

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada Bab IV, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyusunan anggaran penjualan telah dilaksanakan oleh PT.”X” dengan baik:
 - a. Perusahaan telah menyusun anggaran dengan baik karena didasarkan pada analisa terlebih dahulu mengenai kondisi yang terjadi saat ini, dan realisasi penjualan periode sebelumnya.
 - b. Perusahaan telah menetapkan sasaran yang jelas dan masuk akal, dalam arti sasaran tersebut dapat dilaksanakan dan dicapai oleh perusahaan.
 - c. Adanya partisipasi staf pemasaran dalam penentuan anggaran penjualan.
 - d. Evaluasi dilakukan setiap akhir periode, sedangkan laporan dibuat setiap bulan yang dibuat oleh bagian penjualan.
2. Perusahaan sudah melaksanakan pengendalian penjualan secara baik. Hal ini terlihat bahwa anggaran perusahaan dipersiapkan oleh perusahaan dengan baik, dan realisasi penjualan yang terjadi pun tidak terjadi penyimpangan yang terlalu material.
3. Anggaran penjualan telah berperan sebagai alat pengendalian penjualan yang efektif untuk meningkatkan efektivitas penjualan.

PT. “X” juga memiliki beberapa kelemahan antara lain:

1. Evaluasi dilakukan setiap 4 bulan sekali yaitu setiap akhir periode, sehingga tindakan pencegahan tidak dapat diambil secepatnya.
2. Tidak dibuatnya perincian untuk setiap daerah pemasaran sehingga dapat terjadi ketimpangan dalam realisasi penjualan.
3. Penurunan dan peningkatan penjualan yang terjadi, apabila terjadi penyimpangan yang tidak terlalu material tidak di tindak lanjuti

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis mencoba memberikan beberapa saran antara lain:

1. Laporan hasil realisasi penjualan dievaluasi setiap 2 bulan, yaitu pertengahan periode setiap kuartal, agar dapat diambil suatu tindakan perbaikan untuk periode berjalan.
2. Dibuatnya suatu pembagian yang jelas, dalam arti anggaran penjualan dibuat berdasarkan divisi agar terdapat perincian yang jelas, sehingga perusahaan dapat menganalisa lebih lanjut divisi mana saja yang harus dilakukan perbaikan secepatnya.
3. Setiap penyimpangan diluar maupun didalam batas toleransi harus dilakukan analisa agar anggaran penjualan untuk periode selanjutnya akan dapat lebih terealisasi.
4. Melakukan analisa SWOT (*Strength, Weak, Opportunity, Threat*), agar setiap kelemahan dan ancaman dapat menjadi kesempatan yang diambil untuk mendapatkan suatu kekuatan.