

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) pada PT. Semangat Sejahtera Bersama telah efektif, hal ini ditunjukkan dengan perolehan skor aktual sebesar 3325 yang berada pada rentang interval antara 2720-3360.
2. Efektifitas penjualan pada PT. Semangat Sejahtera Bersama telah berjalan dengan sangat baik, hal ini dibuktikan dengan perolehan skor aktual sebesar 3365 yang berada pada interval 3360-4000.
3. Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen memberikan pengaruh positif yang signifikan nilai ($t\text{-hitung}; 8,485 > t\text{-tabel}; 1,665$) dengan kontribusi pengaruh sebesar 48% sedangkan sisanya sebesar 52% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Setelah mengadakan penelitian dan pembahasan, maka penulis mencoba mengajukan beberapa saran perbaikan yang diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan atau masukan bagi PT. Semangat Sejahtera Bersama, saran-saran yang penulis kemukakan yaitu:

- Bagi Perusahaan

1. Sebaiknya perusahaan melakukan penelitian mengenai bagaimana sikap karyawan dibagian penjualan setelah penerapan Sistem Pengendalian Manajemen, dengan bantuan departemen personalia dan menggunakan alat kuesioner misalnya. Apabila hal ini telah dilakukan, maka mudah diketahui apakah perubahan Sistem pengendalian Manajemen berjalan dengan efektif atau tidak.
2. Sebaiknya diantara atasan dan bawahan mempunyai komunikasi yang baik agar tercipta hubungan kerja dan penyampaian usulan yang dapat meningkatkan efektifitas penjualan.
3. Sebaiknya setiap anggaran dianalisis kembali lalu setelah itu dilakukan perhitungan agar dapat diketahui bila terdapat penyimpangan. Kemudian melakukan koreksi dan tindak lanjut atas penyimpangan yang terjadi sehingga ke depannya hal tersebut dapat dihindari dan juga untuk kemajuan perusahaan dalam meningkatkan efektifitas penjualan.
4. Sebaiknya diadakan riset pasar sejauh mana tingkat kepuasan konsumen. Dengan cara ini segmen-segmen konsumen akan lebih jelas teridentifikasi dengan masing-masing sumber daya konsumen untuk setiap segmen, sehingga strategi pemasaran dapat lebih dioptimalkan.