



**PENGARUH KUANTITAS PENJUALAN TERHADAP EFISIENSI
PERSEDIAAN BARANG JADI PADA PT. INDOMOBIL
SUZUKI INTERNATIONAL, JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Tugas Akademik
Dan Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

Oleh :

MOHAMADNUR RAMDHAN

N.I.M : 89420005

N.I.R.M : 893123340250004

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1995**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MOHAMADNUR RAMDHAN
Nomor Induk Mahasiswa : 8942005
N. I. R. M : 893123340250004
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : **PENGARUH KUANTITAS PENJUALAN
TERHADAP EFISIENSI PERSEDIAAN
BARANG JADI PADA PT. INDOMOBIL
SUZUKI INTERNATIONAL, JAKARTA**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan dihadapan Panitia Ujian Skripsi.

Jakarta, Agustus 1995

Mengetahui,
a/n. Dekan Fakultas Ekonomi
Ketua Jurusan Manajemen,

Drs. Victor Senobua

Menyetujui,
1) Dosen Pembimbing Materi,

Dra. Hamid Alqadri, MsTr.

2) Dosen Pembimbing Teknis,

Setyo Utomo Said, Msc.



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

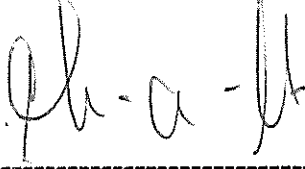


**Judul Skripsi : PENGARUH KUANTITAS PENJUALAN
TERHADAP EFISIENSI PERSEDIAAN
BARANG JADI PADA PT. INDOMOBIL
SUZUKI INTERNATIONAL, JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nama : MOHAMADNUR RAMDHAN
Nomor Induk Mahasiswa : 89420005
N. I. R. M : 893123340250004
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)**

Telah diujikan dihadapan Panitia Ujian Skripsi pada tanggal 31 Agustus 1995

PANITIA PENGUJI SKRIPSI :

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1) Chalid Ismail, SE	Ketua Penguji	
2) Drs. Hamid Alqadri, MsTr.	Anggota Penguji	
3) Drs. Moeljadi Suthoyo	Anggota Penguji	

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas selesainya penyusunan skripsi ini. Berjuta bantuan serta berkah yang dilimpahkan Nya mulai dari munculnya gagasan, keteguhan niat hati, memupuk masa depan, hingga akhirnya terselesaikan skripsi ini.

Penulis merasa bersyukur dapat mengenyam pendidikan tinggi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta. Dan sangat berterima kasih atas segenap pengalaman belajar dan pengalaman extra kurikuler yang pernah dikecap di kampus ini.

Penulisan ini terlaksana berkat bantuan berbagai pihak yang telah sepuh hati membantu Penulis untuk menyelesaikannya, untuk itu Penulis haturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada Bapak Dahlan M. Sutaaksana selaku mantan Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Drs. H. Sartono PH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Drs. Victor Senobua selaku Ketua Jurusan Manajemen, Bapak Drs. Hamid Alqadri, MsTr. selaku Pembimbing Materi, dan Bapak Setyo Utomo Said, Msc. selaku Pembimbing Teknis yang telah setia dan sabar membantu.

Tak lupa juga Penulis haturkan terima kasih kepada pihak staff Administrasi Fakultas Ekonomi, terutama Bapak Moeljono, Bsc. Dan juga kepada jajaran pimpinan PT.

Indomobil Suzuki International terutama Bapak Ir. Hendri-
anto yang telah meluangkan waktunya untuk Penulis dalam
mendapatkan data-data untuk penulisan.

Khusus kepada rekan-rekan mahasiswa dan alumni yang
telah memberikan kenangan tersendiri bagi Penulis dan
telah memotivasi serta membantu penulisan ini terutama
kepada Sdr. Andi Irawan, Sdr. Robert Tedja, Sdr. Rudyanto
Adinugroho, Sdr. Ferry Kurniawan, Sdr. Susilo Budi Widodo,
Sdr. Tjahya Adiantono, SE., Sdr. Zerry Permono, SE., Sdri.
Seini, Sdri. Triana Dewi Penulis haturkan banyak terima
kasih.

Skripsi ini Penulis persembahkan kepada Orang Tua,
Istri dan Putri tercinta, serta Adik-Adik tersayang yang
telah mempercayai Penulis untuk menyelesaikan studi di
perguruan tinggi, terima kasih.

Akhirul kata, Penulis menyadari bahwa penulisan ini
masih banyak kekurangannya. Untuk itu dengan kerendahan
hati Penulis akan menerima segala saran atau kritik untuk
perbaikannya.

