

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Dengan mempertimbangkan baiknya pertumbuhan ekonomi nasional yang menunjukkan pertumbuhan dari tahun ke tahun, pada tahun 2008 pemerintah menetapkan pertumbuhan ekonomi sebesar 6,8%. Sedangkan menurut salah satu ekonom, Faisal Basri, memperkirakan ekonomi Indonesia mampu tumbuh 6,3% - 6,4%. Adapun menurut salah satu ekonom UGM yang juga salah seorang *chief economist* BNI yang meramalkan pertumbuhan ekonomi sebesar 6,5% pada tahun ini. Indikator pertumbuhan lain juga diprediksi dengan nada optimisme yang sama. Inflasi, yang pada tahun lalu berada pada angka 6,7%, tahun ini diperkirakan dapat ditekan menjadi 6%. Nilai rupiah diperkirakan masih akan stabil di angka Rp 9.100 per US\$, sementara suku bunga SBI masih dipatok konservatif di angka 8% (SWA, 02/XXIV/24 Januari – 5 Febuari 2008).

Keoptimisan akan situasi ekonomi yang lebih baik tak hanya dicetuskan oleh pemerintah. Dalam survey bisnis 2008 yang diadakan oleh lembaga riset Deka, optimisme akan kondisi dunia usaha yang lebih baik pun diakui pula oleh responden perusahaan yang terdiri dari 19 perusahaan kecil beromset 1-10 miliar, 28 perusahaan menengah beromset 10-100 miliar, dan 53 perusahaan besar beromset lebih dari 100 miliar. Adapun alasan utama optimisme dunia usaha (bisnis) pada tahun 2008 adalah karena peluang bisnis yang semakin banyak serta pertumbuhan ekonomi yang meningkat yang ditandai dengan

banyaknya perusahaan yang memperluas usaha di bidang masing-masing, adanya penurunan suku bunga dan investasi yang meningkat.

Berdasarkan berbagai sumber yang diolah dan terangkum dalam sajian utama majalah SWA edisi 24 Januari - 5 Februari 2008, beberapa sektor yang diperkirakan akan mengalami peningkatan di tahun 2008 adalah sektor perusahaan penerbangan, telekomunikasi, otomotif, pertambangan, manufaktur, energi, rokok, perbankan, elektronik, properti, perkebunan dan ritel.

Seiring dengan munculnya banyak investasi baru di berbagai sektor industri yang diperkirakan akan terus bermunculan di tahun ini, peluang bisnis baru pun diperkirakan akan terus bermunculan. Beberapa diantaranya adalah investasi di sektor transportasi, farmasi, otomotif, pertambangan, makanan dan minuman, agrobisnis, elektronik, serta infrastruktur. Dari berbagai sektor ini, diperkirakan muncul sub-sektor yang jadi peluang bisnis tersendiri.

Berdasarkan riset Danareksa Research Institute (DRI), sejumlah sector masih mampu tumbuh di atas 20%, seperti perbankan (30,6%), properti (26,2%), otomotif roda dua (27%) dan roda empat (26%), asuransi (23,8), serta penerbangan (21%). Pertumbuhan tersebut akan membuat bisnis (subsektor) yang terkait makin tumbuh yang pada gilirannya akan melahirkan peluang bisnis, baik memperbesar bisnis yang sudah ada maupun bisnis baru.

Dalam salah satu riset yang dilakukan oleh lembaga yang sama, yakni DRI, diperkirakan pula sektor-sektor yang akan paling tumbuh atau berkembang di tahun 2008 seperti yang terlihat dalam tabel 1.1:

