

BAB 5

KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan pada PT. Rasana, maka penulis menarik kesimpulan bahwa anggaran penjualan pada PT. Rasana telah berperan sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan, hal tersebut ditunjang dengan alasan sebagai berikut:

1. Untuk menunjang pelaksanaan penjualan, PT. Rasana telah merencanakan penjualan dengan menetapkan anggaran penjualan yang disusun dalam satu periode satu tahun.
2. Penetapan anggaran penjualan yang telah dilakukan PT. Rasana didasarkan pada data realisasi penjualan pada tahun sebelumnya, meskipun dalam pelaksanaannya seringkali terjadi hal-hal di luar kendali perusahaan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran adalah faktor-faktor intern dan ekstern.
4. PT. Rasana menggunakan pendekatan partisipatif untuk menyusun anggaran penjualan, dimana para manager dari tiap daerah memberikan usulan kepada manager puncak dan kemudian manager puncak menetapkan anggaran berdasarkan usulan tersebut disertai pertimbangan – pertimbangan tertentu.
5. PT. Rasana sudah menggunakan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian penjualan dengan cara mengadakan evaluasi dan analisis

terhadap realisasi anggaran penjualan setiap tahunnya, dan kemudian dilakukan tindak lanjut untuk mengatasi penyimpangan tersebut.

6. PT. Rasana menetapkan batas toleransi penyimpangan sebesar 10% untuk menentukan penyimpangan yang dianggap materiil sehingga perlu dicari penyebabnya, dan penyimpangan mana yang tidak perlu dicari penyebabnya. Batas toleransi sebesar 10% itu ditetapkan perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi pasar yang selalu berubah.

Walaupun anggaran penjualan PT Rasana telah berperan sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan, masih terdapat beberapa kelemahan antara lain:

1. Perencanaan yang dibuat oleh perusahaan hanya perencanaan jangka pendek, sehingga kurang memperhatikan masa depan perusahaan.
2. Perusahaan tidak membuat perencanaan untuk 2 produk yang lain, yaitu Roll Stick dan kacang, sehingga kegiatan penjualan untuk 2 produk tersebut menjadi kurang terarah.
3. Manajer pemasaran kurang memiliki kemampuan analisis yang baik dan berorientasi ke depan, sehingga kurang peka terhadap perubahan yang terjadi.
4. Selisih yang menguntungkan tidak dianalisis, sehingga penyimpangan yang terjadi untuk selisih yang menguntungkan seringkali diabaikan.
5. Evaluasi yang dilakukan 1 tahun sekali, sehingga penyimpangan yang terjadi tidak secepatnya diketahui penyebabnya.

5.2. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan akan berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan peranan anggaran penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan, sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan membuat perencanaan jangka panjang, yang didukung oleh operasi jangka pendek dengan memperhatikan pula kondisi pasar.
2. Sebaiknya perusahaan melakukan perencanaan untuk 2 produk lain, yaitu Roll Stick dan kacang, karena meskipun kontribusi terhadap penjualan kecil, akan lebih baik daripada dilakukan perencanaan supaya kegiatan penjualan menjadi lebih terarah.
3. Sebaiknya manajer pemasaran meningkatkan kemampuan analisis yang baik dan berorientasi ke depan untuk mencermati perubahan yang terjadi, baik itu perubahan mengenai kondisi perekonomian, kebijakan pemerintah maupun mengenai kondisi persaingan di pasar.
4. Sebaiknya selisih yang dianalisis tidak hanya selisih yang merugikan saja, sebab pada dasarnya tetap saja terjadi penyimpangan, bahkan ada kemungkinan anggaran yang ditetapkan terlalu rendah sehingga terjadi penyimpangan.
5. Sebaiknya perusahaan membuat anggaran dengan periode 1 bulan sekali, sehingga tiap bulan selalu diadakan evaluasi dan penyimpangan secepatnya diketahui dan segera dilakukan perbaikan, mengingat kondisi pasar yang sering berubah.