

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan yang dilakukan penulis pada PDAP di Bandung, penulis mengambil simpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengendalian penjualan pada PDAP berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dari: Aktivitas pengendalian penjualan dilaksanakan dengan proses pengendalian yang jelas, yaitu:
 - a) Menetapkan tolok ukur penjualan. Anggaran perusahaan dimulai dari penyusunan RKAP yang dibuat oleh bisnis unit lalu dewan direksi mulai membentuk tim penyusun anggaran untuk membuat draft RKAP lalu draft tersebut diajukan ke badan pengawas untuk dibuat RKAPnya, lalu RKAP yang sudah dibuat diajukan ke Gubernur / Wagub. Setelah melewati beberapa bagian, RKAP itu diserahkan ke bagian pelaksana anggaran untuk ditindaklanjuti, dan diotorisasi oleh Gubernur dan dewan direksi perusahaan daerah.
 - b) Membandingkan standar dengan realisasi, menurut bagian akuntansi, hasil penjualan pertambangan misalnya, Zeolit mengalami peningkatan yang disebabkan oleh banyaknya lahan tanah yang dimanfaatkan untuk usaha pertanian. Karena Zeolit berguna sebagai pupuk untuk menyuburkan

tanaman, pertanian dan tumbuh-tumbuhan lainnya. Maka terjadi hasil penjualan yang meningkat.

- c) Dan penyebab terjadinya selisih berdasarkan informasi dari pihak akuntansi, bahwa penyimpangan berasal dari bagian eksternal perusahaan, yaitu kondisi cuaca yang buruk, serta menurunnya daya beli konsumen.
- d) Maka dari itu perusahaan kembali mengadakan promosi ke luar negeri dengan mengikuti pameran di luar negeri dan menyebarkan brosur yang berisi *company profile* dan katalog produk. Untuk meningkatkan penjualan dalam negeri, perusahaan melakukan memperluas pangsa pasar sampai ke daerah-daerah.

2. Pengendalian Penjualan berperan dalam menunjang efektivitas penjualan. Tujuan pengendalian berupa penyusunan program penjualan yang berisi:

- a) Anggaran penjualan di perusahaan dituangkan dalam bentuk laporan pendapatan hasil dari perolehan kegiatan penjualan kepada konsumen, termasuk biaya-biaya dari kegiatan penjualan tersebut. Laporan tersebut dicantumkan dalam bentuk Annual Operation Procedure (AOP) dimana dalam laporan ini tercantum besarnya pendapatan karena melaksanakan penjualan pada tiap tahun produksi untuk tahun 2004. AOP untuk penjualan adalah Rp 843.250.000 terdiri dari penjualan pertambangan.
- b) Pelaksanaan dan pengukuran penjualan dari anggaran penjualan pada tahun anggaran 2004 tersebut telah terrealisasi sekitar 89,8 % dari AOP sebesar Rp 843.250.000, hasil penjualan mencapai Rp 757.370.000. Secara keseluruhan telah tercapai oleh pihak dalam perusahaan dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian, selain hal-hal yang telah dikemukakan di atas, Perusahaan Daerah Agribisnis dan Pertambangan mempunyai beberapa kelemahan, yaitu:

- a) Harga pokok pada masing-masing target dan realisasi tidak berubah. Yang berubah hanya kebutuhan per tahun saja.
- b) Kurang melakukan promosi ke daerah-daerah terpencil.
- c) Analisis selisih yang ditetapkan oleh perusahaan hanya memusatkan perhatian pada nilai rupiah, tidak memperhitungkan kemungkinan selisih yang disebabkan ketidakefisienan proses produksi

5.2 Saran

Pada bagian ini penulis ingin menyampaikan masukan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak dalam perusahaan untuk perbaikan pengendalian penjualan dan efektivitas kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Masukan tersebut berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu melakukan kegiatan *personal selling* untuk kegiatan penjualannya. Dengan cara ini diharapkan penjualan produk lebih meningkat lagi dengan pendekatan kepada konsumen yang potensial yang belum melakukan transaksi dengan perusahaan.
2. Perlu diadakan riset pasar yang ditujukan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan. Dengan cara ini segmen-segmen konsumen akan lebih jelas teridentifikasi dengan masing-masing sumber

daya konsumen untuk setiap segmen, sehingga strategi pemasaran dapat lebih dioptimalkan.

3. Bagian pemasaran perlu membuat promosi yang lebih bagus lagi untuk meningkatkan hasil penjualan dan juga harus memperhatikan kualitas produknya.