Tabel 1.1
TABEL SEKTOR-SEKTOR YANG DIPERKIRAKAN PALING TUMBUH
PADA TAHUN 2008

No	Sector	Nominal			Pertumbuhan (%)		
		2006	2007	2008F	2006	2007	2008 F
1	Penerbangan (PDB, Rp miliar)	14.685,2	18.041,4	21.838,1	22,6	22,9	21,1
2	Restoran dan industri fast food (PDB, Rp miliar)	92.214,9	112.596,3	134.444,8	18,1	22,1	19,4
3	Department stores (Rp miliar) (sales)	12.963,0	15.127,8	17.884,5	15,6	16,7	18,2
4	Otomotif						
	Mobil (sales) (ribu unit)	318,9	421,2	530,6	-40,3	32,1	26,0
	Motor (sales) (juta unit)	4,4	4,8	6,1	-12,8	8,6	27,0
5	Perbankan (Rp triliun) (penyaluran kredit)	787,1	982,7	1.283,0	14,1	24,8	30,6
6	Kosmetik dan toiletries (Rp miliar) (sales)	11.568,1	13.239,7	15.216,0	13,4	14,5	14,9
7	Rokok (miliar batang)	224,7	229,0	235,3	-0,3	1,9	2,8
8	Makan dan minuman (PDB, Rp miliar)	213.173,3	229.383,3	243.798,3	19,7	7,6	6,3
9	Properti dan real estat (Rp miliar) (sales)	10.897,8	13.354,8	16.860,1	11,5	22,5	26,2
10	Telekomunikasi						
	Jumlah pelanggan selular (juta)	61,8	75,8	88,8	35,4	22,6	17,2
	Jumlah saluran terpasang (juta)	14,4	15,9	17,7	12,8	10,7	11,2

Sumber: Danareksa Research Institute (DRI)

Keterangan: F = Forecast

Dari tabel perkiraan pertumbuhan sektoral tahun 2008 diatas dapat diketahui bahwa untuk seluruh sektor diperkirakan mengalami pertumbuhan, yang mencakup sektor penerbangan, restoran dan industri *fastfood*, *departement stores*, otomotif, perbankan, kosmetik dan toiletris, rokok, makanan dan minuman, properti dan real estat dan telekomunikasi.

Meskipun terdapat kemungkinan bahwa pemerintah akan menaikkan kembali harga bahan baku minyak (BBM) di tahun 2008, adanya pertumbuhan sektoral ini merupakan peluang untuk mendapatkan omset yang lebih besar bagi usaha bahan bangunan yang mencakup produksi maupun distribusi bahan bangunan.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi, distribusi dan pemasangan bahan bangunan berbahan dasar semen dan pasir adalah perusahaan perseorangan Samson Jaya. Berbagai produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh perusahaan mencakup paving block, pasir, conblock, buis, roster dan kanstein. Adapun untuk deskripsi visual produk paving block dapat dilihat dari Gambar 1.1 berikut ini.

TYPE	THICKNESS (cm)	WEIGHT (Kg)	PIECES NEEDED/ sqm	TYPE	THICKNESS (cm)	WEIGHT (Kg)	PIECES NEEDED/ sqm
RONDO	6	3,5	33	CLASSIC - 2	6	1,3	93
TRIEX / TRIHEXAGON	4	1,5	46	CLASSIC - 3	6	1,47	93
	6	2,78	46	CLASSIC - 4	6	1,51	80
	8	3,5	46	CLASSIC - 5	6	1,76	70
TRICIRCLE	6	1,8	46	CLASSIC - 6	6	2,7	47
TRIA - INTERPAVE	6	4,06	32	CLASSIC - END	6	2,79	45
	8	5,16	32	GRASSBLOCK 6		13,8	75
INTERPAVE	6	2,51	90	GRASSBLOCK 8		24,5	4,17
HALF INTERPAVE	6	1,26	100	GRASSBLOCK 10		18,6	7,5
	8	1,63	100				
FIGUERA	6	4,01	30				
CLASSIC - 1	6	0,84	140				
DIMENTION	6	2,2	58				

Sumber: Data Samson Jaya

Gambar 1.1
BEBERAPA CONTOH PRODUK PAVING BLOK YANG DIPRODUKSI DAN DIPASARKAN SAMSON JAYA

Paving block adalah salah satu jenis bahan bangunan yang seringkali digunakan di luar ruangan (eksterior/outdoor) seperti *path way* (jalur jalan), dekorasi taman, dekorasi trotoar, dinding jalan, dan lainnya. Beberapa bentuk

penggunaan paving blok dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat dari Gambar

