

BAB V

Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Surya Karya Sampoerna maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan ada 2 macam yaitu aktivitas promosi melalui periklanan *e-commerce*, dan penjualan langsung (*direct selling*).
2. Aktivitas biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan bermacam-macam yaitu biaya produksi tidak langsung, biaya umum dan administrasi, dan biaya lain-lain.
3. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan berbeda-beda setiap tahunnya, dimana biaya promosi perusahaan pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami naik turun. Pada tahun 2016 biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp 16.916.099, pada tahun 2017 biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan menurun menjadi Rp 13.869.948, dan untuk tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi Rp 18.764.576
4. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan berbeda-beda setiap tahunnya, dimana biaya produksi perusahaan pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami naik turun. Pada tahun 2016 biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp 1.031.926.679, pada tahun 2017 biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan menurun menjadi Rp 817.900.028, dan untuk tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi Rp 1.036.171.554
5. Penjualan pada perusahaan berbeda-beda setiap tahunnya. Penjualan perusahaan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 mengalami penurunan dan kenaikan. Pada tahun 2016 penjualan perusahaan sebesar Rp 5.229.837.190, pada tahun 2017 penjualan perusahaan mengalami penurunan menjadi sebesar Rp 4.419.664.397, dan pada tahun 2018 penjualan perusahaan mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp 8.152.859.649.
6. Deskriptif analitis yang telah dilakukan melalui proses observasi dan wawancara menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan searah terhadap penjualan, dimana ketika biaya promosi turun maka penjualan ikut menurun, dan ketika biaya promosi naik maka penjualan ikut naik.

7. Deskriptif analitis yang telah dilakukan melalui proses observasi dan wawancara menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan searah terhadap penjualan, dimana ketika biaya produksi turun maka penjualan ikut menurun, dan ketika biaya produksi naik maka penjualan ikut naik.

Jadi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 perusahaan melakukan strategi promosi melalui aktivitas periklanan *e-commerce*, dan penjualan langsung (*direct selling*). Biaya promosi dan penjualan bergerak searah pada tahun 2016 sampai dengan 2017 yaitu mengalami penurunan, dan pada tahun 2017 sampai dengan 2018 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil deskriptif analitis diketahui bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan searah dengan penjualan.

Jadi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 perusahaan melakukan pengeluaran biaya pada aktivitas produksi diantaranya adalah biaya produksi tidak langsung, biaya umum & administrasi, dan biaya lain-lain. Biaya produksi dan penjualan bergerak searah pada tahun 2016 sampai dengan 2017 yaitu mengalami penurunan, dan pada tahun 2017 sampai dengan 2018 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil deskriptif analitis diketahui bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan searah dengan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya lebih memaksimalkan kegiatan promosinya pada *e-commerce*, karena saat ini teknologi sangat berguna sebagai sarana promosi yang paling diutamakan.
2. Perusahaan sebaiknya merencanakan strategi promosi dengan perencanaan yang baik agar kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan sasaran perusahaan.
3. Perusahaan sebaiknya mencoba beberapa hal untuk meningkatkan biaya promosinya seperti publisitas, hubungan masyarakat, dan lain-lain.
4. Perusahaan sebaiknya mencoba melakukan anggaran kembali untuk biaya produksinya agar biaya yang dikeluarkan bisa berkurang tetapi penjualannya tetap atau meningkat.

5. Pimpinan perusahaan juga harus sesekali mengontrol dan mengawasi para bawahannya staff/karyawannya.
6. Perlunya melakukan evaluasi setiap tahun untuk mengetahui dan mengontrol biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan agar bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya.

