

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai *controller* dalam pengendalian biaya promosi guna meningkatkan volume penjualan, penulis mempunyai simpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengendalian biaya promosi pada PT Indosat secara garis besar dapat dikemukakan:
 - a. Menetapkan anggaran biaya promosi.

Dalam menetapkan anggaran biaya promosi, pada umumnya *Head Office* akan menyesuaikan budget promosi yang akan didistribusikan ke tiap- tiap region sesuai dengan besarnya pendapatan serta jumlah pelanggan yang ada di daerah tersebut. *Head Office* akan mendistribusikan formulir pengisian anggaran pada masing- masing unit kerja atau divisi kemudian akan diusulkan ke rapat anggaran tahunan. Bagian *Controlling* akan menganalisa budget yang diusulkan oleh tiap- tiap unit kerja dan meminta justifikasi bila diperlukan. Formulir yang telah dianalisa akan diteruskan kepada bagian Dewan Direksi, jika ditolak formulir tersebut akan dikembalikan ke bagian *controlling* untuk dianalisa kembali biaya- biaya mana yang dapat ditekan, dan jika disetujui maka formulir tersebut akan menjadi formulir anggaran final.

- b. Membandingkan realisasi dengan anggaran yang ditetapkan

Controller melakukan pengukuran terhadap pelaksanaan yang sebenarnya dengan rencana dengan membandingkan selisih yang terjadi dengan biaya promosi yang dianggarkan dalam bentuk persentase.

c. Mengevaluasi penyimpangan yang terjadi

Dua aspek yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah efisiensi terhadap biaya promosi yang dilakukan untuk kegiatan promosi atas efektivitas biaya promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetaokan.

Batas wajar penyimpangan adalah 5% dari anggaran biaya promosi. Adapun penyimpangan yang terjadi sebesar 13,79 tahun 2004 dan tahun 2005 sebesar 33,65 yang jauh melampaui batas wajar yang ditetapkan perusahaan. Hal ini diakibatkan perusahaan kurang dapat mengendalikan bisnis proses yang terlalu besar karena peningkatan jumlah pelanggan tidak konstan. Penetapan biaya promosi yang dilakukan oleh PT Indosat disesuaikan dengan jumlah pelanggan yang dimiliki serta pendapatan dari setiap *revenue*.

1. *Controller* pada PT Indosat *West Java Region* berperan dalam penegndalian biaya promosi, hal ini disimpulkan berdasarkan:

A. *Controller* pada PT Indosat *West Java Region* memiliki karakteristik memadai yang mendukung perannya sebagai *controller* yang baik, yakni: memiliki kualitas personal, keahlian berkomunikasi, kemampuan interpersonal yang baik dan mampu mengatur dan mengkoordinasikan pertanggungjawaban dengan baik. Dalam pertimbangan bisnis dan

kemampuan teknis controller juga dinilai sangat baik.

- B. *Controller* telah melaksanakan fungsi normativenya dengan sangat baik baik dalam fungsi perencanaan, pengendalian, pelaporan dan akuntansi.
 - C. *Controller* berperan dalam pengendalian biaya promosi pada PT Indosat *West Java Region* dengan cara membantu menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan *Sales and Marketing* baik menyangkut data kualitatif maupun kuantitatif misalnya data anggaran biaya promosi tahun sebelumnya yang dapat digunakan *sales and marketing* dalam penyusunan anggaran promosi, data penjualan dll.
3. Kelemahan- kelemahan yang ada:
- a. *Controller* kurang mengetahui informasi- informasi mengenai lingkup perusahaan seperti produk khususnya.
 - b. Adanya anggaran biaya promosi yang tidak digunakan sama sekali oleh *Sales and marketing* untuk bulan-bulan tertentu, sehingga performa kinerja bagian *Sales and Marketing* kurang begitu gencar melakukan kegiatan promosi.

5.2 Saran

Setelah mempelajari pembahasan dan menarik kesimpulan peneliti maka saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk lebih dapat meningkatkan peranan controller dalam pengendalian biaya promosi guna meningkatkan volume penjualan produk *GSM (Global System Mobile)* pada PT Indosat West Java Region, adalah:

1. Sebaiknya *controller* harus lebih mengembangkan pengetahuannya lebih luas bukan saja dalam menjalankan tugasnya bukan saja hanya bagian keuangan tetapi mengerti seluk- beluk garis besar perusahaan terutama produk perusahaan yang dijual. Sehingga dalam penetapan biaya promosi bias dialokasikan kepada produk- produk yang benar-benar menghasilkan *revenue* kepada perusahaan.
2. Sebaiknya PT Indosat menetapkan kebijakan mengenai standar kinerja bagian *Sales and Marketing* dalam mengelola anggaran yang telah ditetapkan perusahaan, agar anggaran yang telah dipersiapkan untuk kegiatan promosi dapat terealisasi dengan baik.
3. Sebaiknya PT Indosat melihat lebih tajam lagi dampak sebuah program yang dilakukan cabang atau *region*, yang memiliki fungsi *person in charge* yang selalu melakukan analisis apakah program tersebut berdampak pada *produktivitas sales* dicabang. Hasil evaluasi dapat dijadikan *control tools* untuk mengarahkan program berikutnya sehingga lebih meningkatkan volume penjualan. Evaluasi yang dimaksud misalnya dalam hal apa program yang diluncurkan, berapa orang yang terlibat dalam program tersebut, bagaimana dampak awal dari program yang diluncurkan dsb.