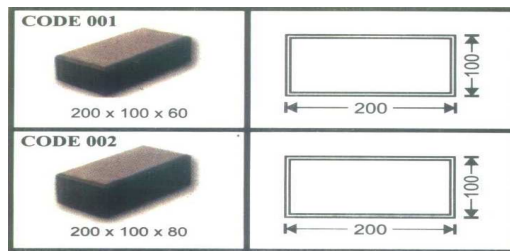
1.2



Sumber: www.concretethinker.com, www.hepatternedconcretecompany.com

Gambar 1.2
BEBERAPA APLIKASI (PENGUNAAN) PAVING BLOCK

Salah satu tipe produk dari paving block adalah true pave atau sering kali disebut balok atau bata. True pave adalah salah satu tipe produk paving block yang terbuat dari campuran semen, pasir dan air dengan model paling klasik dan paling diminati dari masa ke masa. Tipe ini berbentuk balok, dengan variasi warna dan ukuran ketebalan yang berbeda yang secara visual jelas terlihat pada gambar 1.3. Pada saat ini perusahaan Samson Jaya memproduksi dan memasarkan True pave dalam dua warna dan dua ukuran ketebalan dengan metode pembuatan berbeda seperti yang terlihat dalam tabel 1.2, dan untuk komposisi bahan dapat dilihat dari tabel 1.3. Adapun proses dan waktu pembuatan true pave dapat dilihat pada tabel 1.4.



Sumber: Data Samson Jaya

Gambar 1.3
TAMPILAN TRUE PAVE

Tabel 1.2
TABEL PRODUK TRUE PAVE (BALOK) HASIL PRODUKSI SAMSON JAYA

Nama Family Product	Jenis Produk	Metode Pembuatan	Warna	Ukuran
Paving Block	True Pave	Mesin	Abu	Tebal 6 cm
			Merah	Tebal 8 cm
		Manual	Abu	Tebal 6 cm
			Merah	Tebal 8 cm
	Dan lain-lain			

Sumber: Data Samson Jaya

Tabel 1.3
KOMPOSISI TRUE PAVE

TIPE PAVING BLOCK	WARNA	KETEBALAN	KOMPOSISI	
			ADUKAN (Sendok Aduk)	Pewarna (sendok Aduk)
TRUE PAVE (BALOK)	ABU	6 CM	4	-
		8 CM	6	-
	MERAH	6 CM	4	1/2
		8 CM	6	1/2

Sumber: Data Samson Jaya

Tabel 1.4
PROSES DAN WAKTU PEMBUATAN TRUE PAVE

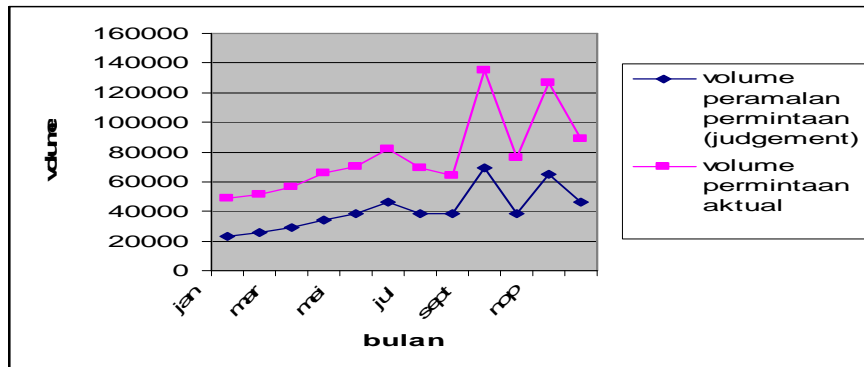
Kegiatan	Waktu
Mengaduk dan mencetak True Pave	1 Hari
Menjemur	9 Hari*
Total Proses Produksi True Pave	10 Hari
Keterangan: *7 Hari = standar kematangan true pave (kering)	

Sumber: Data Samson Jaya

Dari gambar 1.3, tabel 1.2, tabel 1.3 dan tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa perusahaan memproduksi jenis produk true pave (balok) dengan dua macam warna yaitu abu dan merah, masing-masing dibuat dengan metode manual dan mesin, dan masing-masing memiliki dua macam ukuran ketebalan yaitu 6 cm dan 8 cm. Adapun cara membuat true pave adalah dengan melalui serangkaian proses dengan menghabiskan waktu sebanyak 10 hari.

Terkait dengan potensi pertumbuhan sektor properti dan real estat di tahun 2007 yang diperkirakan akan terus naik di tahun 2008, agar perusahaan mampu memanfaatkan situasi pasar yang sedang bagus, perusahaan harus mampu merencanakan tingkat permintaan produk yang mampu menyerap permintaan pasar. Hal ini luput dari kejelian perusahaan untuk menentukan volume produksi true pave yang ternyata selama tahun 2007 menunjukkan bahwa produk true pave yang sangat laku pasar yang diproduksi perusahaan tidak mampu memenuhi permintaan.

