

ABSTRAK

PERANAN CONTROLLER DALAM PENGENDALIAN BIAYA PROMOSI GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN STARTER PACK DENGAN TEKNOLOGI GLOBAL SYSTEM FOR MOBILE TELECOMUNICATION

Keberhasilan suatu usaha selain tergantung pada teknologi yang dimiliki, modal, sarana dan prasarana yang tersedia, sumber daya manusia juga tidak terlepas dari faktor kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan. Promosi dilakukan untuk menarik perhatian konsumen sehingga pesan yang ingin disampaikan melalui media promosi dapat menarik perhatian konsumen. Pelaksanaan berbagai aktivitas ini membutuhkan pendelegasian wewenang dan tanggung jawab yang memadai sesuai dengan ukuran perusahaan. Untuk menunjang kinerja yang optimal dibutuhkan pengendalian biaya yang digunakan perusahaan dalam pencapaian laba termasuk pengendalian biaya promosi.

Dengan dibutuhkannya pengendalian biaya promosi ini maka diperlukan pengendalian yang cermat atas pelaksanaan prosedur penetapan anggaran biaya promosi perusahaan. Dalam hal ini, *controller* sangat diperlukan kontribusinya dalam membantu, mengelola dan menerapkan pengendalian biaya promosi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan yang berdampak pada laba.

Berdasarkan pemikiran ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Indosat *West Java Region* yang berlokasi di Jalan Asia Afrika No. 141-147 Bandung, sebagai objek penelitian dengan tujuan mengetahui berperan tidaknya *controller* dalam pengendalian biaya promosi guna meningkatkan volume penjualan pada PT. Indosat dalam penjualan produk *stater pack* dengan teknologi *GSM (Global System for Mobile Telecommunication)*. Pada karya tulis ini penulis hanya membatasi pengambilan data pada cabang Bandung saja.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian dengan cara mengumpulkan data kemudian melakukan analisis dengan pendekatan studi kasus untuk kemudian diambil kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan kuesioner yang diajukan kepada beberapa responden terpilih. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi *controller* dalam pengendalian biaya promosi antara lain, membantu menyiapkan laporan serta informasi- informasi baik kualitatif maupun kuantitatif yang dibutuhkan terutama oleh *Sales and Marketing*, menganalisis penyimpangan yang terjadi serta membantu mencari tindakan evaluasi terhadap penyimpangan yang terjadi.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut bahwa pengendalian biaya promosi telah diterapkan dengan efektif dan *controller* cukup berperan dalam pengendalian biaya promosi guna meningkatkan volume penjualan pada PT. Indosat *West Java Region*. Serta hipotesis yang diajukan oleh penulis dapat diterima yaitu, *controller* berperan dalam pengendalian biaya promosi guna meningkatkan volume penjualan *starter pack GSM*. tetapi ada kelemahan – kelemahan di PT Indosat tersebut sehingga penulis menyarankan beberapa saran untuk memperbaiki kelemahan tersebut.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Rerangka Pemikiran	6
1.6 Metodologi Penelitian	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Tentang Peranan	11
2.2 Controllershship sebagai suatu fungsi	12
2.2.1 Pengertian Controller	13
2.2.2 Funsii Controller	15
2.2.3 Kualifikasi <i>Controller</i>	17

2.3	Pengendalian	22
2.3.1	Pengertian Pengendalian	22
2.3.2	Kerangka dasar Model Pengendalian	23
2.3.3	Standar	24
2.3.3.1	Standar Penjualan	24
2.3.4	Pengertian Anggaran	25
2.4	Promosi, Alat-alat promosi dan Biaya promosi	27
2.4.1	Pengertian Promosi	27
2.4.2	Alat- alat Promosi	28
2.4.3	Anggaran Promosi	31
2.4.4	Faktor- faktor yang mempengaruhi anggaran promosi	33
2.4.5	Biaya Promosi	34
2.4.6	Metode Penetapan Anggaran biaya promosi	35
2.5	Pengendalian Biaya Promosi	36
2.6	Penjualan	38
2.6.1	Pengertian Penjualan	38
2.6.2	Faktor- faktor yang mempengaruhi volume penjualan	40
2.6.3	Hubungan <i>Controller</i> dengan biaya promosi	40
2.6.4	Hubungan Biaya promosi dengan penjualan	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	44
3.2	Metodologi Penelitian	44

