

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Biaya promosi terhadap volume penjualan dan laba bersih PT.Oscar Mitra Sukses Sejahtera periode 2016-2018 disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan volume penjualan dan laba bersih adalah dengan menampilkan gambar produk yang menarik, memberikan harga mampu bersaing murah dari harga toko lain, memberikan potongan harga, voucher dan layanan gratis kepada konsumen untuk menarik perhatian pembeli.
2. Volumen dan laba penjualan yang dihasilkan dari biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan.
 - a. Volume penjualan perusahaan pada tahun 2016 – 2017 mengalami kenaikan sebesar 119% , periode berikutnya tahun 2017 – 2018 naik lagi sebesar 2% namun tingkat kenaikan sangat tipis dari volume penjualan periode sebelumnya. Hal ini bisa dilihat dari biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan ada penurunan dari tahun sebelumnya sehingga hal ini berpengaruh dengan volume penjualan. Tahun 2018 - 2019 mengalami kenaikan sebesar 33%. Dari hasil penelitian ini penulis mengambil kesimpulan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan berjalan dengan positif dan berpengaruh baik dengan penjualan.

- b. Laba bersih yang diperoleh perusahaan dari hasil penelitian diatas adalah tahun 2016 ke tahun 2017 perusahaan mendapatkan laba sebesar 14%. Periode berikutnya tahun 2017 ke tahun 2018 laba perusahaan naik sebesar 2%. Tahun 2018 ke 2019 perusahaan mendapatkan laba sebesar 30%. Kesimpulannya setiap biaya promosi memberikan pengaruh baik pada tingkat laba bersih perusahaan dan ini sangat baik untuk meningkatkan laba perusahaan.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan beberapa kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran-saran sebagai bahan masukan dan kebijaksanaan untuk pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya memberikan perhatian lebih pada kualitas produk sehingga konsumen meberikan kepercayaan untuk membeli produk tersebut.
2. Memberikan promosi terbatas agar konsumen tertarik pada saat itu juga dan tidak menunda-nunda belanja.
3. Menawarkan produk gratis kepada konsumen.
4. Melakukan komunikasi yang baik kepada konsumen meskipun setelah belanja.
5. Sebaiknya perusahaan meningkatkan kemampuan pengelolaan pendapatan agar mampu meningkatkan dan juga mempertahankan laba perusahaan.

