

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada perspektif beban pemasaran dan beban produksi terhadap peningkatan laba bersih, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan beban pemasaran terhadap laba bersih pada PT. Unilever Tbk periode tahun 2013-2022, hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,175 > 2,024$ ) dengan tingkat signifikansi  $> 0,05$ .
2. Tidak terdapat pengaruh beban produksi terhadap laba bersih pada PT. Unilever Tbk periode tahun 2013-2022, didapat hasil  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,729 < 2,024$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $> 0,05$ .
3. Terdapat pengaruh signifikan beban pemasaran dan beban produksi secara bersama-sama terhadap laba bersih pada PT. Unilever Tbk Periode 2013-2022, didapat hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $136,996 > 3,252$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $< 0,05$ .

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas maka dapat dikemukakan saran :

1. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan biaya pemasaran tidak hanya untuk biaya angkut tapi dengan melakukan promosi – promosi serta membuat iklan – iklan lebih giat yang belum dilakukan tahun sebelumnya, yang nantinya akan berpengaruh pada penjualan perusahaan, sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan mengalami peningkatan.
2. Diharapkan perusahaan dapat mengefisienkan bahan baku, tujuannya yaitu untuk meminimkan biaya dan memaksimalkan laba bersih. Dalam mengendalikan biaya bahan baku ini perusahaan harus bisa memprediksi kapan bahan baku harus dibeli, dan mengoptimalkan persediaan di gudang serta perusahaan harus mampu memastikan bahan baku dalam satu tahun penutupan buku.
3. Kepada pihak perusahaan diharapkan agar mengoptimalkan laba yang diperoleh agar bisa lebih bermanfaat bagi kondisi keuangan perusahaan untuk mengimbangi penggunaan beban pemasaran dan beban produksi yang berlebihan.
4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti variabel atau menambah variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini