

ABSTRAK

PERANAN PENGENDALIAN PENJUALAN DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENJUALAN PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA,Tbk)

Penjualan merupakan suatu aspek yang sangat erat kaitannya dengan tujuan peningkatan laba, karena itulah pihak manajemen dituntut untuk meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan hasil penjualan untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan, suatu perusahaan memerlukan adanya cara yang tepat, sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan pimpinan perusahaan sebaiknya membuat perencanaan terlebih dahulu, rencana ini dapat mencakup berbagai kegiatan operasional yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Tanpa adanya perencanaan, segala kegiatan perusahaan akan tidak menentu arahnya dan perusahaan tidak dapat bekerja secara efisien. Maka dalam melaksanakan penjualan yang baik perlu dilakukan suatu pengendalian terhadap seluruh kegiatan yang ada di perusahaan terutama pengendalian penjualan.

Perusahaan memerlukan pengendalian penjualan untuk merancang, mengendalikan dan mengevaluasi aktivitas penjualan, membuat laporan-laporan yang diperlukan oleh manajemen serta melakukan tindakan koreksi terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi agar dapat segera diambil tindakan secepatnya agar hal tersebut tidak terulang lagi di kemudian hari. Karena itu pengendalian penjualan sangat diperlukan di perusahaan.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peranan pengendalian penjualan dalam menunjang peningkatan penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk. Tujuan dari penyusunan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan pengendalian penjualan dalam meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan dilakukan melalui wawancara dengan pejabat yang berwenang, observasi terhadap dokumen dan prosedur perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta melalui penyebaran kuesioner.

Kesimpulan yang diperoleh menunjukkan peranan pengendalian penjualan untuk menunjang peningkatan penjualan sebesar 97,4%. Dengan demikian hipotesis mengenai peranan pengendalian penjualan dalam menunjang peningkatan penjualan dapat diterima.

Keyword: pengendalian, penjualan.

serta memberikan bantuan moril maupun materi yang tidak ternilai harganya kepada penulis selama ini.

10. Michael yang telah membantu dalam segala hal dan dukungan moril yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
11. mBak Lina yang sudah membantu dalam penyusunan penelitian.
12. Sahabat-sahabatku: Cecil dan Heni yang sudah bersama-sama menyelesaikan kuliah dan penelitian.
13. Teman seperjuangan: Silvi dan Lia yang bersama-sama mencari informasi mengenai penyusunan penelitian.
14. Amalia teman yang selalu mendukung untuk mengerjakan penelitian ini.
15. Temen-temen kuliah : Eunice, Fetra, dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya terutama pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini.

Bandung, Desember 2006

Penulis.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Rerangka Pemikiran.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.7 Lokasi Penelitian.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Peranan	12
2.2 Pengendalian	13
2.2.1 Pengertian Pengendalian	13
2.2.2 Proses Pengendalian	15
2.3 Penjualan	17
2.3.1 Pengertian Penjualan	17
2.3.2 Tujuan Penjualan	19
2.3.3 Fungsi-fungsi dalam Penjualan	20
2.3.4 Metode Penjualan	22
2.3.5 Kebijakan Penjualan	23
2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan ...	23
2.4 Pengendalian Penjualan	26
2.4.1 Pengertian Pengendalian Penjualan	26
2.4.2 Masalah yang Dihadapi Manajemen Penjualan	28
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	29
2.4.4 Laba Kotor	30
2.4.5 Tingkat Pengembalian Investasi (ROI)	30
2.4.6 Standar Penjualan.....	32
2.4.7 Analisis Penjualan dalam Pengendalian Penjualan	36
2.4.8 Laporan Penjualan	38
2.5 Hubungan Pengendalian Penjualan dengan Peningkatan Penjualan.....	39
BAB III : OBJEK PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Metodologi Penelitian	42
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	43

3.2.2 Penentuan Responden	45
3.2.3 Teknik Pengembangan Instrumen	46
3.2.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	47
3.2.5 Penetapan Indikator Variabel dan Instrumen Pengukuran ..	48
3.2.6 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	50
3.2.7 Penarikan Kesimpulan dan Saran	53
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1 Sejarah Perusahaan	54
4.1.2 Struktur Organisasi	58
4.1.3 Visi, Misi, dan Sasaran	62
4.1.4 Produk dan Layanan	63
4.2 Kebijakan Perusahaan dan Prosedur Penjualan	69
4.2.1 Kebijakan Perusahaan	69
4.2.2 Prosedur Penjualan	73
4.3 Proses Pengendalian Penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	75
4.3.1 Menetapkan Standar Pengukuran Penjualan	76
4.3.2 Mengukur Prestasi Kerja	78
4.3.3 Membandingkan Pelaksanaan Penjualan dengan Standar ...	80
4.3.4 Membetulkan Penyimpangan atau Varians	82
4.3.5 Mengambil Tindakan Koreksi yang Perlu	84
4.4 Tujuan Pengendalian Penjualan dalam Perusahaan	85
4.4.1 Keandalan dari Informasi Keuangan	85
4.4.2 Kepatuhan Hukum dan Peraturan yang Berlaku	85
4.4.3 Efektivitas dan Efisiensi Operasi	90
4.5 Peningkatan Penjualan	91
4.6 Pengujian Hipotesis	97
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Hubungan Pengendalian Penjualan dengan Peningkatan Penjualan	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Tabel Indikator Variabel Bebas dan Skala Pengukuran	49
3.2 Tabel Indikator Variabel Tidak Bebas dan Skala Pengukuran	50
4.1 Tabel Realisasi Pendapatan Tahun 2004 dan 2005	79
4.2 Tabel Pendapatan KSO tahun 2004 dan 2005	83
4.3 Realisasi Pendapatan Operasi Tahun 2004 dan 2005	90

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Daftar Produk dan Layanan Telkom	108
2. Kelompok Usaha Telkom	115
3. Peta Operasi Telkom	116
4. Surat Penelitian untuk Penyusunan Skripsi	117
5. Kuesioner	118
6. Hasil Pembahasan Kuesioner	126
7. Riwayat Hidup	129