

# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan antar perusahaan semakin meningkat dan lebih ketat. Tidak hanya perusahaan yang berskala besar namun perusahaan kecil dan menengah juga ikut andil dalam persaingan global. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus mampu bertahan pada bidang yang dijalani bahkan harus bisa lebih baik dalam memajukan perusahaannya (Amrina & Fajrah, 2015). Kebutuhan hidup turut berkembang seiring dengan perkembangan zaman, tidak hanya kebutuhan akan sandang, pangan, dan tempat tinggal, kebutuhan *lifestyle* seperti kendaraan bermotor dan perlengkapannya sudah menjadi kebutuhan yang penting dalam pertumbuhan pasar di Indonesia. Banyaknya perusahaan yang sedang berkembang di Indonesia saat ini menimbulkan persaingan bisnis yang sangat ketat baik di bidang jasa dan produk (Febrina et al., 2013). Melakukan strategi dan mengambil keputusan yang tepat saling berkaitan erat. Oleh karena itu, untuk meramalkan kebutuhan dimasa depan, perusahaan harus memiliki kemampuan yang tepat (Arminas & Karanga, 2016).

Untuk memperoleh keuntungan baik itu perusahaan dagang maupun perusahaan jasa merupakan tujuan suatu usaha bisnis. Selain itu, setiap perusahaan tentu saja menargetkan penjualan yang ingin dicapai setiap hari, bulan atau tahun. Perusahaan memerlukan *forecasting* (ramalan) penjualan yaitu dapat dicari dengan menggunakan tren untuk memperkirakan berapa jumlah penjualan yang kemungkinan terjadi di tahun yang akan datang (Rahmawati, 2013). Faktor

penting dalam penjualan ialah meramalkan permintaan pesanan konsumen yang dibutuhkan dan tidak berlebihan. Untuk melihat bagaimana hasil pergerakan penjualannya sehingga dapat meramalkan permintaan periode berikutnya dapat dilihat dari data masa lalu (Pakaja & Naba, 2015). Dengan demikian, perusahaan dapat membuat suatu tindakan, kebijakan atau keputusan yang dilakukan secara tepat untuk mencapai target tersebut. Namun, hal itu harus diimbangi dengan upaya-upaya untuk meningkatkan penjualan Sepeda dan motor listrik seperti dengan iklan, promosi, *event* yang dapat menarik konsumen. Penjualan meningkat akan membuat perusahaan semakin berkembang.

PT Magnum Molis Batam Indonesia adalah usaha yang bergerak di bidang perakitan dan penjualan sepeda dan motor listrik yang beralamat Komp. Citra Indah Blok A3 No. 1-2, Batam Centre, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461. Setiap karyawan yang bekerja di perusahaan ini harus mengikuti apa yang sudah diterapkan pada perusahaan. Dimana perusahaan tersebut membuat banyak persediaan sepeda dan motor listrik, perusahaan tersebut menyimpannya di dalam gudang tersebut. Peramalan penjualan barang yang dilakukan oleh perusahaan. PT *Magnum Molis* Batam hanya berdasarkan perkiraan saja sehingga PT *Magnum Molis* Batam hanya berdasarkan perkiraan saja sehingga mengakibatkan penurunan penjualan. Dimana dari data perusahaan motor listrik tomo dan Tricycle mengalami penurunan pertahun dan juga penurunan sepeda f1 dan h2 pertahun nya. Untuk itu penelitian ini akan mencari hasil.

Menurut perencanaan dan strategi pemasaran lebih tepat dan sesuai kondisi lingkungan perusahaan saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan belum menemukan metode yang tepat dalam memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang. Setelah melihat masalah yang dihadapi oleh perusahaan maka dengan ini peneliti ingin melakukan penelitian terkait penjualan sepeda dan motor listrik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengukur peramalan (*forecasting*) penjualan Sepeda dan motor listrik. Berdasarkan uraian tersebut penulis mengambil judul “**ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN SEPEDA DAN MOTOR LISTRIK PT MAGNUM MOLIS BATAM**”. Untuk kedepannya diharapkan penelitian peralaman ini dapat menjadi sumber ilmu bagi masyarakat dan dapat menjadi pembelajaran kepada usaha tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan identifikasi suatu permasalahan adalah sebagai berikut:

Belum adanya peramalan untuk memaksimalkan pencapaian target penjualan Sepeda dan Motor listrik pada PT Magnum Molis Batam.

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis ini hanya dilakukan pada penjualan motor listrik Tomo dan Tricycle
2. Analisis ini hanya dilakukan pada penjualan sepeda H2 dan F1

#### **1.4 Rumusan**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana mengetahui peramalan apa yang cocok untuk mendapatkan hasil penjualan 6 bulan kedepan dari PT magnum molis Indonesia dengan metode *moving average exponential smoothing* dan *weighted moving average*.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui peramalan apa yang paling cocok antara *moving average* dan *exponential smoothing*, *weighted moving average*.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dimana dari hasil penelitian tersebut di harapkan mendapat maanfaat berikut:

1. Dapat menambah wawasan peneliti dalam menganalisa peramalan penjualan sepeda dan motor listrik PT Magnum Molis Indonesia Kota Batam
2. Dapat melakukan perbandingan antara teori yang penulis peroleh dari buku maupun perkuliahan dengan aplikasinya pada penjualan sepeda dan motor listrik PT Magnum Molis Indonesia kota Batam.

3. Menjadi referensi untuk peneliti berikutnya yang relevan.

#### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Sebagai pengalaman penulis dalam penerapan peramalan penjualan.
2. Bagi PT Magnum Molis Indonesia bermanfaat untuk memperkirakan jumlah penjualan sepeda dan motor listrik dimasa mendatang.