Tangerang, Agustus 1995

MOHAMADNUR RAMDHAN

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN PERMASALAHAN	2
C. TUJUAN PENELITIAN	3
D. KEGUNAAN PENELITIAN	3
E. HIPOTESA	3
F. RUANG LINGKUP PENELITIAN	3
G. METODE PENELITIAN	
1. Metode Pengumpulan Data	4
2. Metode Analisa Data	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. PENGERTIAN PEMASARAN	7
B. PENGERTIAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN	9
1. Produk	10
2. Harga	10
3. Promosi	11
4. Distribusi	12
C. DISTRIBUSI SEBAGAI SUB STRATEGI BAURAN PEMASARAN	13
1. Keputusan Saluran Distribusi	13
2. Keputusan Distribusi Fisik	21
D. DISTRIBUSI FISIK SEBAGAI SUB DISTRIBUSI	22
1. Pengertian Distribusi Fisik	22
2. Pengertian Manajemen Persediaan	23
E. PERAMALAN PENJUALAN/PERMINTAAN	27
F. METODE ANALISA DATA DAN MODEL YANG DIGUNAKAN	29
1. Analisa Kuantitas Pesanan Ekonomis	29
2. Analisa Persediaan Rata-Rata	30
3. Analisa Trend Hasil Penjualan	30
4. Analisa Standard Error Of Estimation	31
BAB III. TEMUAN PADA PT INDOMOBIL SUZUKI INTERNATIONAL	
A. SEJARAH SINGKAT BERDIRINYA PT. ISI	33
B. INVESTASI	36
C. TUJUAN, FUNGSI, DAN PERANAN PERUSAHAAN	36
1. Tujuan Perusahaan	36
2. Fungsi Perusahaan	37
3. Peranan Perusahaan	38
D. STRUKTUR ORGANISASI	39
1. Bagan Organisasi	39
2. Job Description	41
E. KEPEGAWAIAN	45
1. Tenaga Kerja	45

2. Prinsip Tenaga Kerja	47
3. Sistem Upah	48
4. Kesejahteraan Karyawan	50
F. ANGGARAN PERUSAHAAN	51
G. LIMBAH INDUSTRI	52
H. PEMASARAN	53
I. PERSEDIAAN BARANG JADI	54
J. HASIL RENCANA PRODUKSI, PRODUKSI/PERSEDIAAN, PENJUALAN SERTA BIAYA PENYIAPAN PRODUKSI	56
 BAB IV. ANALISIS PENELITIAN	
A. PERKEMBANGAN PERUSAHAAN	68
B. PERKEMBANGAN PENJUALAN DAN PERKIRAAN HASIL TAHUN YANG AKAN DATANG	70
C. PERSEDIAAN BARANG JADI YANG OPTIMAL	96
D. ANALISA PENGARUH KUANTITAS PENJUALAN TERHADAP EFISIENSI PERSEDIAAN BARANG JADI	110
E. ANALISA UKURAN PENYIMPANGAN/KESALAHAN DALAM PERKIRAAN	132
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	143
B. SARAN-SARAN	144
 Daftar Pustaka	 xii



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ST.100-CH Tahun 1993/1994, dalam unit.....	57
Tabel 3.2	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ST.100-PU Tahun 1993/1994, dalam unit.....	58
Tabel 3.3	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ST.130-CH Tahun 1993/1994, dalam unit.....	59
Tabel 3.4	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ST.130-PU Tahun 1993/1994, dalam unit.....	60
Tabel 3.5	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe KBNS Tahun 1993/1994, dalam unit.....	61
Tabel 3.6	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe KATANA Tahun 1993/1994, dalam unit.....	62
Tabel 3.7	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ESCUDO Tahun 1993/1994, dalam unit.....	63
Tabel 3.8	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ESTEEM 1.3 Tahun 1993/1994, dalam unit.....	64
Tabel 3.9	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tipe ESTEEM 1.6 Tahun 1993/1994, dalam unit.....	65
Tabel 3.10	Laporan Rencana produksi, Produksi / Persediaan, dan Penjualan Produk Tahun 1993/1994, dalam unit.....	66

