

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu pada output pemrosesan data yang diteliti serta pengujian statistik menggunakan model regresi berganda pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024, untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dijelaskan dapat ditarik kesimpulan yang dijelaskan di bawah ini:

1. Anggaran Biaya Produksi mempunyai dampak positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan anggaran biaya produksi yang dilakukan secara efektif dan efisien cenderung memberikan dampak positif terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Hal ini disebabkan karena pengendalian biaya produksi yang optimal mampu mendorong peningkatan jumlah produksi serta menjaga kualitas produk, sehingga berkontribusi pada meningkatnya penjualan dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan laba bersih perusahaan.
2. Biaya Promosi mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Artinya, ketika kenaikan biaya promosi dapat berdampak pada penurunan laba bersih apabila tidak diikuti oleh peningkatan penjualan yang seimbang. Hal ini terjadi karena biaya promosi merupakan bagian dari beban perusahaan, sehingga ketika strategi promosi yang dilakukan kurang efektif, pengeluaran tersebut tidak mampu meningkatkan pendapatan dan justru menyebabkan laba bersih menurun.
3. Pertumbuhan Penjualan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Kenaikan

penjualan tidak selalu berdampak langsung pada peningkatan laba perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh meningkatnya biaya operasional dan biaya produksi, atau adanya strategi penetapan harga yang menekan margin keuntungan, sehingga pertumbuhan penjualan yang terjadi belum mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap laba.

4. Anggaran Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Pertumbuhan Penjualan pada uji F memiliki dampak positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Hal ini menunjukkan bahwa laba bersih perusahaan tidak ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi dipengaruhi oleh gabungan dari pengelolaan biaya produksi, efektivitas kegiatan promosi, serta kinerja penjualan secara menyeluruh.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Temuan riset ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori sinyal dan teori keagenan. Temuan bahwa anggaran biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih memperkuat teori sinyal yang menyatakan bahwa efisiensi pengelolaan biaya produksi menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kualitas manajemen. Temuan biaya promosi yang berpengaruh negatif terhadap laba bersih mendukung teori keagenan yang mengindikasikan adanya konflik kepentingan dalam alokasi sumber daya antara manajemen dan pemegang saham. Sementara itu, ketidakberpengaruhan ekspansi penjualan terhadap laba bersih memberikan kontribusi teoritis bahwa kualitas pertumbuhan lebih penting dari pada kuantitas pertumbuhan semata.

2. Implikasi Praktis

Bagi entitas bisnis, temuan riset ini menyiratkan bahwa manajemen diharapkan mengoptimalkan pengaturan alokasi biaya produksi melalui implementasi mekanisme kontrol biaya yang rigor, investasi dalam teknologi guna meningkatkan efisiensi, serta perbandingan kinerja dengan pesaing. Mengenai beban promosi yang memberikan dampak negatif,

perusahaan diharapkan melakukan penyesuaian ulang pendekatan pemasaran dari pemasaran massal menjadi pemasaran terarah yang lebih efektif, dengan memanfaatkan platform digital, serta mengimplementasikan mekanisme penilaian pengembalian investasi untuk setiap inisiatif promosi. Walaupun ekspansi penjualan tidak menunjukkan pengaruh bermakna, perusahaan masih diharapkan memprioritaskan profitabilitas dengan mengevaluasi margin pada setiap produk serta membina kesetiaan konsumen dalam jangka waktu panjang.

Bagi para investor, temuan riset ini menyiratkan bahwa investor diharapkan mempertimbangkan efisiensi operasional perusahaan, terutama dalam pengaturan biaya produksi sebagai ukuran kualitas manajemen. Investor juga perlu berhati-hati terhadap perusahaan dengan beban promosi yang berlebihan tanpa disertai peningkatan profitabilitas, serta ekspansi penjualan yang tidak diiringi oleh kenaikan laba bersih, karena hal tersebut menandai pertumbuhan yang kurang bermutu.

3. Implikasi Kebijakan

Temuan penelitian ini menyiratkan bahwa pemerintah diharapkan menyediakan insentif perpajakan bagi perusahaan yang melakukan investasi pada peningkatan efisiensi produksi dan teknologi. Regulator pasar modal, seperti OJK, dapat mendorong transparansi dalam pengungkapan detail biaya produksi dan promosi dalam laporan keuangan. Pemerintah juga perlu menggeser fokus dukungan industri dari semata-mata mendorong pertumbuhan volume menjadi mendorong pertumbuhan yang berkualitas dan menguntungkan melalui program peningkatan nilai tambah produk serta fasilitasi akses ke pasar ekspor. Di samping itu, kebijakan untuk menjaga stabilitas harga komoditas bahan baku dan nilai tukar rupiah perlu dipertahankan guna mendukung profitabilitas industri makanan dan minuman.

C. Saran

Didapat hasil kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang sudah diuraikan, sehingga dapat diberikan beberapa saran yang tentunya sehubungan dengan riset ini, diantaranya:

1. Perusahaan disarankan untuk mengelola anggaran biaya produksi secara lebih efisien dengan memperketat pengendalian biaya, memaksimalkan pemanfaatan sumber daya, serta menggunakan teknologi dalam proses produksi. Langkah ini diperlukan agar biaya yang dikeluarkan dapat memberikan manfaat yang optimal dan berkontribusi terhadap peningkatan laba bersih, terutama bagi perusahaan yang masih menghadapi ketidakseimbangan antara biaya produksi dan tingkat keuntungan.
2. Perusahaan disarankan untuk lebih cermat dalam menentukan alokasi biaya promosi dengan menekankan pada efektivitas dan ketepatan sasaran, bukan sekadar pada jumlah anggaran yang dikeluarkan. Strategi promosi sebaiknya difokuskan pada metode yang lebih efisien, seperti pemanfaatan digital marketing dan pendekatan berbasis data, serta perlu dilakukan evaluasi secara rutin agar pengeluaran tersebut benar-benar mampu meningkatkan penjualan dan tidak justru mengurangi laba bersih.
3. Perusahaan tidak hanya perlu mengejar peningkatan jumlah penjualan, tetapi juga harus memperhatikan kualitas pertumbuhan tersebut dengan memastikan adanya peningkatan margin keuntungan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pengelolaan biaya operasional yang lebih baik, penentuan harga yang sesuai, serta peningkatan kualitas produk dan loyalitas pelanggan, sehingga kenaikan penjualan yang terjadi benar-benar dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba bersih.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian lebih lanjut pada objek yang berbeda, tahun yang digunakan serta menggunakan variabel lain. Karena terdapat variabel yang tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sehingga diharapkan dapat mengubah variabel yang tidak

memiliki dampak tersebut supaya mendapatkan hasil yang sangat baik dari penelitian ini.

