

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan oleh penulis dalam menilai peranan anggaran penjualan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan pada PT. X, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Bagi PT. X, anggaran penjualan belum dijadikan sebagai dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas lain. PT. X belum memprioritaskan anggaran penjualan sebagai pengendali kegiatan operasional bagi perusahaan. Padahal untuk memperoleh laba maksimum yang salah satunya diperoleh dari aktivitas perusahaan dalam menjual barang, dibutuhkan alat pengendali yaitu anggaran penjualan.
2. Dalam menyusun anggaran penjualan, PT. X hanya mempertimbangkan faktor-faktor internal perusahaan. Padahal faktor-faktor eksternal seperti data, informasi, pengalaman yang terdapat di luar perusahaan, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap anggaran penjualan perusahaan.
3. Usaha-usaha yang dilakukan oleh PT. X dalam pencapaian anggaran penjualan, di antaranya PT. X belum sepenuhnya membuat anggaran yang cukup detail. Hal ini ditunjukkan dengan tidak dimasukkannya unsur waktu penjualan produk dalam anggaran penjualan.

4. Anggaran penjualan sangat berperan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan penjualan pada PT. X. Anggaran penjualan berfungsi mengendalikan arus kas yang keluar dalam setiap proses kegiatan penjualan agar tidak melebihi dari anggaran yang telah dianggarkan.

5.2 Saran

Berdasarkan kelemahan penyusunan anggaran penjualan yang telah diidentifikasi oleh penulis, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut.

1. Sebaiknya Manajer Departemen Pemasaran PT. X menjadikan anggaran sebagai salah satu pengendali kegiatan operasional bagi perusahaan PT. X juga sebaiknya menjadikan anggaran penjualan sebagai dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas lain, dengan mendahulukan penyusunan anggaran penjualan dibandingkan dengan anggaran-anggaran lainnya. Dengan disusunnya anggaran penjualan ini, PT. X dapat mengevaluasi kegiatan operasional penjualannya. Apabila PT. X mengalami kenaikan atau penurunan penjualan maka dapat dicari penyebab terjadinya kenaikan atau penurunan tersebut.
2. Dalam menyusun anggaran penjualan, PT. X sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor eksternal, antara lain:
 - a. Keadaan persaingan di pasar
 - b. Posisi perusahaan dalam persaingan
 - c. Tingkat pertumbuhan penduduk
 - d. Tingkat penghasilan masyarakat

- e. Elastisitas permintaan terhadap harga barang yang dihasilkan perusahaan (*demand elasticity*), yang terutama akan mempengaruhi dalam merencanakan harga jual dalam anggaran penjualan yang akan disusun
 - f. Agama, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat
 - g. Berbagai kebijaksanaan pemerintah, baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya maupun keamanan
 - h. Keadaan perekonomian nasional maupun internasional
 - i. Kemajuan teknologi, barang-barang substitusi, selera konsumen dan kemungkinan perubahannya, dan sebagainya
3. Manajer Departemen Pemasaran sebaiknya memuat waktu penjualan produk secara jelas dan terperinci untuk membandingkan kondisi atau hasil yang dicapai dengan target penjualan perusahaan pada periode sebelumnya.
 4. Perusahaan sebaiknya melakukan pengujian terhadap pengendalian manajemen untuk mengarahkan atau menjalankan operasi sesuai standar atau tujuan yang diinginkan.