Tabel 3.11	Laporan Harga Jual Produk PT. ISI, Dalam Rupiah.....	67
Tabel 3.12	Laporan Biaya Penyiapan Produksi PT. ISI, Dalam Rupiah.....	68
Tabel 4.1	Tabel Rencana Produksi, Produksi /Persediaan, Hasil Penjualan, dan sisa PT. ISI Tahun 1994, Dalam Unit..	69
Tabel 4.2	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ST.100-CH, Dalam Unit.....	72
Tabel 4.3	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ST.100-CH Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	77
Tabel 4.4	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ST.100-PU, Dalam Unit.....	77
Tabel 4.5	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ST.100-PU Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	79
Tabel 4.6	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ST.130-CH, Dalam Unit.....	79
Tabel 4.7	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ST.130-CH tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	81
Tabel 4.8	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ST.130-PU, Dalam Unit.....	81
Tabel 4.9	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ST.130-PU Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	83
Tabel 4.10	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe KBNS, Dalam Unit.....	83

Tabel 4.11	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe KBNS Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit....	85
Tabel 4.12	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe KATANA, Dalam Unit.....	85
Tabel 4.13	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe KATANA Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit....	87
Tabel 4.14	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ESCUDO, Dalam Unit.....	87
Tabel 4.15	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ESCUDO Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit....	89
Tabel 4.16	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ESTEEM 1.3, Dalam Unit.....	89
Tabel 4.17	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ESTEEM 1.3 Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	91
Tabel 4.18	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan Tipe ESTEEM 1.6, Dalam Unit.....	91
Tabel 4.19	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan Tipe ESTEEM 1.6 Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	93
Tabel 4.20	Persiapan Perhitungan Trend Hasil Penjualan PRODUK, Dalam Unit...	93
Tabel 4.21	Perhitungan Analisa Trend Linear Hasil Penjualan PRODUK Tahun 1994 dan Januari 1995, Dalam Unit.....	95
Tabel 4.22	Persiapan Perhitungan Persediaan Barang Jadi Berdasarkan perhitungan Peramalan Penjualan Tahun 1995, Dalam Unit.....	111

Tabel 4.23	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ST.100-CH, Dalam Unit...112
Tabel 4.24	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ST.100-pu, Dalam Unit...114
Tabel 4.25	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ST.130-CH, Dalam Unit...116
Tabel 4.26	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ST.130-PU, Dalam Unit...118
Tabel 4.27	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe KBNS, Dalam Unit.....120
Tabel 4.28	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe KATANA, Dalam Unit.....122
Tabel 4.29	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ESTEEM 1.3, Dalam Unit..124
Tabel 4.30	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ESTEEM 1.6, Dalam Unit..126
Tabel 4.31	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk Tipe ST.100-CH, Dalam Unit...128
Tabel 4.32	Perbandingan Hasil Penjualan Tahun 1994 Dengan perkiraan Penjualan Tahun 1995 Untuk Produk, Dalam Unit.....130

Tabel 4.33	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ST.100-CH Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....132
Tabel 4.34	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ST.100-PU Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....133
Tabel 4.35	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ST.130-CH Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....134
Tabel 4.36	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ST.130-PU Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....135
Tabel 4.37	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe KBNS Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....136
Tabel 4.38	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe KATANA Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....137
Tabel 4.39	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ESCUDO Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....138
Tabel 4.40	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ESTEEM 1.3 Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....139

Tabel 4.41	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Tipe ESTEEM 1.6 Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....140
Tabel 4.42	Perhitungan Hasil Penjualan dan Perkiraan Penjualan Untuk Produk Dalam Menghitung Standard Error Of Estimation Selama Tahun 1994, Dalam Unit.....141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Pengaruh Perantara Dalam Efisiensi Perekonomian.....12
Gambar 3.2	Kurva Daur Hidup Produk.....19
Gambar 4.1	Grafik Regresi Sederhana Antara Jumlah Rencana Produksi, Produksi, Dan Penjualan PT. ISI, Tahun 1994....69



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sudah merupakan sesuatu yang umum, bahwa setiap perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya dan meningkatkan hasil penjualannya selalu menerapkan berbagai strategi pemasaran. Strategi pemasaran tiap perusahaan berbeda-beda walaupun tujuan utamanya tetap sama, yaitu memperoleh keuntungan yang optimal melalui usaha produksi barang atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Perbedaan tersebut antara lain disebabkan oleh karakteristik perusahaan yang berbeda, besarnya modal/asset yang dimiliki, target pasar, dan pesaing dilahan yang sama.

Apabila perusahaan hanya mengetahui bahwa produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang baik serta produknya sangat dibutuhkan oleh masyarakat, sebenarnya belum merupakan sesuatu yang mutlak bahwa konsumen akan selalu setia terhadap produknya. Syarat lain yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan adalah tersedianya produk agar setiap saat dibutuhkan oleh konsumen yang bersangkutan dapat diperoleh dengan mudah dan tepat waktu.

