

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.4. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II    TELAAH PUSTAKA .....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Penjualan dan Anggaran Penjualan .....	9

	2.1.2. Peramalan ( <i>Forecasting</i> ).....	11
	2.1.2.1. Definisi Peramalan.....	11
	2.1.2.2. Kegunaan Peramalan.....	12
	2.1.2.3. Prinsip-prinsip Peramalan.....	13
	2.1.2.4. Jenis-jenis Metode Peramalan.....	14
	2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN.....	26
	3.1. Jenis dan Sumber Data.....	26
	3.2. Metode Pengumpulan Data.....	27
	3.3. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
	4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT Pertamina (Persero).....	32
	4.1.2. Visi dan Misi PT Pertamina (Persero).....	33
	4.1.3. Kegiatan dan Bisnis PT Pertamina (Persero).....	35
	4.1.4. Produk Usaha Hilir PT Pertamina (Persero).....	38
	4.1.5. Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV.....	40
	4.2. Analisa dan Pembahasan.....	43
	4.2.1. Penyusunan Peramalan Penjualan ( <i>Forecasting</i> ) BBM Pada PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV.....	43

4.2.2.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Peramalan Penjualan ( <i>Forecasting</i> ) BBM Pada PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV .....	44
4.2.3.	Data-data Penjualan Untuk Penyusunan Peramalan Penjualan ( <i>Forecasting</i> ) BBM Pada PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV .....	47
4.2.4.	Perhitungan Peramalan Penjualan ( <i>Forecasting</i> ) BBM Pada PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV Tahun 2011 .....	50
4.2.5.	Perhitungan Standar Kesalahan Peramalan Penjualan ( <i>Forecasting</i> ) BBM Jenis Premium dan Pertamina Pada PT Pertamina (Persero) Pemasaran BBM Retail Region IV .....	60
BAB V PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan .....	82
5.2.	Keterbatasan dan Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....		87
LAMPIRAN - LAMPIRAN .....		88