

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Pengaruh Efisiensi Biaya Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Efektivitas Promosi terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Efisiensi Biaya Operasional berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.
2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjual berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Efektivitas Promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.
4. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa secara simultan semua variabel independen yaitu Efisiensi Biaya Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Efektivitas Promosi berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Efisiensi Biaya Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Efektivitas Promosi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Laba sebesar 49,1% sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan, maka penulis akan menyampaikan keterbatasan serta saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel independen (Efisiensi Biaya Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Efektivitas Promosi) dan variabel dependen (Pertumbuhan Laba). Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan hasil 49,1%, untuk penelitian selanjutnya diharapkan adanya penambahan variabel keuangan lainnya seperti Nilai Perusahaan, Modal Kerja, *Good Corporate Governance*, Pertumbuhan Perusahaan, Likuisitas dan variabel keuangan lainnya sehingga potensi variabel lain sebesar 50,9% yang tidak digunakan dalam penelitian ini dapat diukur potensinya dalam penelitian sebelumnya.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat periode penelitian yaitu periode 2019 sampai 2022. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan periode yang lebih panjang sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai Pertumbuhan Laba serta variabel yang mempengaruhi seperti Efisiensi Biaya Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Efektivitas Promosi yang digunakan dalam penelitian ini.

5.3 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, penulis mengemukakan beberapa implikasi praktis dan teoritis sebagai berikut:

1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi untuk lebih mengoptimalkan prioritas manajerial manajemen promosi, manajemen operasional dan manajemen penjualan dalam perusahaan sehingga Pertumbuhan Laba dalam Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi dapat dicapai secara maksimal.

2. Implikasi Teoritis

- a. Penerapan *Resource Based View Theory* dalam Efisiensi Biaya Operasional dan Efektivitas Promosi dapat mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengoptimalkan manajemen sumber daya Efisiensi Biaya Operasional dalam perusahaan. Semakin optimal Perusahaan Farmasi dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, maka semakin meningkat pula keunggulan kompetitif perusahaan tersebut dimana dalam penelitian ini keunggulan kompetitif yang dimaksud adalah Pertumbuhan Laba.
- b. Penerapan Teori Pertumbuhan Endogen yang optimal dapat memberikan pengaruh dalam Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan sumber daya internal perusahaan untuk mengatur strategi manajemen penjual yang tepat. Sehingga perusahaan dapat mencapai Pertumbuhan Laba yang diharapkan.