Kealfaan suatu perusahaan dalam menyediakan produknya setiap saat dibutuhkan oleh konsumen akan menimbulkan konsekuensi bahwa loyalitas konsumen terhadap merk

produknya akan menurun. Hal ini disebabkan oleh karena banyak produk sejenis dengan merk lain yang diproduksi oleh perusahaan lain mempunyai kualitas dan harga yang bersaing dengan produknya.

Melihat realita yang demikian ini, maka betapa pentingnya tingkat persediaan barang jadi yang optimum bagi perusahaan dalam memenuhi kepuasan para pelanggan. Dengan demikian masalah tingkat persediaan barang jadi harus dilaksanakan dengan tepat dan efisien sehingga dapat diharapkan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dan akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Bertolak dari realita tersebut di atas, bahwa penentuan tingkat persediaan barang jadi menunjukkan keputusan distribusi fisik utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/konsumen, maka dengan demikian penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap masalah efisiensi persediaan barang jadi yang dilaksanakan oleh PT. Indomobil Suzuki International, Jakarta.

B. PERUMUSAN PERMASALAHAN

Pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah melihat seberapa besar pengaruh kuantitas penjualan dalam efisiensi persediaan barang jadi pada PT. Indomobil Suzuki International, Jakarta.

C. TUJUAN PENELITIAN

Selain untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, juga untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kuantitas penjualan dalam penentuan/efisiensi persediaan barang jadi.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Dengan adanya penelitian ini, maka dapat diketahui seberapa besar persediaan barang jadi yang optimal yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam usaha pemenuhan kepuasan pelanggan, serta memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak perusahaan.

E. HIPOTESA

Kuantitas penjualan/ramalan penjualan dapat mempengaruhi tingkat persediaan barang jadi yang efisien.

F. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada sebuah perusahaan di

Jakarta, yaitu PT. Indomobil Suzuki International.

Dalam penelitian ini ruang lingkup yang dikaji adalah :

1. Perkembangan penjualan dari PT. Indomobil Suzuki International periode 1993-1994.
2. Strategi persediaan barang jadi yang dilakukan PT. Indomobil Suzuki International.
3. Peranan peramalan penjualan dimasa yang akan datang yang dilakukan oleh PT, Indomobil Suzuki International terhadap efisiensi barang jadinya.

6. METODELOGI PENELITIAN

Sumber-sumber pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode pengumpulan data

a. Penelitian lapangan

Pengumpulan data primer atau yang langsung diperoleh dari sumbernya dengan menggunakan cara, yaitu :

- 1) Interview, adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan obyek yang berkepentingan dalam pengumpulan data.
- 2) Observation, adalah cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang

diambil dan diamati.

- 3) Questionary, adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan terlebih dahulu. Metode ini dilakukan agar penelitian dapat lebih terarah dan tidak memakan waktu yang relatif lama.

b. Studi pustaka

Pengumpulan data sekunder dengan mencatat dari penerbitan atau studi kepustakaan yang ada hubungannya dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dan kaitannya dengan kerangka teori.

2. Metode analisa data.

a. Analisa Kualitatif

Yaitu dari data-data yang diperoleh, kemudian diadakan analisis dengan mendasarkan pada teori-teori yang diperoleh, dan kemudian menarik kesimpulan.

Adapun analisis data yang dilakukan penulis adalah mengevaluasi dan menganalisis pelaksanaan manajemen persediaan barang jadi pada PT. Indomobil Suzuki International.

b. Analisa Kuantitatif

Yaitu dengan menganalisis data dengan menitik beratkan kepada perhitungan angka-angka.

Adapun analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisa kuantitas pesanan ekonomis

2. Analisa persediaan rata-rata
3. Analisa Trend hasil penjualan.
4. Analisa standard error estimation.

Untuk menunjang keperluan menganalisis dalam penelitian ini, diperlukan data-data sebagai berikut :

1. Data utama

Kegiatan manajemen persediaan barang jadi yang dilakukan perusahaan dalam suatu periode tertentu.

2. Data penunjang

- a. Sejarah perusahaan
- b. Investasi
- c. Tujuan, fungsi, dan peranan perusahaan
- d. Struktur organisasi

1. Bagan

2. Job Description per bagian

e. Kepegawaian

1. Tenaga kerja
2. Prinsip tenaga kerja
3. Sistem pengupahan
4. Kesejahteraan pegawai

f. Anggaran perusahaan

g. Limbah industri

h. Pemasaran

i. daerah pemasaran

3. Data untuk keperluan analisis

- a. Besarnya persediaan barang jadi
- b. Tingkat penjualan dalam skala waktu tertentu.

