

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Motor merupakan salah satu transportasi yang digunakan masyarakat saat ini. Permintaan konsumen yang meningkat diimbangi dengan penawaran dari perusahaan manufaktur berbasis otomotif menyebabkan jumlah kendaraan bermotor terus bertambah. Menurut Dinas Perhubungan DIY (2019) jumlah motor di DIY mengalami peningkatan sebesar 6% pada tahun 2019. Penambahan jumlah motor di DIY mencapai 120.000 unit per tahun. Pada tahun 2019, motor di DIY yang sudah terdaftar sebanyak 1.800.000 unit.

Kendaraan bermotor yang semakin bertambah menyebabkan usaha bengkel motor bermunculan. Persaingan yang semakin ketat membuat bengkel motor harus menjaga kualitas dan pelayanannya. Bentuk pelayanan yang dapat diberikan bengkel motor adalah ketersediaan *spare part* yang dicari oleh konsumen.

Persediaan termasuk aspek yang penting untuk setiap perusahaan (Martani, 2012). Persediaan mengacu pada sekumpulan *item* yang menunggu proses berikutnya baik itu produksi maupun pemasaran (Nasution dan Prasetyawan, 2008). Menurut Kurniawan, dkk (2013) pengelolaan persediaan dapat dilakukan dengan cara mencegah kekurangan stok dan menjaga agar stok yang dimiliki tidak berlebih. Stok produk yang kurang menyebabkan aktivitas suatu usaha terhenti, sedangkan stok produk yang berlebih menyebabkan total biaya persediaan tinggi.

Penelitian dilakukan di bengkel motor XYZ. Bengkel XYZ menjual berbagai macam *spare part* motor diantaranya ban luar, ban dalam, oli, kampas rem, dan lain sebagainya. Bengkel XYZ membeli *spare part* tersebut pada bengkel *supplier* di Jogja.

Pemilik tidak memiliki jadwal pengecekan jumlah stok dan jadwal pemesanan. Hal tersebut mengakibatkan pemilik tidak melakukan pengecekan stok dan jadwal pemesanan menjadi tidak tetap. Permintaan konsumen yang bersifat probabilistik menyebabkan pemilik sulit merencanakan pembelian *spare part*. *Spare part* dibeli dengan menggunakan perkiraan dan *feeling* dari pemilik. Hal tersebut membuat pemilik tidak mengetahui secara pasti *spare part* apa saja yang habis atau sudah mau habis sehingga ada *spare part* yang seharusnya dibeli namun tidak terbeli.

Ketika ada *spare part* yang seharusnya dibeli namun tidak terbeli maka dapat mengakibatkan adanya *lost sales*. *Lost sales* akan mengakibatkan berbagai kerugian untuk perusahaan contohnya perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari selisih harga dan ongkos pemasangan, kehilangan kepercayaan pelanggan, dan menurunkan kualitas pelayanan perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah yang akan diselesaikan di bengkel XYZ adalah bagaimana perencanaan pembelian *spare part* sehingga dapat meminimasi biaya kekurangan persediaan dan total biaya persediaan akhir.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah memberikan usulan perencanaan pembelian *spare part* bengkel XYZ sehingga meminimasi biaya kekurangan persediaan dan total biaya persediaan akhir.

1.4. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang akan digunakan merupakan data dari periode Januari 2020 – Desember 2020. Jenis data yang digunakan adalah data transaksi penjualan, transaksi pembelian, harga pembelian *spare part* dan harga penjualan *spare part*.
2. Usulan perencanaan inventori hanya untuk item yang masuk ke kategori A.
3. Biaya pembelian tidak mengalami fluktuasi harga selama periode penelitian.