

ABSTRACT

Writers observational object is sell operation role in increase digital photo sell effectiveness on PT Kertasari Food. Is one of sauce firm and chili sauce at Bandung, which is Jl. Sayuran No. 9. Is one of examinations and estimations on play a part sell operation with arranges hypothesis testing. If good hypothesis result, therefore reputed operation gets role in increase sauce sell effectiveness and chili sauce on PT Kertasari Food. On the contrary, if result of inauspicious hypothesis, therefore sell operation role not effective, in other words doesn't get role in prop sell effectiveness step-up on PT Kertasari Food.

Writer does this research by use of analysis's descriptive method. The Acquired primary data of yielding interview, questioner, and observation. Acquired secondary data of literature those are engaged problem that is analyzed as base of theory.

After does research, study, and hypothesis testing, writer gets conclusion that "Sell Operation gets role In Increase Sell Effectiveness" gets to be accepted. It can be seen from hypothesis testing result as big as 0.57 its correlation coefficient. Its mean in increase sell effectiveness in corporate, strong enough sell operation gets role.

Key words: Sell operation, Sell effectiveness.

ABSTRAK

Objek penelitian penulis adalah dengan peranan pengendalian penjualan dalam meningkatkan efektivitas penjualan photo digital pada PT Kertasari Food. Salah satu perusahaan saos dan sambal di Bandung, yaitu Jl. Sayuran No. 9. Salah satu pengujian dan penilaian atas peranan pengendalian penjualan adalah dengan mengadakan pengujian hipotesis. Jika hasil hipotesis baik, maka pengendalian dianggap berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan saos dan sambal pada PT Kertasari Food. Sebaliknya, jika hasil dari hipotesis tidak baik, maka peranan pengendalian penjualan tidak efektif, dengan kata lain tidak berperan dalam menunjang peningkatan efektivitas penjualan pada PT Kertasari Food.

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Data primer diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, dan observasi. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teori.

Setelah melakukan penelitian, pembahasan, dan pengujian hipotesis, penulis memperoleh kesimpulan yang menunjukkan bahwa “Pengendalian Penjualan Berperan Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan” dapat diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis sebesar 0.57 atas koefisien korelasinya. Artinya dalam meningkatkan efektivitas penjualan dalam perusahaan, pengendalian penjualan cukup kuat berperan.

Kata-kata kunci: Pengendalian Penjualan, Efektivitas Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	5
2.1 Konsep Peranan.....	5
2.2 Pengendalian.....	7
2.2.1 Pengertian Pengendalian.....	7

2.2.1.1 Elemen-Elemen Sistem Pengendalian.....	8
2.2.1.2 Rerangka Dasar Pengendalian.....	9
2.2.1.3 Tujuan Pengendalian.....	10
2.2.2 Penjualan.....	10
2.2.2.1 Pengertian Penjualan.....	10
2.2.2.2 Tujuan Penjualan.....	11
2.2.2.3 Prosedur Penjualan.....	12
2.2.2.4 Jenis-Jenis Penjualan.....	13
2.2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	15
2.2.3 Pengendalian Penjualan.....	16
2.2.3.1 Pengertian Pengendalian Penjualan.....	16
2.2.3.2 Tujuan Pengendalian Penjualan.....	17
2.2.3.3 Proses Pengendalian Penjualan.....	17
2.2.3.4 Manfaat Analisis Penjualan.....	18
2.2.3.5 Standar Penjualan.....	19
2.2.3.6 Kuota Penjualan sebagai Standar.....	20
2.2.3.7 Penggunaan Standar Penjualan.....	21
2.2.3.8 Anggaran Penjualan.....	22
2.2.4 Tolok Ukur Pengendalian Penjualan.....	23
2.2.5 Laporan Penjualan.....	24
2.3 Efektivitas.....	24
2.3.1 Efektivitas Penjualan.....	24
2.4 Rerangka Pemikiran.....	25
2.5 Hubungan Pengendalian Penjualan Dengan Peningkatan Penjualan.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.2 Metodologi Penelitian.....	29
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.2 Penetapan Variabel Penelitian.....	31
3.2.3 Teknik Pengembangan Instrumen.....	34
3.2.4 Analisis Pengujian Hipotesis.....	35
3.2.5 Teknik Analisis.....	36
3.2.6 Teknik Pembuatan Skala.....	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 40
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	41
4.2.1 Strukur Organisasi.....	41
4.2.2 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	41
4.3 Proses Pengendalian Perusahaan Yang Memadai.....	44
4.3.1 Menetapkan Suatu Tolak Ukur.....	44
4.3.1.1 Aktivitas Perusahaan.....	44
4.4 Karakteristik Responden.....	45
4.5 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Proses Pengendalian Penjualan.....	48
4.6 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Efektivitas Penjualan.....	56

