

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan di PT. Gawih Jaya Semarang pada rayon Semarang, Purwodadi, Salatiga dan Kendal selama periode 2020-2021 adalah baik. Hal ini ditunjukkan dari peningkatan omzet, pertumbuhan (*growth*) dan juga pencapaian target (*achievement*) dari perusahaan.

Omzet pada PT. Gawih Jaya Area Semarang pada tahun 2021 ini yang mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan tahun 2020 adalah pada Brand Diplomat Mild 16 (DM 16) yang meningkat sebesar 26,70% dan pada Brand Diplomat Mild Menthol 16 (DMM 16) yang mengalami peningkatan omzet sebesar 44,29%. Jadi pada tahun 2021 brand DMM 16 di PT. Gawih Jaya Area Semarang mengalami peningkatan omzet yang paling besar bila dibandingkan dengan tahun 2020 yaitu mencapai 44,29%.

Sementara brand DMM 16 pada PT Gawih Jaya Semarang pada tahun 2022 ini mengalami pertumbuhan yang paling besar yaitu mencapai 138,6% bila dibandingkan dengan tahun 2021. Kemudian disusul dengan brand DM 16 yang mencapai pertumbuhan sebesar 83,80%. Sementara WD 16 mengalami pertumbuhan 24,10% dan WD 12 mengalami pertumbuhan sebesar 8,7%. Adapun dua Brand PT. Gawih Jaya Semarang yang mengalami pertumbuhan negatif adalah WKHP yang mengalami pertumbuhan negatif sebesar -10,20% dan WKSL yang juga mengalami pertumbuhan negatif sebesar -18,70. Meskipun demikian, PT Gawih Jaya Semarang Pada Tahun 2021 secara rata-rata mengalami pertumbuhan positif sebesar 226,3%.

Selanjutnya PT Gawih Jaya Semarang pada tahun 2021 sebanyak 4 brand telah melebihi target (*estimate*). Brand DMM 16 merupakan brand yang paling tinggi melebihi target (*estimate*) sebesar 17,3%. Kemudian disusul dengan brand DM 16 yang melebihi target sebesar 14,5%. Selanjutnya brand WD 12 melebihi target sebesar 2,6% dan WD 16 melebihi target sebesar 1,5%. Namun untuk 2 (dua) brand belum mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Kedua brand tersebut adalah WKHP yang baru mencapai target sebesar 99,7% atau masih kurang 0,3% dari target dan WKSL yang baru mencapai target sebesar 88,1% atau masih kurang sebesar 11,9%.

B. Saran

1. PT. Gawih Jaya Semarang hendaknya lebih meningkatkan promosi pada Brand WKHP dan WKSL kepada para konsumen sehingga omzet, pertumbuhan dan pencapaian target lebih dapat ditingkatkan.
2. PT. Gawih Jaya Semarang hendaknya terus berinovasi untuk melahirkan Brand-brand baru yang pangsa pasarnya adalah kaum muda sehingga seperti yang telah dicapai oleh Brand DM 16 dan DMM 16.

C. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Berkat Taufiq, Hidayah, dan Inayah-Nya, serta bimbingan dari dosen pembimbing dan bantuan dari berbagai pihak yang ikut membantu tenaga dan pikiran akhirnya tesis yang berjudul “**Analisis Keuangan PT Gawih Jaya Semarang**” telah selesai. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang telah memberikan pelajaran untuk kita semuanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Baik dari sisi metodologi maupun system penulisannya. Untuk itu saran dan masukan bagi penyempurnaan dari berbagai pihak sangat penulis harapkan.