

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan diskusi penelitian, kesimpulan berikut dapat dibuat:

1. Biaya bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap skala produksi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan bahan baku akan meningkatkan kapasitas produksi perusahaan.
2. Dampak biaya tenaga kerja terhadap skala produksi bersifat positif dan signifikan. Ini berarti bahwa tenaga kerja sangat penting dalam meningkatkan volume dan efisiensi produksi.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari biaya overhead terhadap skala produksi. Ini berarti bahwa biaya operasional seperti listrik dan pemeliharaan mesin mendukung kelancaran proses produksi.
4. Biaya bahan baku tidak berdampak besar pada pertumbuhan penjualan. Ini berarti bahwa penjualan yang lebih tinggi tidak selalu disertai dengan produksi yang lebih tinggi karena faktor lain seperti permintaan pasar juga memengaruhi penjualan.
5. Terdapat dampak positif dan signifikan dari biaya tenaga kerja terhadap pertumbuhan penjualan. Ini berarti bahwa kualitas dan produktivitas tenaga kerja dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.
6. Terdapat dampak positif dan signifikan dari biaya overhead terhadap pertumbuhan penjualan. Hal ini menyiratkan bahwa kelancaran aktivitas perusahaan dapat membantu distribusi produk dan meningkatkan penjualan.
7. Skala produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas produksi perusahaan belum tentu mampu meningkatkan penjualan apabila tidak didukung oleh permintaan pasar, strategi pemasaran, dan daya beli konsumen.

8. Pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead terhadap pertumbuhan penjualan tidak dapat dimediasi oleh skala produksi. Ini menunjukkan bahwa produksi yang lebih banyak tidak selalu mengarah pada penjualan yang lebih banyak kecuali didukung oleh permintaan pasar dan langkah-langkah pemasaran yang tepat.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa beberapa hipotesis ditolak, khususnya terkait fungsi mediasi skala produksi serta pengaruh biaya bahan baku terhadap peningkatan penjualan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Terkait Biaya Bahan Baku (X1)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya bahan baku tidak berpengaruh langsung terhadap peningkatan penjualan (H4 ditolak). Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap pengelolaan rantai pasok. Perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan volume pembelian bahan baku, tetapi juga perlu menekankan efisiensi biaya (cost efficiency) dalam memperoleh bahan baku. Hal ini bertujuan agar biaya yang dikeluarkan tidak menjadi beban yang dapat mengurangi profitabilitas tanpa memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan.

2. Terkait Biaya Tenaga Kerja (X2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja berpengaruh positif terhadap skala produksi dan peningkatan penjualan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan disarankan untuk menjaga keseimbangan antara kesejahteraan dan kualitas sumber daya manusia. Perusahaan perlu memastikan bahwa alokasi biaya tenaga kerja sejalan dengan peningkatan keterampilan dan produktivitas tenaga kerja, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap efisiensi produksi dan pertumbuhan penjualan.

3. Terkait Biaya Overhead (X3)

Berdasarkan hasil penelitian, biaya overhead memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mengelola dan mengoptimalkan biaya overhead pada kegiatan yang memberikan nilai tambah, seperti pemeliharaan mesin produksi, peningkatan teknologi, dan efisiensi energi. Pengelolaan biaya overhead yang tepat diharapkan dapat mendukung kelancaran operasional serta meningkatkan daya saing produk di pasar.

4. Terkait Skala Produksi (Z)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan dan juga tidak mampu memediasi pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead terhadap peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas produksi saja belum tentu menjamin peningkatan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk tidak hanya fokus pada peningkatan jumlah produksi, tetapi juga meningkatkan koordinasi antara fungsi produksi dan pemasaran, memperhatikan permintaan pasar, daya beli konsumen, serta strategi pemasaran agar produk yang dihasilkan dapat terserap secara optimal dan menghindari terjadinya penumpukan persediaan yang tidak produktif.

5. Terkait Peningkatan Penjualan (Y)

Sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan adanya variabel yang tidak berpengaruh, perusahaan disarankan untuk mengembangkan strategi alternatif dalam meningkatkan penjualan di luar aspek biaya produksi. Perusahaan dapat mempertimbangkan faktor non-produksi seperti inovasi produk dan kemasan, penguatan saluran distribusi, termasuk pemanfaatan platform digital, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap perilaku konsumen di industri makanan dan minuman.

6. Untuk peneliti selanjutnya

Studi ini harus diperluas lebih lanjut untuk memasukkan variabel lain yang dapat memengaruhi penjualan seperti strategi pemasaran,

penetapan harga, atau kepuasan pelanggan. Selain itu, objek atau sektor lain dapat digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih beragam.

Studi ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi lain, terutama mengenai korelasi antara biaya produksi, skala produksi, dan penjualan. Karena penelitian ini hanya bersifat eksploratif dalam aspek mediasi, penelitian tambahan diperlukan untuk memperkuat hasil yang ditemukan.

