

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan beban iklan dan promosi serta biaya produksi terhadap profitabilitas dengan *net profit margin* sebagai indikator, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI periode 2014-2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Beban iklan dan promosi memiliki nilai t sebesar 1,1256 yang berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan t_{tabel} 2,052. Selain itu, angka signifikansi L_n beban iklan dan promosi sebesar 0,2702 yang artinya lebih besar dibandingkan tingkat kesalahan penelitian sebesar 0,05. Dengan demikian, beban iklan dan promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara parsial.
2. Biaya produksi menghasilkan nilai t sebesar -2,0756 yang mengindikasikan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 2,052. Nilai signifikansi yang dihasilkan biaya produksi sebesar 0,0476 masih berada di bawah tingkat kesalahan penelitian sebesar 0,05. Maka dari itu, biaya produksi dikatakan memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas secara parsial dengan arah negatif. Artinya, setiap kenaikan biaya produksi akan menurunkan profitabilitas perusahaan.
3. Beban iklan dan promosi serta biaya produksi memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan secara simultan. Dapat dikatakan demikian, karena hasil nilai F sebesar 6,108 lebih besar dibandingkan F_{tabel} sebesar 0,4976, serta nilai signifikansi sebesar 0,00648 yang berada jauh di bawah tingkat kesalahan penelitian.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi investor dan Calon Investor

Bagi investor sebaiknya memperhatikan besar biaya produksi dan beban, khususnya beban iklan dan promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan di periode tersebut. Beban iklan dan promosi serta biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan harus sejalan dengan pendapatan yang diterima perusahaan. Jangan sampai beban iklan dan promosi serta biaya produksi yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima.

Untuk calon investor, sebaiknya melakukan investasi pada perusahaan yang mengeluarkan beban yang rendah dan efisien namun laba yang terbilang tinggi. Dengan demikian, perusahaan dapat dikatakan baik, karena dapat mengelola sumber daya dengan efisien.

2. Bagi perusahaan

Sebaiknya perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman mempertimbangkan dalam mengeluarkan beban iklan dan promosi serta biaya produksi dan menganalisis terlebih dahulu seberapa besar manfaat dari beban iklan dan promosi serta biaya produksi yang dikeluarkan. Selain itu, perusahaan sebaiknya melakukan efisiensi biaya dan melakukan penghematan agar laba yang diperoleh dapat maksimal.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain terbatasnya variabel yang digunakan, sempitnya sampel penelitian yang digunakan dan periode penelitian yang pendek. Dengan demikian, saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait topik ini sebaiknya menambah variabel penelitian, memperluas kriteria objek penelitian dan memperpanjang periode penelitian. Dengan demikian, dapat diketahui lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung: Alfabeta
- Ardin. (2018). “PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. SIMPATIK CABANG GOWA”. *INDONESIAN JOURNAL OF FUNDAMENTAL SCIENCES (IJFS)*. 128-135
- Carter, W., K. (2014). Edisi Keempat Belas. *“Akuntansi Biaya”*. Diterjemahkan oleh Krista. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2011). Edisi 1. *“Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan”*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Harnanto. (2017). *“Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis”*. Yogyakarta: BPFE
- Hery. (2015). *“Pengantar Akuntansi”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Horngren, C. T., et. al. (2015). Edisi 15. *“Cost Accounting: Managerial Emphasis”*. Harlow: Pearson Education Limited
- Jumingan. (2009). *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2014). *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta: Rajawali Pers

Kieso, et. al. (2018). *“Intermediate Accounting: IFRS Edition”*. Edisi 3. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.

Kotler, P., Armstrong, G. (2010). 13th Edition. *“Principles of Marketing”*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P., Keller, K., L. (2016). *“Marketing Management”*. Edisi 15e. Upper Sadle River, N.J: Pearson Prentice Hall

Kwary, A., D. 2009. *“Akuntansi Manajerial”*. Jakarta: Salemba Empat

Maulida, I. S. R. (2019). “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4180>

Mowen, J. C., Minor, M. (2002). Edisi kelima. *“Perilaku Konsumen”*. Jakarta: Erlangga

Mulyadi. (2010). Edisi ke-3. *“Sistem Akuntansi”*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Munggaran, A. (2012). “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Perusahaan Sendal Sevpia Tasikmalaya)”.

Murhadi, R., W. (2013). *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta: Salemba Empat.

Mursid, M. (2016). *“Manajemen pemasaran”*. Edisi 1. Cetakan 7. Jakarta: Bumi Aksara

- Mursyidi. (2008). “*Akuntansi Biaya: Conventional Costing, Just In Time dan Activity Based Costing*”. Jakarta: Refika Aditama
- Nafarin. (2014). “*Penganggaran Perusahaan*”. Jakarta: Salemba Empat
- Nurlaelah, Falah, S. (2017). PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP NET PROFIT MARGIN (NPM) PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)”. *The Asia Pacific Journal of Management Studies*, 4(3),
- Okyere, N., et al. (2011). “The Effect of Marketing Communications on the Sales Performance of Ghana Telecom (Vodafone, Ghana)”. *International Journal of Marketing Studies*, 3(4), 50-62. <https://doi.org/10.5539/ijms.v3n4p50>
- Ramadita, E., S., Suzan, L. (2019). “Pengaruh Biaya Produksi, Debt to equity ratio, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas”. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 11(1), 159-168
- Rangkuti, F. (2009). “*Strategi Promosi yang Kreatif*”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Riana, I., S., et al. (2018). “PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN NILAI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Akuntansi Universitas Pandanaran*.
- Riyadi. (2014). “*Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*”. Jakarta: Salemba Empat
- Sadeli., et. al. (2010). “*Akuntansi Manajemen*”. Jakarta: Bumi Aksara

Santoso, S. (2012). *“Panduan Lengkap SPSS Versi 20”*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Saputra, D., dkk. (2018). “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UTANG LUAR NEGERI DI INDONESIA”. *Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. 1(3). 485

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *“Research methods for business: A skill-building approach”*. West Sussex: John Wiley & Sons

Simamora, H. (2002). *“Akuntansi Manajemen”*. Jakarta: Salemba Empat

Siregar, B., et. al. (2013). *“Akuntansi Manajemen”*. Jakarta: Salemba Empat

Standar Akuntansi Keuangan

Sudana, I., M. (2011). *“Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik”*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: IKAPI.

Sujarweni, V.W., (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sumarsan, T. (2013). *“Akuntansi Dasar dan Aplikasi dalam Bisnis versi IFRS”*. Edisi 1. Jakarta: PT. Indeks

Tjiptono, F. (2015). Edisi 4. *“Strategi Pemasaran”*. Jakarta: Andi

Weygandt, J. J., et. al. (2012). Edisi 2. *“Financial Accounting: IFRS Edition”*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

www.idx.co.id

Yusuf, M. (2019). “PENGARUH BELANJA IKLAN, AUDIENCE SHARE, STRUKTUR MODAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN”. *Jurnal Indonesia Membangun*. 18(2). 66.