

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pengendalian manajemen atas aktivitas penjualan pada P.T. HM Sampoerna Tbk bertujuan untuk membantu pihak manajemen perusahaan untuk meningkatkan tingkat penjualan dari Sampoerna A Mild, dan juga untuk mengendalikan aktivitas penjualan agar dapat berjalan dengan lancar. Pengendalian manajemen juga membantu pihak manajemen dalam mengidentifikasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam aktivitas penjualan dan menemukan alternatif atau cara-cara penanggulangan atas penyimpangan yang terjadi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada P.T. HM Sampoerna Tbk, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan mengenai pengendalian manajemen terhadap aktivitas penjualan dalam meningkatkan tingkat penjualan Sampoerna A Mild, yaitu:

1. Pengendalian intern terhadap aktivitas penjualan yang diterapkan pada P.T. HM Sampoerna Tbk sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari beberapa contoh dibawah ini:
 - a. Adanya pemisahan tugas dan fungsi penjualan yang baik dan jelas, dimana fungsi penjualan tersebut dilakukan oleh tiga divisi, yaitu *drooping*, *canvassing* dan *special retail outlet* (SRO).

- b. Setiap divisi telah mempunyai *job description*-nya masing-masing yang jelas, sehingga memudahkan bagi setiap karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya.
 - c. Dokumen-dokumen yang digunakan telah menggunakan nomor registrasi (*registerd number*), sehingga memudahkan bagi pihak manajemen dalam melakukan *review* terhadap kinerja dari setiap divisi dan tingkat penjualan.
 - d. Setiap transaksi penjualan diotorisasi terlebih dahulu oleh manajer penjualan dan *supervisor*.
2. Pengendalian manajemen terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh pihak manajemen sudah cukup baik, hal tersebut terlihat dari beberapa contoh berikut ini:
- a. Menentukan berapa tingkat penjualan yang akan dicapai dalam suatu periode, dimana dalam menentukan hal tersebut setiap pihak dalam bagian penjualan diikutsertakan.
 - b. Melakukan *review* terhadap tingkat penjualan, sehingga pihak manajemen dapat melakukan perbaikan-perbaikan dan menyusun strategi pemasaran yang baik dalam rangka mencapai tingkat penjualan yang telah ditetapkan.
 - c. Adanya pengendalian terhadap pembagian jalur distribusi dan promosi, dimana hal tersebut merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

- d. Aktivitas penjualan dilakukan berdasarkan ketentuan dan prosedur yang telah ditentukan oleh pihak manajemen, seperti syarat pembayaran, tanggal jatuh tempo pembayaran dan jumlah barang yang diperuntukkan bagi setiap distributor dan agen.
3. Adanya sistem atau strategi pemasaran yang baik yang melibatkan berbagai pihak, baik dari pihak distributor dan agen maupun dari pihak konsumen itu sendiri. Dimana hal tersebut bertujuan dalam rangka meningkatkan tingkat penjualan dari Sampoerna A Mild.

Selain hal tersebut diatas, penulis juga mengidentifikasi beberapa hal yang dihadapi oleh Sampoerna A Mild dalam bersaing dalam rokok *mild*, yaitu:

1. Adanya ancaman dari produsen rokok *mild* lainnya, dimana ada beberapa produsen rokok yang menjual produknya dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan A Mild itu sendiri. Selain itu juga, ada produsen rokok yang memproduksi rokok yang mengandung kadar tar dan nikotin yang lebih rendah dari A Mild.
2. Kurang meratanya pendistribusian dari Sampoerna A Mild, khususnya ke daerah-daerah pelosok atau desa (*outlet-outlet* kecil di pedesaan).

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba untuk mengungkapkan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dan membantu bagi pihak manajemen, khususnya manajer penjualan dan stafnya dalam meningkatkan tingkat penjualan dari Sampoerna A Mild. Saran tersebut, yaitu:

1. Pengendalian manajemen dan juga pengendalian intern yang diterapkan dalam perusahaan sudah cukup baik dan harus terus dipertahankan. Akan tetapi, sebaiknya pihak manajemen perlu melakukan perhatian yang khusus terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh setiap divisi. Karena dengan aktivitas penjualan yang baik, akan berpengaruh pada meningkatnya tingkat penjualan.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen sudah sangat baik.
3. Pihak manajemen harus lebih berkonsentrasi dan memberikan perhatian khusus terhadap pemerataan jalur distribusi, khususnya pendistribusian ke pelosok-pelosok (*outlet-outlet* kecil di pedesaan) yaitu dengan membentuk divisi penjualan yang bertugas dengan menggunakan sepeda motor. Dimana beberapa pesaing dari P.T. HM Sampoerna Tbk telah menyiasati hal tersebut dengan membentuk armada motoris (*salesman* yang melakukan *canvassing* dengan menggunakan sepeda motor maupun dengan menggunakan sepeda) untuk meng-*cover* outlet-outlet yang berada di pelosok-pelosok.