

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Audit operasional atas aktivitas penjualan PT. *Coca-Cola Bottling* Indonesia (*Sales Center* Pasirkoja-Bandung) bertujuan membantu pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui efektivitas pencapaian target penjualan periode Januari sampai dengan Desember 2006. Audit Operasional berusaha mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan dan berusaha untuk mencari alternatif penyelesaian untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis serta dukungan oleh data yang diperoleh dari hasil penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa aktivitas penjualan pada PT. *Coca-Cola Bottling* Indonesia (*Sales Center* Pasirkoja-Bandung) perlu ditingkatkan kembali. Hal tersebut berdasarkan kesimpulan yang didapat penulis, yaitu:

1. Prosedur penentuan target penjualan perusahaan berdasarkan *top-down approach*, yaitu bahwa target ditetapkan secara langsung oleh pimpinan tanpa melibatkan staff dari area distribusi. Hal ini mengakibatkan target penjualan yang ditetapkan seringkali terlalu tinggi sehingga target tidak dapat dicapai.
2. Pencapaian target penjualan oleh PT. *Coca-Cola Bottling* Indonesia (*Sales Center* Pasirkoja-Bandung) selama periode Januari sampai dengan Desember 2006 tidak efektif. Hal tersebut dikarenakan oleh penetapan target yang

terlampau tinggi, kurangnya penekanan pada *salesman* bahwa apabila target tercapai maka bonus yang diperoleh akan lebih besar, kurangnya informasi yang akurat mengenai perkembangan perekonomian dalam negeri maupun luar negeri yang mampu memprediksi perkembangan daya beli masyarakat dan perusahaan kurang melibatkan staf area distribusi dalam menetapkan target penjualan.

3. Tidak efektifnya pencapaian target yang telah ditetapkan disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:
 - a. Penetapan target penjualan yang terlampau tinggi karena perusahaan kurang mendapat informasi yang berguna untuk mengantisipasi penurunan daya beli konsumen.
 - b. Kurang adanya penekanan kepada *salesman* tentang keuntungan bonus yang diterima, apabila target penjualan dapat tercapai.
 - c. Dalam menetapkan target penjualan, perusahaan kurang melibatkan staff yang berada di area sehingga informasi dari area distribusi tidak diakomodasi oleh perusahaan secara baik.

Dari hasil penelitian ditemukan juga beberapa kelemahan pada aktivitas penjualan yang perlu diperbaiki, yaitu:

- a. Tidak ada jaminan dari pelanggan yang melakukan transaksi dengan nilai nominal yang besar.
- b. Tidak adanya ruang penyimpanan *merchandise* atau souvenir untuk promosi perusahaan.

4. Audit operasional bermanfaat memberikan alternatif pemecahan masalah kepada manajemen perusahaan untuk mengatasi faktor-faktor yang menyebabkan pencapaian target penjualan tidak efektif, yaitu dengan memberikan saran-saran untuk memperbaiki kinerja aktivitas penjualan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pemeriksaan yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pihak manajemen perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dalam pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Dalam menetapkan target penjualan untuk periode yang akan datang sebaiknya perusahaan tidak hanya mempertimbangkan penjualan aktual periode sebelumnya namun juga harus mempertimbangkan keadaan perekonomian dalam maupun luar negeri.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan antisipasi penurunan penjualan berkaitan dengan perubahan cuaca, karena biasanya daya beli konsumen terhadap minuman ringan pada saat hujan menurun. Jadi sebaiknya pada saat musim hujan, perusahaan melakukan promosi bahwa sebenarnya pada saat hujanpun minuman ringan tetap nikmat untuk dikonsumsi.
3. Lebih menekankan kepada *salesman* bahwa apabila target tercapai maka bonus yang diterima akan lebih besar pula.
4. Penetapan target penjualan oleh perusahaan sebaiknya melibatkan staf dari area distribusi sehingga informasi yang didapat lebih akurat dan target yang

ditetapkan lebih realistis sehingga lebih memotivasi setiap area untuk mencapai target yang telah mereka tetapkan bersama.

5. Perusahaan sebaiknya menetapkan target penjualan untuk setiap produk sehingga efektivitas penjualan setiap produk dapat diketahui.
6. Perusahaan perlu menyiapkan ruang khusus untuk *merchandise* atau *souvenir* untuk promosi perusahaan.