

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki kesimpulan yaitu, terdapat beberapa tahapan dalam melakukan prediksi hasil penjualan air isi ulang. Tahapan awal yaitu pengambilan data penjualan air minum selama 12 bulan terakhir, lalu menentukan nilai pergerakan (rata-rata bergerak) dengan menggunakan nilai pergerakan 5,6 dan 7 sehingga, didapat nilai prediksi setiap bulannya. Tahapan selanjutnya untuk melihat nilai keakurasian, peneliti menggunakan perhitungan MAD, RMSE dan MAPE pada setiap pergerakan (rata-rata bergerak) yang telah ditentukan.

Pada pergerakan ke-lima memiliki tingkat keakurasian sebesar 71,27% dengan nilai MAD sebesar 49,57; RMSE sebesar 53,89 dan MAPE sebesar 28,74%. Pada pergerakan ke-enam memiliki tingkat keakurasian sebesar 67,32% dengan nilai MAD sebesar 56,17; RMSE sebesar 60,08 dan MAPE sebesar 32,68%. Sedangkan pergerakan ke-tujuh memiliki tingkat keakurasian sebesar 64,84% dengan nilai MAD sebesar 57,4; RMSE sebesar 60,8 dan MAPE sebesar 35,16%. Berdasarkan pergerakan 5,6 dan 7 bisa disimpulkan bahwa pergerakan 5 yang memiliki tingkat akurasi yang baik (tingkat kesalahan terkecil). Tahapan berikutnya yaitu pengujian sistem. Dengan pengujian *blackbox* dan pengujian angket kelayakan yang telah dilakukan dapat dinyatakan bahwa program telah valid dan layak, dengan tingkat kelayakan sebesar 3,71.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti paparkan, yaitu:

1. Metode *Single Moving Average* dapat menjadi tahap awal yang baik dalam prediksi penjualan, terutama untuk asosiasi yang baru memulai dengan pemeriksaan informasi. Meskipun demikian, untuk mendapatkan prediksi

yang lebih tepat harus dipadukan dengan berbagai strategi dan perubahan berdasarkan kualitas tertentu dari informasi penjualan yang diperiksa.

2. Membuat atau mengevaluasi perangkat lunak (*software*) yang memprediksi penjualan berdasarkan metode *Single Moving Average*. Hal ini akan mempermudah penerapan strategi ini dalam pendekatan strategis sehari-hari.



UNUGIRI