



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, mengenai pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada hasil visualisasi perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017. Perusahaan yang memiliki nilai performa likuiditas tertinggi adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di tahun 2015, nilai tersebut berkembang pada tahun berikutnya dengan selisi 0,2% . Namun pada tahun 2017 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mampu naik satu tingkat di atas PT Unilever Indonesia Tbk dengan selisi 2,4%. Yang memiliki nilai performa likuiditas tertinggi adalah PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk, perbandingan nilai performa likuiditas dengan perusahaan dibawahnya memiliki selisi yaitu 6,4%, hal ini tentunya menjadi prestasi bagi PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk karena tidak bisa disaingi perusahaan lain karena memiliki nilai performa likuiditas tertinggi. Nilai likuiditas pada tahun terakhir menjadi tolak ukur untuk menetapkan performa terbaik dari masing-masing perusahaan.

2. Pada hasil visualisasi perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017, perusahaan yang memiliki nilai performa pertumbuhan penjualan tertinggi adalah PT Mayora Indah Tbk ditahun 2016 yaitu 2,4%, nilai tersebut menurun pada tahun berikutnya dengan selisi 1,9%. Pada tahun 2016 PT Kimia Farma (Persero) Tbk mampu bersaing satu tingkat di bawah PT Mayora Indah Tbk dengan selisi 0,04%. Yang memiliki nilai performa pertumbuhan penjualan tertinggi adalah PT Mayora Indah Tbk, hal ini tentunya menjadi prestasi bagi PT Mayora Indah Tbk karena tidak bisa disaingi perusahaan lain karena memiliki nilai performa pertumbuhan penjualan tertinggi. Nilai pertumbuhan penjualan pada tahun terakhir menjadi tolak ukur untuk menetapkan performa terbaik dari masing-masing perusahaan.
3. Pada hasil visualisasi perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017, perusahaan yang memiliki nilai performa *leverage* tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk ditiap tahun periode 2015 sampai 2017 , nilai tersebut berkembang tiap tahunnya berikutnya dengan rata-rata 7,1%, hal ini tentunya menjadi prestasi bagi PT Unilever Indonesia Tbk karena tidak bisa disaingi perusahaan lain, karena memiliki nilai performa *leverage* tertinggi. Nilai leverage pada tahun terakhir menjadi tolak ukur untuk menetapkan performa terbaik dari masing-masing perusahaan.
4. Pada hasil visualisasi perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017, perusahaan yang

memiliki nilai performa profitabilitas tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk ditahun 2016, nilai tersebut menurun pada tahun berikutnya dengan selisi 0,01% nilai tersebut hal ini tentunya menjadi prestasi bagi PT Unilever Indonesia Tbk karena tidak bisa disaingi perusahaan lain, karena memiliki nilai performa profitabilitas tertinggi. Nilai profitabilitas pada tahun terakhir menjadi tolak ukur untuk menetapkan performa terbaik dari masing-masing perusahaan.

5. Pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 memiliki nilai rasio likuiditas rata-rata (*mean*) sebesar 3,2951 dengan nilai maksimal 9,280 pada PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2015 dan nilai minimum 0,230 pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015.
6. Pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 memiliki nilai rasio pertumbuhan penjualan rata-rata (*mean*) sebesar 0,06680 dengan nilai maksimal 0,238 pada PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2016 dan nilai minimum -0,204 pada PT Delta Djakarta Tbk pada tahun 2015.
7. Pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 memiliki nilai rasio *leverage* rata-rata (*mean*) sebesar 0,35384 dengan nilai maksimal 0,726 pada PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2017 dan nilai minimum 0,071 pada PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk pada tahun 2015.

8. Pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017 memiliki nilai rasio profitabilitas rata-rata (*mean*) sebesar 0,13953 dengan nilai maksimal 0,382 pada PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2016 dan nilai minimum 0,040 pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015.
9. Pengujian secara parsial (sendiri), likuiditas dan *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Besarnya pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas sebesar 17,2% dan besarnya pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas sebesar 67%.
10. Pengujian secara simultan (bersama) besarnya pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap profitabilitas sebesar 44,7%

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan otomotif dan komponen khususnya yaitu PT Astra International Tbk, PT Astra Otoparts Tbk, PT Gajah Tunggal Tbk, PT Indomobil Sukses Internasional Tbk, dan PT Indospring Tbk serta peneliti selanjutnya yaitu :

1. Perusahaan sebaiknya mempertahankan nilai likuiditas dan nilai *leverage* serta meningkatkan nilai pertumbuhan penjualan, mengingat bahwa likuiditas dan *leverage* dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Perusahaan juga sebaiknya meningkatkan nilai pertumbuhan penjualan

mengingat adanya nilai hubungan yang kuat terhadap profitabilitas, agar perusahaan dapat memperoleh profitabilitas secara maksimal, guna menarik minat investor dan masyarakat untuk menanamkan modanya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga variabel X (independent) dan satu variabel Y (dependent). Disarankan bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap profitabilitas atau memperpanjang periode tahun pengamatan, sehingga menambah wawasan dan memperbaharui informasi di masa yang akan datang.