BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah membahas mengenai analisis pengaruh biaya pemasaran terhadap tingkat penjualan pada CV Jaya Mandiri, maka berikut ini diuraikan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik yaitu:

- CV Jaya Mandiri adalah perusahaan yang memproduksi sirup dengan merk ACC. Perusahaan telah melakukan pengelompokkan biaya pemasaran menurut fungsi penjualan, fungsi promosi/periklanan, fungsi pergudangan, fungsi pengangkutan dan pengiriman, fungsi kredit dan penagihan, fungsi akuntansi dan administrasi pemasaran. Namun demikian perusahaan belum melakukan alokasi biaya-biaya pemasaran tidak langsung yang terdiri dari: gaji manajer pemasaran, biaya listrik dan air, biaya telepon dan fax kepada masing masing fungsi pemasaran.
- Konsep akuntansi dalam mengalokasikan biaya pemasaran adalah berdasarkan manfaat yang didistribusikan pada masing-masing fungsi pemasaran. Untuk biaya pemasaran tidak langsung maka penggunaan jumlah karyawan dan luas lantai sebagai dasar alokasi kepada masing-masing fungsi pemasaran cukup adil dan teliti dalam mendistribusikan biaya tersebut serta penggunaannya yang praktis.
- Dari hasil analisis regresi berganda memperlihatkan adanya hubungan positif yang cukup besar antara biaya fungsi-fungsi pemasaran (fungsi penjualan dan fungsi promosi) terhadap penjualan.

- Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada bab IV memperlihatkan adanya multikolinearitas, yaitu keadaan dimana ada hubungan yang kuat antara variabel independen, dalam hal ini biaya pada fungsi penjualan dan biaya pada fungsi promosi.

V.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan:

- Dengan adanya multikolinearitas pada persamaan yang dianalisis, maka perusahaan hendaknya memperhatikan biaya pada kedua fungsi pemasaran yakni fungsi penjualan dan fungsi promosi. Jika ingin meningkatkan penjualan, maka perusahaan tidak dapat meningkatkan biaya hanya pada salah satu fungsi tersebut. Akan tetapi peningkatan biaya harus dilakukan pada kedua fungsi tersebut secara proporsional.