

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode *regresi linear* sederhana dapat menghasilkan prediksi jumlah penjualan kacang tanah tahunan pada UD. Faksiam dengan menggunakan data historis periode 2015–2024 berbasis *time series*.
2. Hasil prediksi menunjukkan bahwa penjualan kacang tanah pada tahun 2025 diperkirakan sebesar 3.897 dan pada tahun 2026 sebesar 3.995 yang menandakan adanya tren penjualan yang cenderung meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa model *regresi linear* sederhana dapat digunakan sebagai alat bantu dalam memperkirakan penjualan pada periode berikutnya.
3. Model *regresi* yang dihasilkan menunjukkan adanya hubungan *linier* antara indeks waktu dan jumlah penjualan, yang mengindikasikan kecenderungan tren penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun.
4. Hasil pengujian akurasi model menunjukkan nilai *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) sebesar 6,17% yang termasuk dalam kategori sangat akurat.
5. Nilai *koefisien determinasi* (R^2) sebesar 0,615 menunjukkan bahwa variabel waktu mampu menjelaskan sebesar 61,5% variasi perubahan

jumlah penjualan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

6. Berdasarkan hasil tersebut, model *regresi linear* sederhana yang digunakan dinilai cukup baik dan layak digunakan sebagai alat bantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan data penjualan dengan periode yang lebih panjang atau frekuensi yang lebih detail, misalnya data bulanan atau triwulanan selama 10–15 tahun, agar pola tren dan fluktuasi penjualan dapat ditangkap dengan lebih baik sehingga akurasi prediksi meningkat.
2. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel lain yang relevan terhadap penjualan, seperti harga jual, jumlah pelanggan, kondisi cuaca, ketersediaan bahan baku, atau kegiatan promosi, sehingga model tidak hanya bergantung pada variabel waktu dan mampu menjelaskan variasi penjualan secara lebih baik.
3. Penggunaan metode peramalan lain sebagai pembanding sangat disarankan, seperti *regresi linear* berganda, metode *time series* (*Moving Average*, *Exponential Smoothing*), atau ARIMA, agar dapat dibandingkan tingkat akurasi dan diperoleh metode prediksi yang paling optimal untuk perencanaan usaha.