

# ABSTRAK

## ANALISIS SELISIH RAMALAN PENJUALAN DENGAN REALISASI PENJUALAN STUDI KASUS PADA PT BINA TIRTA YOGYAKARTA TAHUN 2001

IGN. SONI KURNIAWAN

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2003

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah selisih ramalan penjualan dengan realisasi penjualan signifikan. Studi kasus yang diambil adalah tahun 2001, pada PT Bina Tirta Yogyakarta. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2002.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah: (1) Membandingkan ramalan penjualan perusahaan dengan realisasi penjualannya, dalam unit dan rupiah. (2) Menyusun ramalan dengan metode *Ratio to Moving Average* yang merupakan metode pemrediksi penjualan berpola musiman, sebagai ramalan pembanding. (3) Membandingkan hasil ramalan penjualan metode *Ratio to Moving Average* dengan realisasi penjualan, dalam unit dan rupiah. (4) Mencari selisih total terkecil dalam rupiah, antara hasil ramalan penjualan perusahaan dikurangi realisasi penjualan, terhadap hasil ramalan penjualan metode *Ratio to Moving Average* dikurangi realisasi penjualan. Teknik analisis data menggunakan *Paired Sample T test*, dengan aplikasi program SPSS.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka didapat beberapa temuan sebagai berikut: (1) Selisih ramalan penjualan yang disusun perusahaan dibandingkan realisasi penjualan baik dalam unit dan rupiah adalah signifikan, sehingga metode ramalan tersebut tidak efektif dalam memprediksikan penjualan. (2) Selisih ramalan penjualan metode *Ratio to Moving Average* dibandingkan realisasi penjualan, dalam unit dan rupiah adalah tidak signifikan, sehingga metode ramalan tersebut efektif dalam memprediksikan penjualan. (3) Selisih total yang terjadi dalam rupiah antara ramalan penjualan perusahaan dikurangi realisasi penjualan masih lebih besar, dari pada selisih yang dibuat ramalan *Ratio to Moving Average* dikurangi realisasi penjualan.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS ON THE DIFFERENCE OF THE SALE FORECAST AND THE SALE REALIZATION A CASE STUDY AT PT BINA TIRTA YOGYAKARTA THE YEAR OF 2001**

IGN. SONI KURNIAWAN

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2003

This research was aimed to know whether or not the difference of the sale forecast and the sale realization was significant. The case study was taken in 2001, at PT Bina Tirta Yogyakarta. Whereas this research was done on June until July 2002.

The data gathering techniques used were interview, documentation, and observation. Steps done to obtain the goal of the research were: (1) Comparing the company sale forecast and the selling realization, in unit and rupiah. (2) Arranging the forecast with Ratio to Moving Average method which is a sale predictor method that has a periodical pattern as the standard of comparison. (3) Comparing the result of the selling forecast Ratio to Moving Average method with the sale realization, in the unit and rupiah. (4) Finding the smallest total difference in rupiah, between the result of the company sale forecast decreased and the sale realization to the result of the sale forecast Ratio to Moving Average method decreased with the selling realization. The data analysis technique used was Paired Sample T Test, with the SPSS application program.

Based on the analysis that had been done, the research concluded that: (1) The difference of selling forecast arranged by the company compared with the sale realization, both in unit and rupiah, was significant, then the method was not effective in predicting the sale. (2) The difference of sale forecast Ratio to Moving Average method compared and the sale realization, in unit and rupiah was not significant, then the method was effective in predicting the selling. (3) The total difference in rupiah, between company sale forecast decreased and sale realization was still higher than the difference created by the Ratio to Moving Average forecast decreased with the sale realization.