

ABSTRAK

PERANAN PENGENDALIAN PENJUALAN GUNA MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN STUDI KASUS PT.OPTIK MELAWAI, JAKARTA

Perusahaan melakukan berbagai kegiatan di dalam perusahaan, salah satunya penjualan. Penjualan memegang peranan penting di dalam sebuah perusahaan karena menyangkut proses operasi perusahaan. Dalam pelaksanaannya tidak dipungkiri kita menghadapi kendala-kendala baik berupa rintangan kecil atau berupa suatu rintangan besar. Kompleksnya proses penjualan suatu perusahaan yang baik khususnya dalam melakukan aktivitas penjualan agar proses penjualan berjalan dengan efektif.

Penelitian ini berjudul **“Peranan Pengendalian Penjualan Guna Meningkatkan Efektifitas Penjualan Pada PT. X”**,

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis yang bertujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian dengan cara mengumpulkan data primer melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Data sekunder diperoleh penulis melalui penelitian ke perpustakaan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian penjualan yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan langkah-langkah : penyusunan program penjualan, penyusunan anggaran yang berkaitan dengan penjualan, kemudian dilanjutkan dengan program penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut telah dapat dinilai cukup efektif. Penjualan produk perusahaan yang dilakukan sebagai kegiatan yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan telah dapat dinilai cukup efektif. Penjualan dilakukan berdasarkan order dari konsumen dengan prosedur order *taking* yang terencana sehingga pengendalian penjualan berperan dalam menunjang efektifitas penjualan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin menyampaikan masukan bagi perusahaan untuk perbaikan pengendalian penjualan dan efektifitas penjualan. Masukan tersebut berupa saran-saran yang penulis tuangkan sebagai berikut :

1. Perusahaan melakukan kegiatan personal *selling*.
2. Perlu diadakan kegiatan riset pasar yang ditujukan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan.

ABSTRACT

THE ROLE THE CONTROL THE SALE FOR INCREASED THE EFFECTIVINESS OF THE SALE IN PT."X" STUDY CASUS PT.OPTIK MELAWAI, JAKARTA

The company carried out various activities in the company, one of them the sale. The sale held the important role in dala a company because of being related to the process of the company's operation. In the implementation him was not ignored by us face of a big barrier. His complex the process of the sale of a company that was good expecially in carrying out the activity of the sale so that the process of the proceeding sale effectively.

This research was entitled "**The Role The Control The Sale For Increased The Effectiviness Of The Sale In PT."X"**

The method that was used in this research was the descriptive method analytical that aimed at giving the picture that was sharp about the object of the research by means of gathering the primary data through observation, the questionnaire, and the interview. The secondary data was received by the writer through the research to the library.

From results of the research of showing that the control of the sale was carried out by the company was based on steps: the compilation of the sale program, the compilation of the budget that was linked with the sale, after wards it was continued with the sale program that was carried out by this company could consider to be effective enough. The sale of the company's product that was done as the activity that produced the profit for the company could consider to be effective enough. The sale was carried out be based on order from the consumer with the procedure order taking that so as the control of the sale played a role in supporting the effectiveness of the sale.

Was based on this analysis, the w riter want to delivered put for the company for the improvement of the control of the sale and the effectiveness of the sale. This input took the form of suggestions that the writer poured as follows:

1. The company carried out the personal activity selling.
2. Must be held by the market research activity that was aimed to measure to the best of which level of the consumer's satisfaction on the product that was produced.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Peranan.....	6
2.2 Struktur Pengendalian Manajemen.....	6
2.2.1 Pengendalian Manajemen.....	7
2.2.1.1 Sistem.....	8

2.2.1.2 Pengendalian.....	8
2.2.1.3 Manajemen.....	8
2.2.2 Penjualan.....	8
2.2.2.1 Tujuan Umum Penjualan.....	9
2.2.2.2 Prosedur Yang Membentuk Penjualan Kredit.....	9
2.2.2.3 Tahap-Tahap Penjualan.....	10
2.2.3 Pengertian Pengendalian Penjualan.....	11
2.3 Pengertian Efektifitas.....	12
2.3.1 Pengertian Efektifitas.....	12
2.3.2 Efektifitas Kegiatan Penjualan.....	13
2.3.3 Laporan Penjualan.....	14
2.3.4 Analisa Penjualan.....	14
2.3.4.1 Pengertian Analisa Penjualan.....	14
2.3.4.2 Jenis-Jenis Analisis Penjualan.....	15
2.3.4.3 Manfaat Analisis Penjualan.....	16
2.3.4.4 Keterbatasan Analisis Penjualan.....	16
2.4 Hubungan Pengendalian Penjualan Dengan Efektifitas Penjualan.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	18

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	23
3.2 Metodologi Penelitian.....	23

3.1.1 Sumber Data.....	23
3.1.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	24
3.1.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.1.4 Teknik Pengembangan Instrumen.....	29
3.1.5 Analisis Pengujian Hipotesis.....	30
3.1.6 Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
4.1.1 Aktivitas Perusahaan.....	36
4.2 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas.....	36
4.2.1 Struktur Organisasi PT. Optik Melawai.....	36
4.2.2 Uraian Tugas PT. Optik Melawai.....	37
4.3 Pelaksanaan Pengendalian Penjualan PT. Optik Melawai.....	42
4.3.1 Penyusunan Program.....	42
4.3.2 Penyusunan Anggaran.....	42
4.3.3 Pelaksanaan Dan Pengukuran.....	43
4.3.3.1 Pelaporan Dan Analisis.....	43
4.4 Analisis Efektifitas Pengendalian Penjualan.....	43
4.5 Efektifitas Penjualan PT. Optik Melawai.....	47
4.5.1 Penerapan Kebijakan Penjualan.....	48
4.5.2 Prosedur Penjualan.....	48
4.5.3 Anggaran Penjualan.....	50

4.5.4 Pencapaian Anggaran Penjualan.....	50
4.6 Analisis Efektifitas Penjualan.....	50
4.7 Pengujian Hipotesis.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3-1: Indikator Variabel dan Skala Pengukuran.....	27
Tabel 3-2: Interpretasi Hasil Perhitungan Persentase Kuesioner.....	32
Tabel 4-4: Pengendalian Penjualan PT. Optik Melawai.....	46
Tabel 4-5: Efektifitas Penjualan PT. Optik Melawai.....	52
Tabel 4-6: Peranan Pengendalian Penjualan Guna Meningkatkan Efektifitas Penjualan PT. Optik Melawai.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I : Struktur Organisasi PT. X.....	65