BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1) Biaya Promosi memiliki korelasi positif dan berpengaruh signifikan terhadap Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018. Besarnya nilai Biaya Promosi akan diikuti dengan meningkatnya Penjualan. Hal tersebut disebabkan karena semakin tinggi Biaya Promosi maka Penjualan yang dicapai perusahaan akan semakin meningkat dan dengan semakin gencarnya promosi yang dilakukan oleh usaha manufaktur ini mampu memberikan informasi, menarik perhatian kepada calon konsumen yang selanjutnya akan mempengaruhi daya beli masyarakat untuk membeli barang tersebut sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan.
2) Penjualan memiliki korelasi positif dan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018. Besarnya nilai Penjualan akan diikuti dengan besarnya nilai Laba Bersih. Hal tersebut disebabkan karena penjualan merupakan sumber pendapatan utama dari usaha manufaktur. Apabila perusahaan mampu meningkatkan penjualan maka perusahaan mempunyai kemungkinan untuk memperbesar laba dengan syarat jumlah penjualan harus dapat menutupi semua biaya-

biaya yang dikeluarkan seperti jumlah harga pokok barang dan biaya usaha lainnya.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan serta Implikasinya terhadap Laba Bersih maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018 sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

Bagi Perusahaan :

1) Hasil penelitian telah membuktikan bahwa Biaya Promosi berpengaruh terhadap Penjualan. Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan, dimana penjualan merupakan sumber pendapatan utama bagi sebuah perusahaan. Dengan penjualan yang semakin meningkat menjadi salah satu faktor yang menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut cukup baik. Oleh karenanya penjualan ini harus selalu menjadi fokus utama dalam bisnis manufaktur, untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan bisa melakukan berbagai strategi pemasaran seperti memberikan promo dengan waktu yang terbatas, melakukan komunikasi *after-sales* yakni melakukan komunikasi kepada para konsumen baik itu konsumen baru maupun konsumen prioritas setelah mereka membeli barang dari perusahaan. Hal ini berguna untuk menjaga citra dan nama baik perusahaan

yang menunjang terhadap keberlangsungan jual beli di kemudian hari. Tidak hanya itu, zaman milenial sekarang umumnya masyarakat luas sudah melek teknologi dan internet, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kondisi masyarakat dengan melakukan promosi di sosial media.

2) Hasil penelitian telah membuktikan bahwa Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih. Perusahaan harus lebih menekan efisiensi biaya pada Biaya Produksi dan Biaya Operasional serta meningkatkan Penjualan sehingga perusahaan dapat meningkatkan laba bersih dibandingkan tahun sebelumnya.

5.2.2 Saran Akademis

1) Bagi Pengembangan Ilmu

Disarankan bagi pengemban ilmu untuk memahami isi dari penelitian ini agar mendapatkan pengetahuan dan wawasan tentang penelitian ini yaitu kegiatan promosi dapat menunjang keberhasilan suatu usaha dengan peningkatan penjualan yang dicapai. Apabila suatu perusahaan dapat meningkatkan penjualan, maka perusahaan tersebut akan memiliki kemungkinan untuk memperbesar laba sehingga dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan variabel, unit analis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.