

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era informasi saat ini penggunaan teknologi informasi merupakan sistem utama bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja sistem informasi. Dengan sarana teknologi informasi yang memadai dan sedang menjamur saat ini salah satunya menggunakan *web*. *Web* adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung ke internet. *Website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Maka diharapkan segala pengelolaan dan penerapan akan suatu data menjadi informasi yang vital dapat terpenuhi guna mencapai tujuan utama untuk mempermudah pengguna dalam melaksanakan kegiatan.

AUTO 2000 Sendiri adalah salah satu bagian dari Cabang Perusahaan Astra International TBK yang khusus pada bidang otomotif yang menangani mobil jenis Toyota yang pada saat ini menguasai pasar di Indonesia dengan penjualan produk terbanyak. Saat ini AUTO2000 adalah *retailer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 45% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, AUTO2000 berhubungan dengan **PT. Toyota Astra Motor** sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota, yang menjadikan AUTO2000 adalah salah satu *founder* dealer resmi Toyota. AUTO2000 saat ini memiliki 109 outlet (terdiri dari 13 outlet V-hanya melayani jual beli kendaraan, 80 outlet VSP-melayani jual beli dan service kendaraan, dan 16 outlet melayani jual beli, service, perbaikan dan pengecatan bodi kendaraan). <https://auto2000.co.id/>

Penjualan mobil di AUTO 2000 di seluruh Indonesia pada April 2017 tercatat mengalami penurunan dibandingkan bulan sebelumnya. Hal ini diketahui karena Pasar otomotif khususnya kendaraan roda empat dan lebih mengalami penurunan di semester pertama 2017 (Januari-April). Berdasarkan keterangan Chief Marketing Auto 2000 Martogi Siahaan mengatakan, pada semester I-2017 penjualan mobil di Auto 2000 mengalami koreksi sebesar 8 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Semester pertama tahun ini mengalami koreksi, secara keseluruhan market memang mengalami koreksi. Auto 2000

mengalami koreksi sebesar 8 persen dibandingkan tahun lalu. Sampai Juni, 79.117 unit,"beberapa waktu lalu. Dan pada bulan berikutnya Penjualan Juli melonjak sampai 22 persen atau lebih besar 2.254 unit, dibanding dengan bulan yang sama tahun lalu. Ini menjadi angin segar setelah menghadapi pasar yang cukup kompetitif pada semester pertama. Penjualan positif pada bulan ketujuh ini, cukup membangun optimisme dan menjadi permulaan yang baik, mengawali semester dua. Sumbangih terbesar pertumbuhan ini masih diberikan oleh Toyota Avanza, yang telah mencatat penjualan tertinggi setiap bulannya. Sepanjang Juli, kontribusi Avanza mencapai 29 persen, dari total penjualan atau sekitar 3800 unit. Lalu toyota Innova, yang pada Juli ini naik cukup tajam hingga 54 persen, jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Innova terjual lebih dari 2.400 unit atau berkontribusi sebesar 19 persen. Kemudian pada posisi ketiga ada Calya, yang penjualannya ada di angka 2.100 unit, atau berkontribusi sebesar 17 persen dari total penjualan di bulan Juli.(<https://news.okezone.com/>), hal ini jelas berpengaruh untuk seluruh cabang di Indonesia dan salah satunya ada di Palembang yang pada penelitian ini di fokuskan ke salah satu cabang yaitu AUTO 2000 cabang Plaju.

Auto 2000 Plaju sendiri adalah salah satu cabang dari AUTO 2000 di Palembang saat ini dari hasil wawancara berdasarkan penjualan mobil dari beberapa tahun belakangan ini telah memiliki pencatatan hasil penjualan cukup stabil sehingga di rasa di perlukan perencanaan penjualan yang cepat mengingat masih banyak kegiatan yang perlu di lakukan. Mengingat kegiatan perencanaan penjualan sendiri di gunakan sebagai bagian dari penentuan target penjualan bagi pihak sales dalam memasarkan produk sehingga diharapkan bisa sesuai tidak kurang atau berlebihan untuk menghindari penumpukan produk atau kekacauan dalam menentukan target yang terlalu tinggi.

