

ABSTRAK

RAMALAN PENJUALAN SEBAGAI DASAR PERENCANAAN PRODUKSI

Studi kasus pada perusahaan zipper CV. Tiara Prima Sejahtera
Jakarta

Yohanes Indra Kurniawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perusahaan mengadakan peramalan penjualan dan juga untuk mengetahui bagaimana perusahaan menggunakan ramalan penjualan tersebut dalam perencanaan produksinya. Disamping itu juga untuk melihat atau mengetahui tepat atau tidaknya metode peramalan yang digunakan oleh perusahaan. Selain itu juga dicoba metode peramalan penjualan dengan menggunakan metode yang lain yaitu dengan menggunakan *Indeks Musiman*.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus, yaitu studi kasus pada perusahaan zipper CV. Tiara Prima Sejahtera di Jakarta dan bersifat eksploratif yakni penelitian yang memusatkan perhatian pada suatu objek tertentu dan kemudian memaparkan kenyataan yang ada. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan meneliti dokumen yang ada di perusahaan. Data yang digunakan adalah data penjualan aktual tahun 1997 sampai dengan tahun 2000.

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa perusahaan zipper CV. Tiara Prima Sejahtera mengadakan suatu peramalan penjualan menggunakan metode *least square* yang telah disesuaikan dengan trend penjualan yang terjadi di perusahaan tersebut dan hasil peramalan itu dipakai dalam perencanaan produksinya.

ABSTRACT

The Prediction of Sale as the Basis of Production Planning A Case Study at the Zipper Company CV. Tiara Prima Sejahtera, Jakarta

**Yohanes Indra Kurniawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001**

The Study was intended to know (1) How the company predicted the sale volume and used the prediction of the basis for production planning. (2) Whether or not they were effective and useful for the company.

This study was categorized as a case study and the company chosen as the subject was zipper company CV. Tiara Prima Sejahtera, Jakarta. This study used an explorative study that was a study that focused on a particular object and then described the research findings. Beside the *Least Square Method*, the company also used another method namely *Temporary Index Method*. In gathering the data, the researcher used the interview and documentation techniques. The data used were the actual marketing data in the year of 1997 to 2000.

The result of the data analysis showed that the company used Least Square as the marketing prediction method. The method has been adjusted to the marketing trend in the company and the result of that prediction were used to make the production planning.