

ABSTRAK

Suatu pertumbuhan ekonomi sekarang ini tidak terlepas dari adanya persaingan dimana yang terkuat yang akan bertahan. Keberhasilan akan dicapai oleh perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan saat ini, yaitu dimana perusahaan sanggup memberikan apa yang siap dibeli oleh masyarakat atau konsumen. Aktivitas penjualan merupakan suatu bidang yang dinamis, disertai dengan kondisi yang selalu berubah-ubah, sehingga selalu terjadi masalah yang baru dan berbeda. Oleh karena itu proses penjualan harus ditangani dengan cermat, mulai dari timbulnya transaksi sampai dengan hasil dari penjualan tersebut diterima oleh perusahaan. Agar dapat menunjang penjualan yang efektif diperlukan sistem penjualan yang dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan untuk membiayai aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Sejalan dengan berkembangnya perusahaan, aktivitas dalam perusahaan semakin kompleks sehingga pemimpin tidak hanya dilihat dari kemampuannya dalam menjual produknya melainkan seorang pemimpin juga harus mempunyai kemampuan dalam mencari calon-calon pembeli atau pelanggan-pelanggan baru. Oleh karena itu peranan pengendalian penjualan sangatlah penting karena dengan adanya pengendalian penjualan seorang pemimpin perusahaan dapat menjalankan perusahaannya secara terarah, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis. Penggunaan metode tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan suatu gambaran tertentu mengenai suatu keadaan berdasarkan informasi yang ada, dikumpulkan, diklasifikasikan dan menginterpretasikan sehingga didapatkan informasi untuk menganalisis masalah yang diteliti.

Pengendalian penjualan dilakukan melalui penetapan standar penjualan dan pengukuran terhadap hasil penjualan yang sesungguhnya, perbandingan target penjualan dengan penjualan yang sesungguhnya, mencari sebab penyimpangan, serta melakukan tindakan koreksi untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Dengan adanya pengendalian penjualan yang memadai maka akan membantu manajer penjualan dalam mengoreksi atau mendeteksi kesalahan-kesalahan atau penyimpangan yang terjadi sebelum masalah tersebut menjadi besar dan dapat mengalami kerugian yang besar serta melakukan tindakan koreksi yang terbaik terhadap penyimpangan tersebut.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengendalian penjualan sangat berperan dalam menunjang efektivitas penjualan yang diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yaitu sebesar 76.66%.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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	8
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Pengendalian	11
2.1.1 Pengertian Pengendalian	11
2.1.2 Fungsi Pengendalian	14
2.2. Penjualan.....	16
2.2.1 Pengertian Penjualan.....	16
2.2.2 Tujuan Penjualan.....	17
2.2.3 Klasifikasi Penjualan.....	18
2.2.4 Fungsi yang Terkait Dalam Aktivitas Penjualan	19

2.2.5 Tugas Pokok Bagian Penjualan.....	21
2.2.6 Dokumen yang Digunakan Dalam Aktivitas Penjualan.....	21
2.2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	22
2.3. Pengendalian Penjualan	24
2.3.1 Pengertian Pengendalian Penjualan	25
2.3.2 Tujuan Pengendalian Penjualan	25
2.3.3 Tolak Ukur yang Digunakan Pengendalian Penjualan.....	26
2.3.3.1 Metode Penjualan.....	27
2.3.3.2 Biaya Penjualan.....	29
2.3.3.3 Laba Kotor	27
2.3.3.4 Perbandingan Antara Tolak Ukur Dengan Realisasi	29
2.3.4 Anggaran Penjualan	30
2.3.4.1 Pengertian Anggaran Penjualan	30
2.3.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran Penjualan	33
2.3.4.3 Laporan Penjualan.....	34
2.3.4.4 Masalah yang Dihadapi Manajemen Penjualan	35
2.3.4.5 Analisis Penjualan	37
2.3.4.6 Kuota Penjualan	40
2.3.4.7 Tindak Lanjut Manajemen	41
2.4. Efektivitas Penjualan.....	41
2.5. Hubungan Pengendalian Penjualan Dengan	

Efektivitas Penjualan.....	42
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1. Objek Penelitian.....	44
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
3.1.2 Struktur Organisasi	46
3.1.3 <i>Job Description</i>	48
3.2. Metode Penelitian.....	52
3.2.1 Pendekatan Penelitian	52
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.3 Penetapan Variabel Penelitian	54
3.2.4 Teknik Pengembangan Instrumen.....	55
3.2.5 Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.2.6 Metode Analisa	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Analisis Hasil Pengumpulan Data.....	60
4.2. Penetapan Target Penjualan yang Ditetapkan dan Pengukuran Terhadap Hasil Penjualan yang Sesungguhnya	60
4.3. Perbandingan Target Penjualan dengan Penjualan yang Sesungguhnya	65
4.4. Mencari Sebab Penyimpangan.....	67
4.5. Tindakan Koreksi.....	69
4.6. Efektivitas Penjualan.....	69
4.7. Pengujian Hipotesis.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82