Sistem yang berjalan saat ini dalam meramalkan penjualan di AUTO 2000 sudah ada sebagai bagian dari pemutusan menentukan target yang di lakukan dengan cara menentukan target setiap 4 kali dalam 1 tahun yang melibatkan melibatkan ahli ekonomi dengan melakukan perhitungan khusus dan di pertimbangkan dalam rapat, namun cukup di sayangkan waktu yang di butuhkan dalam melaksanakan hal ini cukup lama dan memakan biaya dalam menunggu hasil perhitungan, selain itu dalam pemutusan ada baiknya ada data perbandingan selain sebagai evaluasi guna mendukung pemutusan dari rapat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka akan dilakukan penelitian tentang “Peramalan Penjualan Kendaraan Mobil di AUTO 2000 Plaju Menggunakan Metode *TREND Least Square*”. Yang dapat memudahkan dalam mengambil keputusan yang berupa pemutusan jumlah mobil yang akan di pesan berdasarkan peramalan. Sistem yang akan dibangun dengan berbasis *web* guna untuk pendataan jumlah mobil yang terjual dan penambahan kegiatan pelaporan di AUTO 2000 plaju, sehingga sistem akan dibangun diharapkan mempermudah pekerjaan di AUTO 2000 plaju dalam mengambil keputusan berdasar ramalan penjualan serta mempermudah kegiatan pelaporan penjualan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pendukung keputusan jumlah mobil yang akan di stock ?
2. Bagaimana pengaruh dari adanya sistem dalam proses pendukung keputusan dalam penentuan jumlah mobil dilakukan.?

## 1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Proses penjualan hanya mengetahui data-data pelanggan dan data-data kendaraan
2. Metode yang digunakan dalam pengelolaan peramalan (forecast) penjualan kendaraan adalah metode *Trend Least Square* dan dibangun berbasis web
3. Selain laporan penjualan berupa angka terdapat juga statistik berupa grafik garis peramalan dan juga garis penjualan yang ada pada saat itu dan data peramalan.
4. Sistem yang dibangun digunakan oleh 3 user yaitu Admin, Gudang dan Kepala Cabang yang menerima hasil laporan.

## 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk meramalkan penjualan kendaraan mobil di AUTO 2000 Plaju dengan menggunakan metode Least Square berdasarkan penjualan AUTO 2000 Plaju pada tahun sebelumnya..
2. Untuk Mengetahui langka langkah analisis Trend Linier dengan menggunakan Metode kuadrat terkecil.
3. Untuk Membangun sistem peramalan penjualan mobil di AUTO 2000 Plaju sehingga mengetahui informasi jumlah kendaraan yang mungkin terjual guna mempertimbangkan untuk kendaraan dari yang paling di cari hingga kurang di minati sehingga memperkecil kerugian dan meningkatkan keuntungan dengan peramalan tidak jauh dari hasil.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan, Memudahkan untuk memperoleh informasi jumlah kendaraan yang terjual sebagai dasar mengelola metode trend least square dan menjadi hasil untuk perbandingan penjualan selanjutnya, memperoleh informasi persediaan kendaraan dengan cepat dan tepat, menghasilkan aktivitas penjualan yang berjalan dengan baik dan tidak memakan banyak waktu Dan membantu dalam mengambil keputusan seperti berapa jumlah mobil yang harus di sediakan berdasrkan hasil trend leas square peramalan penjualan.
2. Bagi Penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam membuat sistem peramalan penjualan kendaraan mobil di AUTO 2000 Plaju menggunakan metod Trend Least Square.
3. Bagi akademik Sebagai bahan referensi bagi penulis lain dalam penelitian selanjutnya dan peningkat akreditasi jurusan.