

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada CV Harum Sejahtera, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Anggaran penjualan sebagai alat pengendalian manajemen yang dilakukan oleh CV Harum Sejahtera telah memadai. Hal ini dapat dilihat dari :

- a. Penyusunan anggaran penjualan oleh CV Harum sejahtera sebagai tolok ukur penjualan.
- b. Membandingkan pelaksanaan penjualan yang sebenarnya dengan tolok ukur penjualan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa CV Harum Sejahtera mengalami peningkatan penjualan karena pengendalian manajemen yang baik dari tahun ke tahun sehingga tujuan CV Harum Sejahtera dapat tercapai.

c. Mengambil tindakan koreksi

Dengan penyusunan anggaran penjualan maka setiap bagian dalam perusahaan dapat menggunakan anggaran tersebut sebagai tolok ukur. Dengan demikian aktivitas di dalam perusahaan dapat terarah. Apabila tidak sesuai rencana maka CV Harum sejahtera akan mengambil tindakan koreksi. Dengan mengambil tindakan koreksi maka perusahaan akan terhindar dari penyimpangan-penyimpangan.

2. Pelaksanaan anggaran penjualan yang dilakukan oleh CV Harum Sejahtera dapat meningkatkan efektivitas penjualan. Hal ini dapat dilihat dari :
 - a. Meningkatnya penjualan dari tahun ke tahun
 - b. Realisasi penjualan lebih besar dari anggarannya

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai peranan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian manajemen guna meningkatkan efektifitas penjualan, ditemukan beberapa kekurangan dan telah disusun saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan sebagai berikut:

1. Bagian penjualan sebaiknya mengkomunikasikan anggaran penjualan yang telah disusun dengan semua bagian yang ada dalam perusahaan sehingga tidak terjadi penyimpangan terhadap standar yang telah ditetapkan.
2. Perlunya diadakan riset pasar untuk dapat mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan.
3. Melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan unit-unit penjualan agar sesuai dengan target.
4. Menjaga kualitas produk agar mampu bersaing dengan pesaing lain.