Peramalan penjualan (demand forecast) true pave yang telah ditetapkan perusahaan pun sebagai dasar penentuan rencana volume produksi true pave untuk tahun 2007 ternyata berbeda jauh dengan realitas permintaan pasar untuk produk tersebut. Adapun data tentang permintaan true pave pada tahun 2007 terdapat dalam tabel 1.5 dan gambar 1.4 dibawah ini.



GAMBAR 1.4
GRAFIK SELISIH ANTARA VOLUME PERAMALAN PERMINTAAN
BERDASARKAN JUDGEMENT YANG DILAKUKAN PERUSAHAAN DENGAN
AKTUAL PERMINTAAN TRUE PAVE

Tabel 1.5
TABEL PERKIRAAN PERMINTAAN (FORECAST PERMINTAAN), AKTUAL
PERMINTAAN, SELISIH, PENJUALAN, DAN DASAR PENENTUAN
FORECAST TRUE PAVE TAHUN 2007

Bulan (2007)	Forecast Permintaan	Permintaan	Penjualan	Permintaan Tak Terpenuhi	Permintaan Terpenuhi (Hasil Produksi) Perusahaan	Permintaan Dipenuhi (Hasil Produksi) Perusahaan Lain	Selisih (Forecast Permintaan dan Permintaan)	Dasar Penentuan Forecast Permintaan
Januari	23077	48456	43610	4846	24228	19382	-25379	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Febuari	25385	51324	46192	5132	25662	20530	-25939	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Maret	29231	56636	50972	5664	28318	22654	-27405	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
April	34615	66078	59470	6608	33039	26431	-31463	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Mei	38462	70406	63365	7041	35203	28162	-31944	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Juni	46153	82070	73863	8207	41035	32828	-35917	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Juli	38462	69293	62364	6929	34647	27717	-30831	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Agustus	38462	63956	57560	6396	31978	25582	-25494	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Septermber	69231	134936	121442	13494	67468	53974	-65705	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Oktober	38462	76291	68662	7629	38146	30516	-37829	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Nopember	64615	126683	114015	12668	63342	50673	-62068	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Desember	46154	89149	80234	8915	44574	35660	-42995	Kualitatif (Judgement Pengusaha)
Total	492309	935277	841749	93528	467638	374111	-442968	

Sumber: Data Samson Jaya

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, total unit permintaan yang diramalkan untuk sepanjang tahun 2007 adalah 492.309 unit. Sedangkan aktual (realitas) permintaan untuk tahun yang bersangkutan adalah sebesar 935.277 unit sehingga dapat diketahui bahwa terdapat kesenjangan (selisih atau kesalahan peramalan) yang besar antara perkiraan permintaan (demand forecast) dengan aktual permintaan sebesar 442.968 unit. Sebesar 841.749 unit dari seluruh permintaan mampu dipenuhi (penjualan) dan sebanyak 93.528 unit atau sebanyak 10% dari total permintaan tidak mampu terpenuhi perusahaan (permintaan tidak terpenuhi). Kekurangan hasil produksi perusahaan untuk memenuhi seluruh permintaan adalah sebanyak 467.639 unit atau tepatnya sebanyak 50% total aktual permintaan. Kemudian, dari permintaan yang mampu dipenuhi perusahaan tersebut, sebanyak 467.638 unit berasal dari perusahaan dan sisanya yaitu sebanyak 374.111 unit (sebanyak lebih dari 40% total aktual permintaan) berasal dari perusahaan lain. Adapun dasar penentuan perkiraan permintaan true pave untuk tahun 2007 adalah kualitatif dalam hal ini *judgement* pengusaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, permintaan yang tidak terpenuhi biasanya karena permintaan terlalu mendesak sedangkan jika perusahaan memproduksi pesanan tersebut butuh waktu yang melebihi limit waktu pemesan dan stok yang ada baik di perusahaan maupun di perusahaan lain sedang kosong. Selain itu, perusahaan pun memiliki keterbatasan dari segi lahan produksi, karena perusahaan pun selain memproduksi true pave juga memproduksi produk lain. Dengan latar belakang inilah, pemilik perusahaan membuat kebijakan untuk hanya memproduksi true pave sebanyak sekitar separuh atau 50% dari perkiraan permintaan sepanjang tahun 2007. Maka dari

itu, karena beberapa alasan inilah seringkali permintaan true pave tidak terpenuhi pada setiap bulan sepanjang tahun 2007.

