

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Dalam praktiknya pusat pertanggungjawaban untuk penjualan pada Perusahaan Rokok TIGA BOLA Sumber Pucung Malang terletak pada manajer pemasaran. Manajer pemasaran ini membawahi bagian promosi, bagian pengendalian penjualan dan bagian pengiriman. Khusus bagi penjualan ini kemudian dirinci lagi dengan membaginya menjadi beberapa sub bagian yaitu sub bagian penjualan TIGA BOLA Filter, sub bagian penjualan TIGA BOLA kretek dan sub bagian penjualan Matrix filter.
2. Penyusunan program oleh perusahaan hanya didasarkan pada data-data historis yang dimiliki perusahaan dan tidak diikuti dengan riset pemasaran sehingga manajemen tidak mendapat informasi yang lebih rinci mengenai keadaan aktual yang terjadi di lapangan.
3. Anggaran yang disusun oleh perusahaan, didasarkan pada hasil aktual yang telah dicapai pada periode sebelumnya ditambah dengan rata-rata pertumbuhan yang terjadi sebelumnya.
4. Pengukuran yang dilakukan oleh perusahaan adalah mencatat kegiatan penjualan, biaya dan pendapatan yang diperoleh

berdasarkan masing-masing jenis produk, tanpa memperhatikan daerah penjualan.

5. Pelaporan dan analisis yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan membandingkan hasil aktual perusahaan yang terjadi sekarang dengan hasil aktual yang terjadi pada tahun sebelumnya. Hasil tersebut kemudian dijadikan sebagai tolok ukur dalam menilai kinerja bagian penjualan.

B. Saran

Dalam usaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengendalian manajemen, berikut akan dikemukakan beberapa saran kepada perusahaan.

1. Manajemen hendaknya menyusun struktur pengendalian manajemen berdasarkan daerah pemasaran, karena dengan menggunakan daerah pemasaran dasar maka biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing daerah pemasaran akan lebih proporsional jika dibandingkan dengan sistem pengendalian manajemen yang diterapkan selama ini yaitu berdasarkan produk.
2. Untuk mendukung penyusunan program penjualan, perusahaan hendaknya membentuk bagian riset guna mengetahui secara mendetail kondisi aktual di lapangan. Dengan memahami kondisi lapangan maka manajemen akan dapat mengetahui secara pasti peluang untuk meraih market share dan ancaman yang datang dari para pesaing.

3. Penyusunan anggaran oleh perusahaan hendaknya tidak hanya didasarkan pada kinerja perusahaan di masa lalu, melainkan harus juga mempertimbangkan prospek ke depan. Dengan diterapkannya penyusunan anggaran yang mempertimbangkan berbagai kemungkinan baik yang berupa peluang maupun ancaman maka manajemen akan semakin tertantang untuk bekerja lebih baik agar apa yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat dicapai.
4. Sejalan dengan perubahan struktur pengendalian manajemen, maka penyusunan anggaran harus dilakukan berdasarkan daerah pemasaran tidak lagi dengan menggunakan jenis produk.
5. Dalam menganalisis kinerja penjualan, manajemen hendaknya melakukan perbandingan antara hasil aktual dengan anggaran yang telah disusun. Sedangkan perbandingan antara hasil aktual dengan hasil aktual masa lalu dapat tetap dipakai tetapi bukan untuk menilai kinerja melainkan untuk melihat pertumbuhan penjualan yang terjadi.