

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada perusahaan roti “AC” mengenai peranan *controller* dalam pengendalian penjualan untuk menunjang efektivitas penjualan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

A. Peranan *controller* dalam pengendalian penjualan diperusahaan telah memadai terbukti dengan terpenuhinya:

1. Kualifikasi *controller*, yang terdiri dari:
  - Dasar teknik dalam akuntansi keuangan dan akuntansi biaya.
  - Pemahaman terhadap prinsip-prinsip perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian.
  - Pemahaman umum mengenai jenis industri.
  - Pemahaman mendalam mengenai perusahaan.
  - Pemahaman untuk berkomunikasi dengan semua tingkat manajemen.
  - Kemampuan untuk menyatakan ide dengan jelas.
  - Kemampuan untuk menggerakkan orang lain.
2. Fungsi *controller*, yang terdiri dari:
  - Fungsi Perencanaan.
  - Fungsi Pelaporan.
  - Fungsi Akuntansi.

- Fungsi Pengendalian.
- Fungsi Tanggung Jawab Utama Lainnya.

B. Kontribusi yang diberikan oleh *controller* dalam pengendalian penjualan adalah:

1. *Controller* memberikan bantuan terhadap manajemen pemasaran dalam melakukan penetapan anggaran penjualan, dengan cara memberikan informasi keuangan maupun non keuangan untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam penetapan anggaran penjualan.
2. Membantu manajemen pemasaran dalam analisis terhadap prestasi pelaksanaan penjualan, dengan cara membandingkan realisasi penjualan dengan anggaran penjualan jika terdapat penyimpangan maka akan segera dikomunikasikan dengan manajer pemasaran untuk dicari penyebab penyimpangannya dan kemudian dilakukan tindakan koreksi.
3. Membantu manajemen pemasaran dalam menetapkan standar pelaksanaan penjualan, dengan cara menetapkan standar upaya sebagai alat untuk mencapai standar hasil yang telah ditetapkan.
4. Membantu manajemen pemasaran dalam analisis terhadap laporan penjualan yang dihasilkan oleh divisi penjualan, dengan cara menganalisis laporan penjualan sebelum dikoordinasikan kepada pimpinan perusahaan untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

### C. Efektivitas Penjualan

Efektivitas penjualan ini dilihat dari beberapa faktor yaitu:

1. Realisasi penjualan yang terjadi melebihi anggaran untuk periode yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tahun 2005 selisih yang terjadi antara realisasi penjualan dengan anggaran penjualan sebesar Rp 6.281.900 di atas anggaran yang telah ditetapkan, sedangkan tahun 2006 selisih yang terjadi antara realisasi penjualan dengan anggaran penjualan yang ditetapkan sebesar Rp 117.957.000 di atas anggaran, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan telah berhasil dengan baik dalam melakukan pengendalian penjualan.

2. Persentase pencapaian target penjualan yang semakin meningkat.

Pada tahun 2005 pencapaian target penjualan sebesar 101% dengan realisasi penjualan sebesar Rp 1.003.881.900 dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp 997.600.000, sedangkan untuk tahun 2006 pencapaian target penjualan sebesar 112% dengan realisasi penjualan sebesar Rp 1.125.251.000 dari anggaran yang ditetapkan sebesar Rp 1.008.294.000, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pemasaran telah berhasil dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

3. Kontribusi biaya penjualan terhadap realisasi penjualan yang semakin menurun

Terjadi penurunan kontribusi biaya penjualan terhadap realisasi penjualan sebesar 0.71% dari tahun 2005 sebesar 9.87% menjadi 9.16% pada tahun 2006, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan telah berhasil dalam melakukan penggunaan biaya secara wajar, dimana kontribusi biaya penjualan terhadap realisasi penjualan sangat berperan dalam mencapai efektivitas penjualan. Hal ini dapat dilihat dari turunnya persentase kontribusi biaya penjualan terhadap realisasi penjualan serta kenaikan biaya penjualan yang diikuti dengan naiknya realisasi penjualan sehingga dapat berperan dalam menunjang efektifnya pelaksanaan penjualan.

## 5.2 Saran

Setelah mengadakan penelitian, pembahasan serta analisis terhadap peranan *controller* dalam pengendalian penjualan untuk menunjang efektivitas penjualan pada perusahaan roti “AC” maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan atau sebagai bahan masukan dalam perbaikan yang dilakukan oleh pihak perusahaan yaitu:

1. Untuk menghindari penyimpangan yang tidak wajar dari realisasi penjualan terhadap anggaran penjualan, sebaiknya *controller* melakukan suatu tindakan koreksi yang lebih intensif.
2. Untuk lebih mengetahui situasi dan kondisi persaingan yang terjadi dipasar, ada lebih baiknya apabila *controller* bersama dengan marketing manager melakukan analisis pasar yang lebih intensif.

3. Agar perusahaan mampu bersaing dengan para competitor dari perusahaan yang sejenis ada lebih baiknya jika perusahaan melakukan terobosan-terobosan dalam hal produk yang akan dijual, seperti membuat kemasan dari produk yang menarik dan mengeluarkan produk baru agar bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk dari perusahaan roti “AC”.
4. Ada baiknya jika perusahaan dalam melakukan promosi lebih intensif lagi, sebab jika dilihat dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan competitor cukup gencar dalam melakukan promosi baik di koran, majalah dan radio.