Pemenuhan permintaan yang didatangkan dari perusahaan lain memang mampu menyelamatkan permintaan pasar agar mampu dipenuhi, hanya saja perusahaan mempunyai konsekuensi untuk mengurangi laba karena perusahaan menyesuaikan harga jual dengan kualitas produk dan beresiko kehilangan konsumen karena masalah kualitas produk yang berasal dari produsen lain. Dengan kata lain, true pave produk perusahaan memiliki kualitas yang lebih baik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Karena volume produksi true pave perusahaan yang dibawah permintaan pasar, maka selama tahun 2007 perusahaan telah mengalami perolehan laba yang lebih kecil jika dibandingkan dengan andai perusahaan mampu memenuhi seluruh permintaan dengan hasil produksi perusahaan.

Dasar penentuan peramalan permintaan (demand forecasting) yang ditetapkan perusahaan adalah subjektifitas (*judgement*) pengusaha berdasarkan pengalamannya di bidang produksi bahan bangunan. Hal ini karena perusahaan tidak terlalu melakukan pembukuan yang rapih pada tahun 2006 sehingga data penjualan yang seharusnya menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam peramalan permintaan terabaikan. Selain itu, perusahaan dirasa kurang responsif terhadap informasi pasar yang menyatakan bahwa peluang di sektor industri terkait mengalami peningkatan. Terkait dengan dasar penentuan peramalan permintaan, seringkali perusahaan menetapkannya berdasarkan judgement pemilik usaha sejak perusahaan ini berdiri.

Penjelasan dari paragraf-paragraf diatas dapat diolah menjadi sebuah informasi, bahwa metode peramalan kualitatif (judgement pemilik usaha) ternyata

tidak sesuai dengan realitas (aktual) permintaan true pave. Dan penentuan volume produksi true pave yang dilakukan perusahaan pun ternyata belum mampu memenuhi seluruh permintaan sehingga belum mampu memaksimalkan pendapatan.

Maka dari itu, untuk mampu memaksimalkan keuntungan perusahaan harus mampu memenuhi seluruh permintaan. Peramalan permintaan atau *demand forecasting* yang dilakukan perusahaan akan menentukan perencanaan volume produksi yang sekiranya mampu memenuhi permintaan pasar. Atas dasar ini, sebagai dasar penentuan volume produksi yang mudah-mudahan mampu memenuhi seluruh permintaan, perusahaan harus memperbaiki peramalan permintaannya dengan metode kualitatif ataupun kuantitatif atau keduanya. Salah satu metode peramalan permintaan yang seringkali digunakan untuk peramalan jangka pendek adalah metode *moving average* atau rata-rata bergerak. Adapun penggunaan periode yang seringkali memiliki tingkat kesalahan atau simpangan yang kecil dari permintaan aktual adalah tiga bulan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Metode Peramalan Permintaan (*Demand Forecasting*) Menggunakan Moving Average Tiga Bulan terhadap Penentuan Volume Produksi True Pave. (Kasus pada Perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin, Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan pada tahun 2007 dan berbagai pihak memprediksikan peningkatan kembali pada tahun 2008 sebesar 6,1% hingga 6,8%. Berdasarkan riset Danareksa Research Institute (DRI), sector properti masih mampu tumbuh di atas 20% yakni sebesar 26,2%.

Namun hal (peluang) ini tidak mampu diakomodasi secara maksimal oleh perusahaan Samson Jaya sehingga perusahaan tidak mampu memanfaatkan situasi bisnis dan memaksimalkan keuntungan. Paving block yang merupakan *family product* yang didalamnya terdapat true pave, kubus, segi 6, segi 8 dan lainnya menyumbang 60% pendapatan bagi perusahaan untuk cabang Sukamiskin. Salah satu produknya yakni true pave atau balok menyumbang sebanyak 40% pendapatan di kategori paving block pada perusahaan ini. Maka dari itu, true pave merupakan salah satu produk unggulan perusahaan.

Terkait dengan tak terakomodasinya permintaan true pave oleh hasil produksi perusahaan, peramalan permintaan yang dilakukan perusahaan ternyata hanya mampu memiliki akurasi sebesar 53% total aktual permintaan. Selain itu, dalam penentuan volume produksi pun perusahaan hanya memproduksi true pave sebanyak 50% dari total perkiraan permintaan (*demand forecasting*) dan sebanyak 40% dari total permintaan dipenuhi dari hasil produksi perusahaan lain dan sebanyak 10% dari total permintaan tidak dipenuhi. Akibatnya, perusahaan mengurangi persentase keuntungan sepanjang tahun 2007. Padahal, meramalkan permintaan (*demand forecasting*) yang bersumber dari lingkungan internal dan eksternal berarti menentukan perkiraan besarnya volume penjualan pada waktu yang akan datang (Suyadi, 2000, 28).