3.2.1 Teknik Pengumpulan responden	45
3.2.2 Operasional Variabel	47
3.2.3 Indikator Variabel bebas dan skala pengukuran	47
3.2.4 Teknik Pengembangan Instrument	49
3.2.5 Teknik Analisis Data	51

BAB IV HASIL PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	54
4.1.3 Strategi Perusahaan	54
4.1.4 Nilai- Nilai Perusahaan	55
4.1.5 Filosofi Perusahaan	56
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan	56
4.1.7 Ruang Lingkup Kegiatan	61
4.1.7.1 Layanan dan Produk	61
4.2 Tujuan melaksanakan Promosi	81
4.3 Jenis- Jenis Biaya Promosi	79
4.4 Kedudukan dan Tanggung Jawab <i>Controller</i>	85
4.5 Karakteristik <i>Controller</i>	86
4.6 Berfungsinya <i>Controller</i> secara Normatif	91
4.7 Peranan <i>Controller</i> dalam Pengendalian Biaya Promosi	101
4.7.1 Penetapan Anggaran Biaya Promosi	101

4.7.2 Realisasi Biaya Promosi pada PT. Indosat	112
4.7.3 Membandingkan anggaran Biaya Promosi yang telah ditetapkan dengan Realisasinya	119
4.7.4 Mengevaluasi penyimpangan yang terjadi	114
4.8 Tindakan Koreksi	124
4.9 Peningkatan Penjualan	125
4.10 Pengujian Hipotesis	131
4.10.1 Analisis Deskriptif Kualitatif	131
4.10.2 Analisis Statistik	133
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	135
5.2 Saran	138
 DAFTAR PUSTAKA	 139
LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Characteristic of Strong Controller</i>	19
Tabel 3.1 Indikator Variabel Bebas dan Skala Pengukuran	48
Tabel 4.1 Spesifikasi <i>Sim Card</i> IM3	78
Tabel 4.2 Spesifikasi <i>Sim Card</i> Mentari	79
Tabel 4.3 Jenis- Jenis Laporan dibawah tanggung Jawab <i>Controller</i>	99
Tabel 4.4 Anggaran Biaya Promosi Tahun 2004	106
Tabel 4.5 Anggaran Biaya Promosi Tahun 2005	108
Tabel 4.6 Realisasi Biaya Promosi tahun 2004	113
Tabel 4.7 Realisasi Biaya Promosi Tahun 2005	115
Tabel 4.8 Anggaran dan Realisasi Biaya Promosi tahun 2004	118
Tabel 4.9 Anggaran dan Realisasi Biaya Promosi tahun 2005	118
Tabel 4.10 Anggaran Penjualan tahun 2004 dan tahun 2005	126
Tabel 4.11 Realisasi Penjualan Tahun 2004 dan tahun2005	126
Tabel 4.12 Anggaran Penjualan tahun 2004 dan tahun 2005	127
Tabel 4.13 Realisasi Penjualan tahun 2004 dan tahun 2005	127
Tabel 4.14 Realisasi biaya promosi terhadap Biaya Promosi yang di anggarkan	128
Tabel 4.15 Rata- rata Kontribusi setiap Rupiah Anggaran Biaya Promosi terhadap anggaran penjualan tahun 2004	129
Tabel 4.15 Rata- rata Kontribusi setiap Rupiah Anggaran Biaya Promosi terhadap anggaran penjualan tahun 2005	129

Tabel 4.17 Rata- rata kontribusi setiap rupiah biaya promosi terhadap

Penjualan tahun 2004 129

Tabel 4.18 Rata- rata kontribusi setiap rupiah biaya promosi terhadap

Penjualan tahun 2005 130

Tabel 4.19 Persentase Realisasi Biaya Promosi terhadap realisasi penjualan 131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Skema hubungan *Controller* dalam pengendalian Biaya Promosi guna meningkatkan volume penjualan

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Struktur Organisasi Perusahaan
- Lampiran 2 : *Budget Development* PT. Indosat
- Lampiran 3 : Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 5 : Formulir Usulan Budget subdir division
- Lampiran 6 : *Budget proposal for a year Adminitration and General Cost*
- Lampiran 7 : Formulir *Budget Capex*
- Lampiran 8 : Gambar- Gambar Promosi
- Lampiran 9 : Surat Persetujuan Penelitian