4.7 Analisis Statistik Terhadap Peranan Pengendalian Penjualan Guna Menunjang Efektivitas Penjualan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
GAMBAR 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
GAMBAR 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indikator, Sub Indikator, Skala Pengukuran, dan Instrumen.....	35
Tabel 4.5.1	Tanggapan Responden Mengenai Pencatatan Dalam Bentuk Laporan Keuangan.....	51
Tabel 4.5.2	Tanggapan Responden Bahwa Perusahaan Memiliki Struktur Organisasi.....	51
Tabel 4.5.3	Tanggapan Responden Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab Telah Dilakukan Dengan Semestinya.....	52
Tabel 4.5.4	Tanggapan Responden Mengenai Uraian Tugas Secara Tertulis Untuk Setiap Bagian Perusahaan.....	52
Tabel 4.5.5	Tanggapan Responden Mengenai Anggaran Penjualan Yang Ditetapkan Oleh Pemilik Perusahaan.....	53
Tabel 4.5.6	Tanggapan Responden Mengenai Anggaran Penjualan Ditetapkan Berdasarkan Laporan Tahun Sebelumnya.....	53
Tabel 4.5.7	Tanggapan Responden Mengenai Pemeriksaan Sumber Data dan Urutan Dokumen Setiap Transaksi.....	54
Tabel 4.5.8	Tanggapan Responden Mengenai Pengecekan Isi Faktur.....	54
Tabel 4.5.9	Tanggapan Responden Mengenai Adanya Surat Jalan Setiap Barang Keluar.....	54
Tabel 4.5.10	Tanggapan Responden Mengenai Adanya Komunikasi Yang Baik Antara Atasan dan Bawahan.....	55
Tabel 4.5.11	Tanggapan Responden Mengenai Pengiriman Barang Yang Tepat Waktu.....	55
Tabel 4.5.12	Tanggapan Responden Mengenai Dokumen Untuk Mencatat Persediaan.....	56
Tabel 4.5.13	Tanggapan Responden Mengenai Pemeriksaan Fisik Terhadap Persediaan Barang di Gudang.....	56
Tabel 4.5.14	Tanggapan Responden Mengenai Terciptanya Hubungan Yang Baik Antara Konsumen Dengan Perusahaan.....	57

Tabel 4.5.15	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Menjadi Salah Satu Kriteria Pengukuran Hasil Penjualan.....	57
Tabel 4.5.16	Tanggapan Responden Mengenai Bagian Penjualan Megkoordinasikan Keegiatannya Dengan Bagian Produksi.....	58
Tabel 4.5.17	Tanggapan Responden Mengenai Pemeriksaan Laporan Penjualan Oleh Atasan Yang Berwenang.....	58
Tabel 4.6.1	Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan Aktivitas Penjualan Perusahaan Yang Efektif.....	59
Tabel 4.6.2	Tanggapan Responden Mengenai Hasil Penjualan Yang Sesuai Dengan Target.....	59
Tabel 4.6.3	Tanggapan Responden Mengenai Realistisnya Target Penjualan.....	60
Tabel 4.6.4	Tanggapan Responden Mengenai Adanya Usaha Perbaikan Apabila Target Penjualan Tidak Tercapai.....	60
Tabel 4.6.5	Tanggapan Responden Mengenai Adanya Promosi Penjualan.....	61
Tabel 4.6.6	Tanggapan Responden Mengenai Target Penjualan Dapat Tercapai Sesuai Dengan Kualitas Yang Diharapkan.....	61
Tabel 4.6.7	Tanggapan Responden Mengenai Target Penjualan Yang Ditetapkan Melalui Serangkaian Proses Dengan Memperhatikan Situasi dan Kondisi Perusahaan.....	62
Tabel 4.6.8	Tanggapan Responden Mengenai Perlunya Revisi Target Penjualan Bila Terjadi Perubahan Situasi dan Kondisi Diluar Dugaan.....	62
Tabel 4.6.9	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Melakukan Pengendalian Terhadap Pelaksanaan Aktivitas Penjualannya.....	63
Tabel 4.6.10	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Menyusun Program Penjualan Yang Berperan Dalam Penentuan Standar Penjualan.....	63

Tabel 4.6.11	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Menggunakan Laporan Penjualan Sebagai Alat Analisis Penjualan.....	64
Tabel 4.6.12	Tanggapan Responden Mengenai Anggaran Penjualan Perusahaan Berfungsi Untuk Alat Perencanaan dan Alat Pengendalian Penjualan.....	64
Tabel 4.6.13	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Memberikan Bonus Bila Target Tercapai.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	75
Lampiran 2	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Independen.....	81
Lampiran 3	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Dependen.....	82
Lampiran 4	Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden.....	83
Lampiran 5	Nilai Kritis Spearman.....	84
Lampiran 6	Struktur Organisasi.....	85
Lampiran 7	Faktur.....	86
Lampiran 8	Surat Jalan.....	90
Lampiran 9	Surat Penelitian Untuk Penyusunan skripsi.....	91
Lampiran 10	Berita Acara Bimbingan.....	92
Lampiran 11	Skema Hubungan Pengendalian Penjualan dan Efektivitas Penjualan.....	93
Lampiran 12	Riwayat Hidup.....	94