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 Volume Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Artinya ketika terjadi peningkatan Biaya Promosi maka akan meningkatkan Volume Penjualan.
2) Biaya Distribusi memiliki korelasi positif dan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Artinya ketika terjadi peningkatan Biaya Distribusi maka akan meningkatkan Volume Penjualan.

5.2 Saran

Setelah peneliti memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Analisis atas Peningkatan Volume Penjualan yang di pengaruhi oleh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub

Sektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

Bagi Perusahaan :

1) Hasil penelitian telah membuktikan bahwa Volume Penjualan dipengaruhi oleh Biaya Promosi. Perusahaan dapat meningkatkan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi karena dengan meningkatnya kegiatan promosi tersebut maka akan membuat masyarakat lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga nantinya akan berimbas kepada kenaikan volume penjualan. Ketika perusahaan harus menghadapi kondisi ekonomi yang kurang stabil maka perusahaan harus dapat menganalisis pasar mana yang cocok dan memiliki pengaruh jika dijadikan sasaran untuk promosi atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga ketika mengeluarkan biaya untuk kegiatan promosi tersebut dapat memberikan pengaruh yang maksimal terhadap volume penjualan. Selain itu perusahaan juga harus dapat menentukan metode promosi yang cocok dengan pasar yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan volume penjualan.

2) Hasil penelitian telah membuktikan bahwa Volume Penjualan dipengaruhi oleh Biaya Distribusi. Perusahaan dapat meningkatkan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan distribusi karena dengan meningkatnya kegiatan distribusi tersebut maka akan membuat masyarakat lebih mudah

mendapatkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga nantinya akan berimbas kepada kenaikan volume penjualan. Ketika perusahaan harus menghadapi kondisi ekonomi yang kurang stabil maka perusahaan harus dapat menganalisis dan menetukan cara yang efektif dalam menyalurkan biaya untuk kegiatan distribusi. Dimana biaya yang dikeluarkan tersebut harus dapat mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan seluas mungkin agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan produk tersebut dan akhirnya akan berdampak pada peningkatan volume penjualan.

5.2.2 Saran Akademis

1) Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, sebagai sumber informasi dan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan disiplin ilmu akuntansi keuangan, serta berkontribusi dalam pengembangan penelitian khususnya mengenai Biaya Promosi, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan, serta sebagai masukan dan tambahan referensi bagi para pembaca khususnya dalam ilmu akuntansi keuangan.

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.