perubahan tahun 2016-2017.

Dari penjualan kelima merek sepeda motor diatas, Honda menjadi merek dengan penjualan terbanyak di Indonesia. Penjualan sepeda motor Honda terdiri dari beberapa tipe, yaitu tipe motor bebek, *matic*, dan *sport*.

AISI juga mencatat daftar peringkat *Type* sepeda motor Honda yang terlaris di Indonesia. Berikut daftar 5 besar *type* sepeda motor Honda yang terlaris tahun 2015-2017:

Tabel 1.2. Perkembangan Penjualan 5 Tipe Sepeda Motor Merek Honda Terbanyak Tahun 2015-2017 di Indonesia

No.	Tipe	Volume Penjualan (unit)		
		2015	2016	2017
1	Beat Series	1.855.349	1.814.600	1.959.263
2	Vario Series	1.277.024	1.306.600	1.200.287
3	Scoopy	350.925	528.622	612.197
4	Supra-X	173.487	151.822 (5)	128.432 (5)
5	Revo	164.591	159.465 (4)	152.479 (4)

Sumber : AISI (2018)

Dari daftar diatas Beat Series berada pada peringkat pertama dalam penjualan sepeda motor Honda dalam 3 tahun terakhir dengan jumlah 1.855.349 unit ditahun 2015, 1.814.600 unit ditahun 2016 dan 1.959.263 unit di tahun 2017. Vario Series dan Scoopy berada pada posisi kedua dan ketiga secara konsisten dalam 3 tahun terakhir juga, perubahan dialami oleh Supra-X dan Revo pada tahun 2015-2016, dimana Revo naik pada peringkat keempat pada tahun 2016 sedangkan Supra-X mengalami penurunan ke peringkat kelima tahun 2016.

Menurut Assauri (2008:249) pengendalian persediaan adalah suatu kegiatan yang ditujukan agar persediaan atau *stock* yang ada tidak akan mengalami kekurangan dan kelebihan, agar dapat dijaga tingkat yang optimal sehingga biaya persediaan barang jadi atau bahan baku dapat diminimalkan.

Setiap manajer perusahaan diharapkan dapat mengurangi risiko kelebihan persediaan, salah satu alat yang diperlukan adalah metoda peramalan. Dengan menggunakan metoda peramalan perusahaan dapat menghindari terjadinya kelebihan persediaan yang dapat mengakibatkan kerugian pada perusahaan, karena mengeluarkan biaya lebih untuk penyimpanan barang di gudang dan juga mengurangi persediaan yang akan mengakibatkan pelanggan beralih ke perusahaan lain, sehingga mengakibatkan penawaran di pasar berkurang.

Dalam penelitian ini, peneliti memeriksa tipe peramalan yang berbeda-beda dan menyajikan varietas model peramalan, sehingga para manajer dapat memilih metoda terbaik

untuk merencanakan peramalan penjualan dimasa yang akan datang. Hal tersebut juga dibutuhkan pada *Dealer* PT. Wahana Makmur Sejati, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor dimana setiap bulannya mengalami naik turun dalam penjualan sepeda motor. Penelitian ini juga menyediakan sudut pandang peramalan atas penjualan dalam bisnis dan menggambarkan bagaimana mempersiapkan dan membuat pertimbangan mengenai keakuratan dari peramalan, sehingga PT. Wahana Makmur Sejati dapat mengaplikasikannya.

Berdasarkan hal-hal diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis dan membandingkan metoda peramalan volume penjualan Honda Beat *Series* pada *Dealer* PT. Wahana Makmur Sejati, sehingga dapat mengetahui metoda peramalan yang terbaik yang dapat digunakan

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana menemukan metoda peramalan volume penjualan sepeda motor Honda Beat *Series* yang terbaik dan sesuai dengan keadaan pada *Dealer* PT. Wahana Makmur Sejati.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui metoda apa yang terbaik dalam meramalkan volume penjualan sepeda motor Honda Beat *Series* pada *Dealer* PT. Wahana Makmur Sejati.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu sarana untuk menerapkan dan mempraktikkan ilmu selama masa kuliah serta menambah pengetahuan mengenai peramalan penjualan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan, dan dasar untuk proses pengambilan keputusan dalam berbagai hal, seperti persediaan barang untuk penjualan di masa yang akan datang.