

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peranan *controller* dalam pengendalian biaya promosi untuk peningkatan volume penjualan pada Hotel Zamrud Cirebon, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hotel Zamrud telah melakukan pengendalian biaya promosi dengan baik. Hal tersebut terlihat dari pelaksanaan pengendalian biaya promosi yaitu melalui tahap-tahap sebagai berikut:
 - a. Menetapkan anggaran biaya promosi
 - b. Melaksanakan keempat unsur bauran promosi yaitu periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.
 - c. Membandingkan realisasi biaya promosi yang dikeluarkan dengan anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan.
 - d. Membuat laporan pengendalian biaya promosi setiap tahunnya untuk mengevaluasi penyimpangan yang terjadi.
 - e. Melakukan tindakan koreksi.
2. *Controller* berperan terhadap pengendalian biaya promosi. Hal tersebut dapat disimpulkan dari:
 - a. Kualifikasi yang dimiliki seorang *controller*

Controller pada Hotel Zamrud memiliki dasar teknis yang memadai dalam akuntansi dan keuangan, memahami prinsip-prinsip perencanaan,

pengorganisasian, dan pengendalian, memahami perusahaan secara mendalam, memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dan menyatakan ide, serta mampu untuk menggerakkan orang lain.

b. Berfungsinya *controller* secara normatif

Controller pada Hotel Zamrud memiliki fungsi secara normatif yang sangat memadai. Hal tersebut dapat dilihat dari perannya dalam fungsi perencanaan, pengendalian, pelaporan, dan tanggung jawab utama lainnya.

c. Kontribusi *controller* dalam pengendalian biaya promosi, yaitu:

- 1) Memberikan bantuan kepada Bagian *Marketing* dalam menetapkan anggaran biaya promosi.
- 2) Memberikan bantuan kepada Bagian *Marketing* dalam analisis terhadap pengendalian biaya promosi.
- 3) Memberikan bantuan kepada Bagian *Marketing* dalam pembuatan laporan pengendalian biaya promosi.

d. *Controller* pada Hotel Zamrud juga memiliki beberapa kelemahan yaitu kurang memahami jenis industri perusahaan serta tidak memiliki wewenang dalam menetapkan sistem akuntansi keuangan dan biaya.

3. Tidak ada hubungan antara biaya promosi dengan peningkatan volume penjualan. Kenaikan/penurunan biaya promosi tidak serta merta meningkatkan/menurunkan volume penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4-9 tentang persentase biaya promosi terhadap volume penjualan Hotel Zamrud tahun 2006 dan 2007. Walaupun menurut analisis dari kuesioner, kesimpulan yang didapat justru berbeda yaitu peranan *controller*

terhadap pengendalian biaya promosi mempengaruhi peningkatan volume penjualan, hal tersebut hanya merupakan persepsi dari responden kuesioner pada Hotel Zamrud.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan terhadap Hotel Zamrud, saran-saran yang dapat diberikan penulis terhadap Hotel Zamrud yaitu:

1. Walaupun promosi yang dilakukan tidak terlalu berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan, sebaiknya pelaksanaan promosi terus ditingkatkan untuk lebih menyosialisasikan keberadaan Hotel Zamrud kepada masyarakat luas.
2. *Controller* pada Hotel Zamrud sangat berperan terhadap pengendalian biaya promosi dan juga pengendalian lainnya, namun akan lebih lagi jika *controller* lebih meningkatkan perannya. Seluruh jajaran staf dalam struktur organisasi perusahaan harus terus mendukung tugas *controller* tersebut.
3. Sebaiknya *controller* juga memiliki data keuangan perusahaan secara lengkap walaupun *controller* tidak bergabung dengan Hotel Zamrud sejak awal berdirinya sehingga dokumentasi penyusunan data keuangan dapat lebih efektif.