

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa hasil pengujian parsial (uji t) biaya produksi terhadap laba bersih tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikan $0,709 > 0,05$. Maka hipotesis yang menyatakan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih ditolak. Karena, peningkatan laba bersih tidak disebabkan oleh peningkatan biaya produksi hal ini disebabkan karena biaya produksi tidak sepenuhnya dikeluarkan pada pendapatan yang dihasilkan dari penjualan, tetapi perusahaan menyediakan modal yang besar yang berasal dari investor untuk menutupi biaya produksi.
2. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa hasil pengujian parsial (uji t) biaya promosi terhadap laba bersih memiliki pengaruh signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Karena, besarnya jumlah biaya produksi yang dikeluarkan mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat dan dapat menjangkau pasar yang telah ditarget sehingga berdampak pada peningkatan laba bersih perusahaan.

3. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa hasil pengujian parsial (uji t) penjualan terhadap laba bersih memiliki pengaruh signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikan $0,016 < 0,05$. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih diterima. Karena, penjualan hasil produksi perusahaan meningkat maka dapat menaikkan laba bersih, selama hasil penjualan atau pendapatan tersebut lebih besar dari biaya yang dikeluarkan
4. Hasil pengujian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. Hal ini dibukti dengan hasil uji statistik $F_{\text{tabel}} 7.620 > F_{\text{hitung}} 320$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
5. Hasil uji R Squer menunjukkan kan bahwa 33,2% dari variebel laba bersih dapat dijelaskan oleh variabel biaya produksi, biaya promosi dan penjualan dan sisanya sebesar 66,8% dapat dijelaskan oleh faktor lain diluar model regresi.

5.2 Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan tekstil dan garment diharapkan untuk tetap mempertahankan efektifitas dan efesiensi dalam pengendalian biaya produksi, biaya promosi serta peningkatan dalam penjualan akrena dapat memaksimalkan laba bersih perusahaan.
2. Penelitian ini terbatas pada 10 perusahaan yang ada dan hanya terbatas untuk biaya produksi, biaya promosi dan penjualan. Selanjutnya peneliti

diharapkan agar dapat mencari faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi laba bersih selain variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi investor dalam melakukan investasi dengan melihat kondisi perusahaan melalui laporan keuangan, khususnya laporan laba/rugi.
4. Bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya supaya dapat lebih memperluas penelitian dengan menambah periode tahun penelitian supaya hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.