

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang sangat kuat dan berarah positif antara biaya promosi terhadap peningkatan omzet penjualan, yang memiliki makna bahwa semakin tinggi biaya promosi maka omzet penjualan mengalami peningkatan.
2. Promosi pemasaran yang dilakukan Edy Roti Prabumulih yaitu melalui promosi penjualan dan promosi mulut ke mulut (*word of mouth*) dan perusahaan belum menggunakan media promosi lainnya seperti media social sebagai strategi promosi.
3. Dari perhitungan dengan menggunakan metode least square maka dapat diketahui Ramalan realisasi penjualan Edy Roti Prabumulih untuk tahun 2017-2021, yaitu Rp 759.680.000, Rp 805.750.000, Rp 851.820.000, Rp 897.890.000 dan Rp 943.960.00 dan biaya promosi yang sesuai untuk mencapai remalan realisasi penjualan tahun 2017 yaitu Rp 7.460.000, tahun 2018 Rp 8.340.000, tahun 2019 Rp 9.220.000, tahun 2020 Rp 10.100.000 dan tahun 2021 yaitu sebesar Rp 10.980.000.

5.2 Saran

Setelah menyimpulkan hasil analisis, maka penulis akan memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Meskipun hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif biaya promosi terhadap omzet penjualan, tetapi perusahaan juga perlu melakukan evaluasi kegiatan yang sudah dilakukan dan diperbaiki untuk tahun yang akan datang agar omzet penjualan menjadi lebih meningkat.
2. Untuk meningkatkan omzet penjualan, perusahaan dapat terus melakukan kegiatan promosi dengan media yang telah digunakan, disamping itu juga

perusahaan perlu untuk menambahkan promosi lainnya, misalnya promosi yang dilakukan melalui sosial media seperti facebook, instagram, dan lain-lain untuk mempromosikan dan menjual produk yang ditawarkan dengan biaya promosi yang tidak terlalu besar.

3. Setelah mengetahui ramalan realisasi penjualan serta biaya promosi yang sesuai untuk tahun 2017-2021, sebaiknya perusahaan meningkatkan biaya promosi dalam meningkatkan omzet penjualan, yang dapat dilihat dari biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp 7.050.000 dan hasil dari perhitungan ramalan biaya promosi untuk tahun 2017 sebesar Rp 7.460.000 yang menandakan adanya peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 410.000 sehingga untuk tahun yang akan datang untuk menambahkan kegiatan promosi perusahaan.