

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT. Bakrie Telecom mengalami peningkatan dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 meskipun mengalami penurunan pada bulan-bulan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan ini menganggap biaya promosi adalah suatu hal yang penting dalam merealisasikan kegiatan promosinya untuk meningkatkan hasil penjualan yang menunjang kelangsungan hidup perusahaan.
2. Hasil penjualan yang diperoleh PT. Bakrie Telecom cenderung meningkat dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 meskipun terjadi penurunan pada bulan-bulan tertentu, yaitu pada tahun 2004 dan tahun 2005.
3. Biaya promosi yang dikeluarkan masih kurang efektif dalam menghasilkan penjualan yang diharapkan oleh PT Bakrie Telecom.

#### **5.2 Saran**

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan pada produk Esia dalam perusahaan PT. Bakrie Telecom, Tbk.. Penulis mencoba untuk memberikan rekomendasi untuk pihak manajemen perusahaan, akademisi dan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Pihak Manajemen perusahaan harus mempertahankan kinerja promosi, dimana biaya promosi mampu meningkatkan hasil penjualan.
2. Pada saat terjadi penurunan hasil penjualan, pihak manajemen perusahaan perlu mengadakan evaluasi dalam rangka perencanaan dan pengeluaran biaya promosi secara efektif dan efisien. Sehingga tidak terjadi hal serupa pada bulan-bulan atau periode berikutnya.
3. Diharapkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kasus yang serupa, disarankan untuk meneliti objek penelitian yang lebih luas sehingga dapat menambah analisis baru yang lebih mendalam.

