

## ABSTRAK

### PERANAN PENGENDALIAN PENJUALAN GUNA MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN

Kondisi perekonomian di Indonesia dapat dikatakan masih belum stabil. Kondisi ini merupakan dampak dari adanya krisis global. Selain adanya krisis global, masyarakat ekonomi Asean (MEA) di tahun 2015 menjadikan tantangan baru bagi perekonomian Indonesia, banyaknya barang impor masuk ke Indonesia yang akan mengancam industri lokal dalam bersaing dengan produk-produk luar negeri yang jauh lebih berkualitas. Hal ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat untuk merebut pangsa pasar. Untuk itu setiap perusahaan perlu mengelola perusahaannya agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat ini.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan pengendalian penjualan berperan secara positif terhadap efektivitas penjualan dan untuk mengetahui peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak dalam industri makanan terbesar di Bandung Selatan, yaitu PT Stanli Trijaya Mandiri. 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 Menunjang Efektivitas Penjualan” dapat diterima.

**Kata kunci:** pengendalian penjualan, efektivitas penjualan.

## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF SALES CONTROL IN SUPPORTING SALES EFFECTIVENESS**

*The economic conditions in Indonesia can be said still unstable. This condition is the impact of the global crisis. In addition to the global crisis, ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 to make a new challenge for the Indonesian economy, the number of goods imported into Indonesia will threaten the local industry in competing with foreign products of much higher quality. This raises a very tough competition to grab market share. For that every company needs to manage his company to be able to face increasingly fierce competition this.*

*The purpose of the study is to examine the implementation of the control of the sales positively contribute to the effectiveness of sales and sales management to determine the role in supporting the sales effectiveness. This research was conducted in companies engaged in the food industry the largest in South Bandung, namely PT Mandiri Stanli Trijaya. The author conducted this research using descriptive analysis method. The primary data obtained from interviews, questionnaires, and observations. Secondary data were obtained from the literature related to the problem being investigated as a theoretical basis. After doing some research, discussion, and testing hypotheses, the authors came to the conclusion that shows that "The Role of Sales Control in Supporting Sales Effectiveness" is acceptable.*

**Key words:** *sell operation, sell effectiveness.*

## DAFTAR ISI

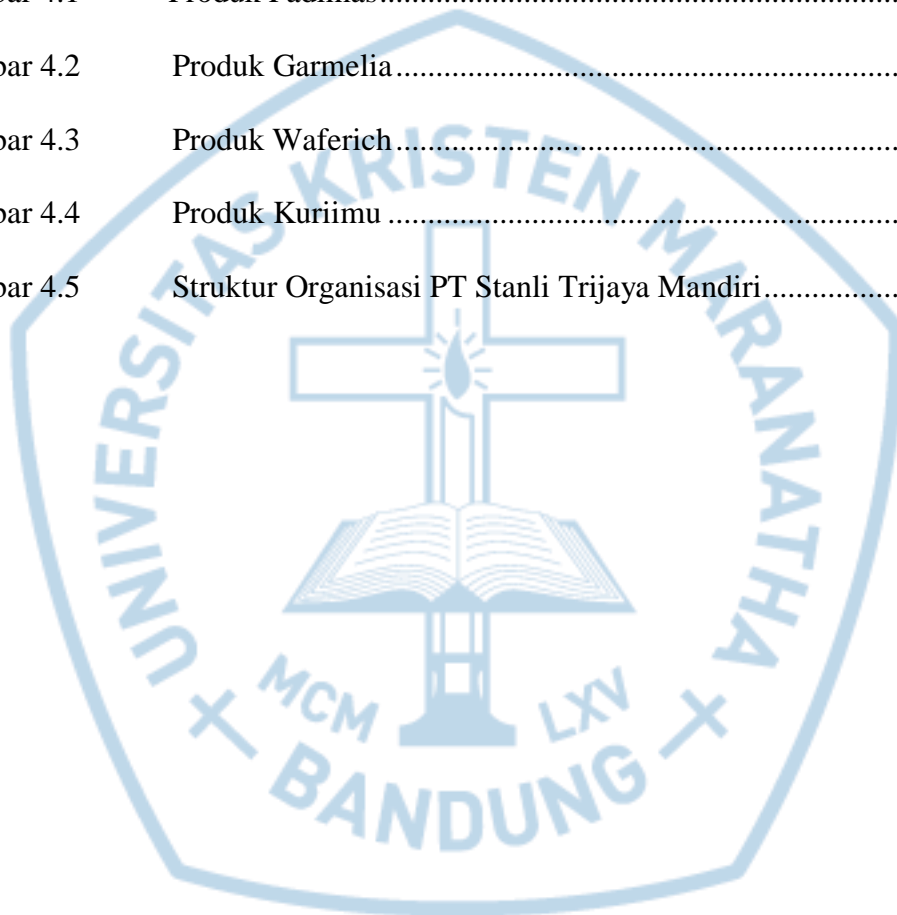
	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Peranan.....	6
2.2 Pengendalian .....	7
2.2.1 Pengertian Pengendalian .....	7
2.2.2 Fungsi Pengendalian .....	8
2.3 Penjualan.....	9
2.3.1 Pengertian Penjualan .....	9
2.3.2 Tujuan Penjualan.....	11

