

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peranan pengendalian penjualan dalam meningkatkan efektivitas penjualan photo digital pada PT. Modern Internasiobal, Tbk di Bandung, penulis mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan pengendalian penjualan pada PT. Modern Internasional, Tbk berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dari aktivitas pengendalian penjualan dilaksanakan dengan proses pengendalian yang jelas, yaitu :
  - a. Menetapkan tolok ukur penjualan.
  - b. Membandingkan standar dengan realisasi
  - c. Penyebab terjadinya selisih beberapa faktor eksternal perusahaan misalnya saja kondisi perekonomian yang tidak stabil, munculnya pesaing-pesaing.
  - d. Perusahaan melakukan promosi penjualan untuk meningkatkan hasil penjualan dengan berbagai program promosi, yaitu :
    - i. Spanduk.
    - ii. papan iklan yang menggunakan lampu neon ( neon box ).
    - iii. papan iklan di jalan-jalan raya.
    - iv. iklan di surat kabar, majalah, radio dan TV.
    - v. Pameran.
    - vi. mengadakan lomba photo.

- vii. seminar dan workshop studio photo
- viii. kerja sama promosi ( pembuatan kalender, kaos, kupon hadiah )
- ix. menjadi sponsor untuk kegiatan tertentu

Selain melakukan promosi, memperluas saluran distribusi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan.

2. Pengendalian penjualan berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan. Tujuan pengendalian berupa penyusunan program penjualan yang berisi :

- a. Anggaran penjualan di perusahaan dituangkan dalam bentuk laporan penjualan hasil dari perolehan kegiatan penjualan kepada pelanggan. Implementasi dari anggaran pada tahun anggaran 2005 tersebut telah terealisasi sekitar 20.82% dari AOP sebesar Rp 7.483.348.000, hasil penjualan mencapai Rp 6.859.420.000.
- b. Hasil kegiatan penjualan tersebut dituangkan dalam bentuk laporan dari bagian penjualan kepada kepala bagian penjualan, sebagai bahan masukan dan evaluasi kegiatan manajemen pengendalian penjualan tahun berikutnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, selain hal-hal yang telah dikemukakan diatas, perusahaan PT. Modern Internasional mempunyai beberapa kelemahan yaitu :

- a. Karena hampir seluruh barang adalah Impor, maka harga barang sangat tergantung pada perubahan nilai mata uang asing, sehingga sulit untuk memperoleh pelanggan yang bersedia dengan perubahan harga yang terus-menerus mengikuti nilai mata uang asing.
- b. Kurangnya promosi ke daerah-daerah terpencil.
- c. Analisis selisih yang ditetapkan oleh perusahaan hanya memusatkan perhatian pada nilai rupiah, tidak memperhitungkan selisih yang disebabkan ketidakefisienan dalam hal proses pengiriman.

Pada bagian ini penulis ingin menyampaikan masukan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak dalam perusahaan untuk perbaikan pengendalian penjualan dan peningkatan efektivitas kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Masukan tersebut berupa saran-saran sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu melakukan kegiatan *personal selling* untuk kegiatan penjualannya. Dengan cara ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan hasil penjualannya dengan melakukan pendekatan terhadap pelanggan yang potensial yang melakukan transaksi dengan perusahaan.

2. Perlu diadakan riset pasar yang ditujukan untuk mengukur seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan atas barang yang dibeli dari perusahaan. Dengan ini segmen-segmen konsumen akan lebih teridentifikasi dengan masing-masing sumber daya pelanggan untuk setiap segmen, sehingga strategi pemasaran dapat lebih dioptimalkan.
3. Bagian pemasaran perlu membuat promosi yang lebih efektif lagi, khususnya untuk para remaja dan kaum muda yang mengemari photography. Salah satu cara dengan melakukan kerja sama terhadap organisasi kaum muda seperti himpunan mahasiswa (HIMA), organisasi sekolah sma (OSIS), atau unit-unit kegiatan kaum muda dan para pelajar, dengan demikian para kaum muda dapat lebih baik mengenal tentang photography. Sehingga penjualan dalam bidang photo digital dapat meningkat, khususnya para kaum muda.
4. Pihak perusahaan perlu mempertahankan nama baik perusahaan yang dikenal oleh masyarakat Indonesia, dengan mempertahankan kualitas gambar, paper, dan pelayanan terhadap konsumen.