

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Prosedur Penyusunan Anggaran Penjualan yang Dilakukan PT. Mawar Motor Fayuri

PT. Mawar Motor Fayuri telah memiliki prosedur penyusunan anggaran penjualan yang secara umum dilaksanakan berdasarkan realisasi penjualan tahun-tahun sebelumnya. Namun, penyusunan tersebut belum sepenuhnya didukung oleh metode kuantitatif peramalan yang sistematis. Penyusunan anggaran penjualan dilakukan setiap tahun dan dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan terkait penyediaan stok sepeda motor, tetapi belum mengintegrasikan teknik analisis data secara formal seperti metode *Forecasting*. Hal ini mengakibatkan potensi ketidaktepatan dalam perencanaan, terutama saat terjadi fluktuasi permintaan pasar.

2. Penerapan Metode *Forecasting* dalam Penyusunan Anggaran Penjualan

Metode *Forecasting* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Least Square* (Kuadrat Terkecil). Metode ini diterapkan untuk menganalisis tren penjualan sepeda motor pada PT. Mawar Motor Fayuri selama lima tahun terakhir (2020–2024). Hasil analisis menunjukkan bahwa metode *Least Square* cukup efektif untuk digunakan dalam memproyeksikan penjualan di masa depan karena mampu memberikan gambaran yang objektif dan berbasis data historis. Dengan metode ini, peramalan dilakukan berdasarkan pola pertumbuhan atau penurunan penjualan dari waktu ke waktu, sehingga dapat membantu manajemen dalam menyusun anggaran penjualan secara lebih akurat dan rasional.

3. Hasil Peramalan Volume Penjualan Sepeda Motor

Hasil *Forecasting* penjualan PT. Mawar Motor Fayuri pada tahun 2025 yang dihitung berdasarkan data penjualan selama lima tahun dengan menggunakan metode *Least Square* adalah sebanyak 2.042 unit. Dibandingkan dengan tahun 2024 PT. Mawar Motor Fayuri memperoleh penjualan sebesar 1.893 unit. Sehingga, untuk peramalan tahun 2025 PT. Mawar Motor Fayuri mengalami peningkatan sebanyak 38 unit dengan persentase kenaikan sebesar 7,87% atau dibulatkan menjadi 7,9%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka dapat disaran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- PT. Mawar Motor Fayuri disarankan untuk menerapkan metode *Forecasting* secara rutin dan sistematis dalam penyusunan anggaran penjualan. Metode *Least Square* yang digunakan terbukti mampu memberikan hasil prediksi yang cukup akurat dan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan.
- Penyusunan anggaran penjualan sebaiknya tidak hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman masa lalu, melainkan didukung oleh data historis dan analisis kuantitatif. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari kesalahan dalam penyediaan stok yang berpotensi menimbulkan kerugian.
- Manajemen perusahaan perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam perencanaan anggaran penjualan, termasuk pelatihan terkait teknik peramalan, pengolahan data penjualan, dan analisis tren pasar, agar proses penyusunan anggaran semakin profesional dan terarah.

- Disarankan juga bagi perusahaan untuk mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, musim, dan permintaan pasar dalam melakukan peramalan, agar hasilnya lebih akurat dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis

2. Penelitian selanjutnya

- Penelitian selanjutnya dapat membandingkan metode *Least Square* dengan metode lain seperti *Exponential Smoothing*, ARIMA, atau *Machine Learning* (misal: regresi berbasis pohon keputusan atau *neural network*). Ini memerlukan sumber daya dan pengetahuan statistik/komputasi lanjutan yang mungkin belum dikuasai peneliti saat ini.
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model *Forecasting* yang mempertimbangkan variabel makro ekonomi seperti inflasi, suku bunga, harga bahan bakar, dan sentimen konsumen. Namun, ini memerlukan data yang luas dan dukungan perangkat lunak statistik lanjutan.
- Saat ini penelitian menggunakan data bulanan. Penelitian ke depan bisa menggunakan data harian untuk memperoleh *forecast* jangka pendek yang lebih presisi (*short-term Forecasting*), yang biasanya sulit dilakukan karena keterbatasan akses terhadap data detail harian.
- Agar hasil lebih *generalizable*, penelitian selanjutnya bisa membandingkan lebih dari satu *dealer* atau melakukan studi lintas wilayah (misalnya antara *dealer* di kota besar dan pedesaan). Ini akan sulit dilakukan oleh peneliti sekarang karena keterbatasan akses dan biaya operasional lapangan.
- Penelitian lanjutan bisa melibatkan data dari sistem digital perusahaan seperti CRM atau aplikasi penjualan berbasis *online*. Ini membutuhkan kerja sama perusahaan secara mendalam dan akses teknologi yang belum tentu tersedia untuk mahasiswa.