

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh antara sistem pengendalian manajemen (X) terhadap efektivitas penjualan (Y), dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 2.980, artinya nilai t hitung ($2.980 > t \text{ tabel } (2.035)$), maka H_0 ditolak.
2. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.461, yang berarti terdapat hubungan yang cukup antara variabel sistem pengendalian manajemen terhadap efektivitas penjualan. Artinya, semakin tinggi sistem pengendalian manajemen, maka semakin meningkat efektivitas penjualan.
3. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 21.2%. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pengendalian manajemen memberikan pengaruh sebesar 21.2% terhadap efektivitas penjualan. Sedangkan sisanya sebesar 78.8% efektivitas penjualan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya, seperti kondisi pasar yang sedang terjadi, besarnya anggaran perusahaan dalam produksi, besarnya modal yang dikeluarkan perusahaan dalam produksi, kemampuan karyawan dalam melakukan penjualan, ataupun promosi yang dilakukan perusahaan dalam membantu efektivitas penjualan.

5.2 Saran

Setelah meneliti dan juga menyimpulkan mengenai pengaruh sistem pengendalian manajemen terhadap efektivitas pencapaian target penjualan perusahaan, maka penulis memiliki beberapa saran, yaitu:

1. Saran untuk perusahaan

Dengan pelaksanaan sistem pengendalian yang sudah dilaksanakan dengan baik, hendaknya terus dipertahankan secara berkesinambungan, sehingga efektivitas pencapaian target penjualan dapat dipertahankan dengan baik.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, penulis menyarankan agar diteliti mengenai pengaruh pelaksanaan sistem pengendalian manajemen terhadap efektivitas pencapaian target penjualan dalam beberapa perusahaan lain, sehingga dapat mengetahui secara umum dan lebih bervariasi.

3. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 13.0, penulis memperoleh hasil bahwa sistem pengendalian manajemen memberikan pengaruh sebesar 21.2% terhadap efektivitas penjualan, sedangkan sisanya sebesar 78.8% dipengaruhi oleh variabel lain. Penulis memberikan saran agar perusahaan memperhatikan variabel lain yang dapat mempengaruhi efektivitas penjualan, seperti kondisi pasar yang sedang terjadi, besarnya anggaran perusahaan dalam produksi, besarnya modal yang dikeluarkan perusahaan dalam produksi, kemampuan karyawan dalam melakukan penjualan, ataupun promosi yang dilakukan perusahaan dalam membantu efektivitas penjualan.