

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, maka penulis menarik keputusan bahwa anggaran penjualan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk telah berperan sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan, hal tersebut ditunjang dengan alasan sebagai berikut:

1. Untuk menunjang pelaksanaan penjualan, PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk telah merencanakan penjualan dengan menetapkan anggaran penjualan yang disusun dalam periode satu tahun dan dibagi menjadi anggaran selama dua belas bulan.
2. Penetapan anggaran penjualan yang telah dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk didasarkan pada data realisasi/aktual penjualan pada tahun sebelumnya, meskipun dalam pelaksanaannya sering kali terjadi hal-hal diluar kendali perusahaan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan anggaran adalah faktor-faktor *intern* dan *ekstern*.
4. PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk menggunakan pendekatan partisipatif untuk menyusun anggaran penjualan, dimana para manajer dari tiap-tiap department memberikan usulan kepada manajer puncak,

dan setelah melihat pertimbangan-pertimbangan tertentu maka oleh manajer puncaklah besar anggaran ditentukan.

5. PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk telah menggunakan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian penjualan dengan cara mengadakan evaluasi dan analisis terhadap realisasi penjualan setiap tahunnya, dan kemudian dilakukan tindak lanjut untuk mengatasi penyimpangan-penyimpangan yang terjadi.

Walaupun anggaran penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk telah berperan sebagai alat perencanaan dan pengendalian penjualan, masih terdapat kelemahan-kelemahan yang terjadi, antara lain:

1. Kurangnya aktivitas promosi sehingga ada beberapa produk dari PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk yang kurang dikenal oleh masyarakat.
2. perencanaan yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk merupakan perencanaan jangka pendek, sehingga kurang memperhatikan masa depan perusahaan.
3. Kurang adanya analisis yang baik dan orientasi ke depan yang baik, sehingga kurang peka terhadap perubahan yang terjadi.
4. Selisih yang menguntungkan tidak dianalisis, sehingga penyimpangan yang terjadi untuk selisih yang menguntungkan seringkali diabaikan.
5. kurangnya data acuan sebagai bahan evaluasi yang kerap kali dilakukan ketika menganalisis penyimpangan-penyimpangan anggaran yang terjadi.

### Saran

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

1. Sebaiknya PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk lebih giat dalam mempromosikan setiap produk-produk yang dihasilkan, sehingga setiap produk yang dihasilkan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk lebih dikenal oleh masyarakat luas baik secara kualitas dan kuantitasnya.
2. Sebaiknya PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk membuat perencanaan jangka panjang, yang didukung oleh operasi jangka pendek dengan memperhatikan pula kebijakan-kebijakan pemerintah.
3. Sebaiknya PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk meningkatkan kemampuan analisis yang baik dan beorientasi ke depan untuk mencermati perubahan yang terjadi, baik itu perubahan mengenai kondisi perekonomian Indonesia, kondisi keamanan yang terjadi, kebijakan pemerintah maupun 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 PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk lebih lagi mencari data acuan untuk menentukan berapa besar anggaran yang akan

ditentukan, sehingga setiap anggaran yang ditetapkan merupakan hasil pengolahan data yang diharapkan meningkatkan efektifitas dari penjualan.