

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi yang sudah dilakukan penulisan mengenai penyusunan anggaran biaya promosi pada PT. Merpati Nusantara Airlines dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 3 metode yang digunakan dalam menyusun prosedur anggaran biaya promosi PT. Merpati Nusantara Airlines, yaitu:
 - a. Metode Kemampuan
 - b. Metode Persentase Penjualan
 - c. Metode Pengembalian Investasi

prosedur penyusunan anggaran biaya promosi di PT.

Merpati Nusantara Airlines dimulai dari bidang promosi menuju ke departemen marketing sampai ke departemen keuangan.

2. Terdapat perbedaan dalam perbandingan anggaran dan realisasi biaya promosi PT. Merpati Nusantara Airlines perbedaan yang mendasarnya adalah anggarannya lebih besar dari realisasi atau yang biasa disebut *Appliedbudget* .yaitu dianggarkan sebagai berikut:

= Anggaran Perusahaan – Realisasi Biaya Promosi

= Rp 39.516.009.677,00 – Rp. 35.030.019.012,00

= Rp. 4.485.990.665,00

3. Biaya promosi PT. Merpati Nusantara Airlines mempunyai fungsi sebagai alat untuk membiayai atau memfasilitasi seluruh kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Merpati Nusantara Airlines, kegiatan promosi yang dimaksud seperti pemasangan iklan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, maka media penulisan memberikan saran, yaitu dalam proses penyusunan anggaran sebaiknya lebih diperhatikan lagi kondisi-kondisi eksternal perusahaan yang akan mempengaruhi biaya-biaya pemasukan perusahaan, yaitu dengan memperluas lagi promosi-promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, selain itu promosi bertujuan untuk memasarkan perusahaan kepada konsumen atau *customer*.