Secara singkat, berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui bahwa metode peramalan kualitatif (judgement pemilik usaha) yang diaplikasikan di perusahaan Samson Jaya ternyata tidak sesuai dengan realitas (aktual) permintaan true pave. Dan penentuan volume produksi true pave yang dilakukan perusahaan pun ternyata belum mampu memenuhi seluruh permintaan sehingga belum mampu memaksimalkan pendapatan.

Kesalahan peramalan permintaan di tahun 2007 harus mampu diperbaiki oleh perusahaan. Salah satu alat yang diperlukan oleh manajemen dan merupakan bagian yang integral dari proses pengambilan keputusan ialah metode peramalan. Ia digunakan untuk mengukur atau menaksir keadaan di masa datang. Dengan hasil peramalan yang mendekati aktual permintaan, perusahaan mampu menentukan volume produksi yang memenuhi seluruh permintaan sehingga perusahaan mampu memaksimalkan keuntungan.

Metode peramalan permintaan terdiri atas pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Volume permintaan dapat diramalkan dengan menganalisis turun-naiknya volume penjualan masa lalu dan mengamati keadaan lingkungan luar yang diperkirakan mempengaruhinya. Alat untuk menganalisis volume permintaan masa lalu adalah metode statistika, antara lain rata-rata bergerak (moving average), penghalusan eksponensial dan analisis kausal yang terdiri dari analisis regresi dan korelasi. Diantara semua metode tersebut, untuk peramalan jangka pendek seringkali digunakan metode rata-rata bergerak (moving average) karena metode ini dinilai paling mendekati aktual permintaan. Jumlah periode (n) yang seringkali dipakai dalam metode ini adalah 3 bulan, 4 bulan dan 5 bulan. Namun diantara jumlah n tersebut, penggunaan $n = 3$ bulan dinilai memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi terhadap aktual permintaan.

Penentuan rencana produksi secara umum dapat dihitung berdasarkan rumus: Rencana Produksi = (Permintaan Total – Inventori Awal) + Inventori Akhir. Proses perencanaan produksi dapat dikemukakan melalui empat langkah utama, sebagai berikut: (1) Mengumpulkan data yang relevan dengan perencanaan produksi, (2) Mengembangkan data yang relevan itu menjadi informasi yang lebih teratur, (3) Menentukan kapabilitas produksi, berkaitan dengan sumber-sumber produksi yang ada, (4) Melakukan partnership meeting yang dihadiri oleh manajer umum, manajer PPIC, manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan, manajer rekayasa (engineering), manajer pembelian, manajer jaminan kualitas, dan manajer-manajer lain yang dianggap relevan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah proses peramalan permintaan (*demand forecasting*) true pave dengan menggunakan metode rata-rata bergerak (*moving average*) 3 bulan pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin?
2. Bagaimanakah penentuan volume produksi true pave pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin?
3. Bagaimanakah pengaruh peramalan permintaan (*demand forecasting*) menggunakan metode rata-rata bergerak (*moving average*) 3 bulan terhadap penentuan produksi true pave pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin?

1.2.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses peramalan permintaan (*demand forecasting*) true pave dengan menggunakan metode rata-rata bergerak (*moving average*) 3 bulan pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin.
2. Untuk mengetahui penentuan volume produksi true pave pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin.
3. Untuk mengetahui pengaruh peramalan permintaan (*demand forecasting*) menggunakan metode rata-rata bergerak (*moving average*) 3 bulan terhadap penentuan produksi true pave pada perusahaan Samson Jaya cabang Sukamiskin.

1.3 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan masukan pada pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen operasional mengenai penentuan peramalan permintaan (*demand forecasting*) menggunakan metode rata-rata bergerak atau *moving average* 3 bulan dan penentuan rencana volume produksi khususnya dalam industri ringan bahan bangunan.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan Samson Jaya dalam menentukan perkiraan permintaan (*demand forecasting*) melalui metode peramalan rata-rata bergerak atau *moving average* tiga bulan dan penentuan rencana volume produksi.