2.3.3 Jenis-Jenis Penjualan.....	12
2.3.4 Aktivitas Penjualan .....	13
2.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	13
2.3.6 Fungsi yang Terkait dalam Aktivitas Penjualan .....	15
2.3.7 Tugas Pokok Bagian Penjualan .....	17
2.3.8 Dokumen yang digunakan dalam Aktivitas Penjualan.....	17
2.4 Efektivitas Penjualan.....	18
2.5 Pengendalian Penjualan.....	19
2.5.1 Pengertian Pengendalian Penjualan.....	20
2.5.2 Tujuan Pengendalian Penjualan .....	21
2.6 Hubungan Pengendalian Penjualan dengan Efektivitas Penjualan .....	22
2.7 Review Penelitian Sebelumnya.....	26
2.9 Pengembangan Hipotesis .....	29
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Objek Penelitian .....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.3 Kriteria Responden.....	33
3.4 Teknik Pengembangan Instrumen .....	34
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.6 Penetapan Indikator Variabel dan Instrumen Pengukuran .....	36
3.7 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	37
3.8 Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>

4.1 Analisis Hasil Pengumpulan Data.....	40
4.2 Sejarah Singkat dan Gambaran Umum.....	44
4.2.1 Sejarah Singkat.....	44
4.2.2 Produk PT Stanli Trijaya Mandiri.....	45
4.2.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	45
4.2.4 Struktur Organisasi.....	49
4.2.5 Uraian Tugas .....	49
4.3 Pelaksanaan Pengendalian Penjualan.....	58
4.3.1 Penetapan Target.....	58
4.3.2 Pengukuran Pelaksanaan Sesungguhnya.....	60
4.3.3 Perbandingan Target Penjualan dengan Penjualan Sesungguhnya	62
4.3.4 Sebab-Sebab Penyimpangan .....	68
4.3.5 Tindakan Koreksi .....	69
4.4 Efektivitas Penjualan.....	70
4.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	71
4.5.2 Analisis Statistik .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Model Hubungan Pengendalian Penjualan dengan Efektivitas Penjualan ..... 26
Gambar 4.1	Produk Padimas..... 46
Gambar 4.2	Produk Garmelia..... 47
Gambar 4.3	Produk Waferich..... 48
Gambar 4.4	Produk Kuriimu ..... 48
Gambar 4.5	Struktur Organisasi PT Stanli Trijaya Mandiri..... 51



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu ..... 26
Tabel 3.1	Indikator Variabel Bebas dan Skala Pengukuran ..... 36
Tabel 3.2	Indikator Variabel Tidak Bebas dan Skala Pengukuran ..... 37
Tabel 3.3	Kriteria Analisis Statistik..... 38
Tabel 4.1	Kunjungan ke PT Stanli Trijaya Mandiri ..... 43
Tabel 4.2	Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan PT Stanli Trijaya Mandiri tahun 2015..... 62
Tabel 4.3	Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan Berdasarkan Provinsi dan Salesman PT Stanli Trijaya Mandiri..... 62
Tabel 4.4	Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan Berdasarkan Provinsi PT Stanli Trijaya Mandiri Tahun 2015 ..... 65
Tabel 4.5	Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan Berdasarkan Produk PT Stanli Trijaya Mandiri Tahun 2015 ..... 65

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner .....	80
Lampiran B Tabulasi Data Hasil Jawaban Kuesioner .....	90
Lampiran C Riwayat Hidup .....	94

