

ABSTRAK

PERANAN *CONTROLLER* DALAM PENGENDALIAN BIAYA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA HOTEL ZAMRUD,CIREBON)

Informasi yang berlimpah dan terbukanya peluang untuk mengakses informasi dari berbagai sumber membuat konsumen semakin kritis dalam memilih produk. Persaingan dalam usaha bisnis menjadi semakin ketat. Salah satu usaha yang ditempuh untuk mengatasi persaingan dan menguasai konsumen dalam pemasaran yaitu dengan adanya kegiatan promosi. Sistem pengendalian yang baik diperlukan untuk mengendalikan biaya promosi yang dikeluarkan. Karena itu, perusahaan membutuhkan seorang *controller* untuk melaksanakan tugas pengendalian tersebut. Peranan *controller* dalam pengendalian biaya promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

Penelitian dilakukan pada Hotel Zamrud di Jl. Wahidin Sudirohusodo No.46 A, Cirebon. Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empirik peranan *controller* dalam pengendalian biaya promosi dapat meningkatkan penjualan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pelaksanaan pengendalian biaya promosi dan peranan *controller* dalam mengendalikan biaya promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada Hotel Zamrud.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan studi kasus, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk mempertahankan keutuhan suatu objek. Selain itu juga digunakan metode penelitian deskriptif analitis kualitatif, yaitu suatu metode yang berusaha untuk mengumpulkan, menyajikan serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas objek yang diteliti.

Dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara biaya promosi dengan peningkatan volume penjualan. Kenaikan/penurunan biaya promosi tidak serta merta meningkatkan/ Menurunkan volume penjualan. Walaupun berdasarkan analisis dari kuesioner Kesimpulan yang didapat justru berbeda yaitu peranan *controller* terhadap pengendalian biaya promosi mempengaruhi peningkatan volume penjualan, hal tersebut merupakan persepsi dari responden kuesioner pada Hotel Zamrud.

Saran penulis bagi Hotel Zamrud yaitu: (1) pelaksanaan promosi terus ditingkatkan untuk lebih menyosialisasikan keberadaan Hotel Zamrud walaupun realitanya promosi tidak terlalu berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. (2) seluruh pegawai perusahaan dapat mendukung tugas *controller* dalam melaksanakan biaya promosi (3) sebaiknya *controller* juga memiliki data-data keuangan perusahaan secara lengkap.

Kata Kunci : *controller*; pengendalian; pengendalian biaya promosi

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Tentang Peranan	9
2.2 <i>Controllershship</i> Sebagai Suatu Prinsip	10
2.2.1 Pengertian <i>Controller</i>	11
2.2.2 Fungsi <i>Controller</i>	13
2.2.3 Kualifikasi <i>Controller</i>	18
2.3 Kontribusi <i>Controller</i> dalam Pengendalian Biaya Promosi ..	19

2.4	Pengendalian	20
2.4.1	Pengertian Pengendalian	20
2.4.2	Rerangka Dasar Pengendalian	22
2.4.3	Jenis-jenis Pengendalian	22
2.4.4	Tujuan Pengendalian	23
2.5	Promosi, Bauran Promosi, dan Biaya Promosi	24
2.5.1	Pengertian Promosi	24
2.5.2	Fungsi dan Tujuan Kegiatan Promosi	25
2.5.3	Bauran Promosi	26
2.5.4	Biaya Promosi	29
2.5.5	Pengendalian Biaya Promosi	31
2.5.6	Kendala-kendala dalam Pengendalian Biaya Promosi	31
2.6	Penjualan	32
2.6.1	Pengertian Penjualan	32
2.6.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	33
2.7	Hubungan Biaya Promosi dengan Peningkatan Volume Penjualan	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian	39

3.2.1	Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.2	Penentuan Responden	41
3.2.3	Operasionalisasi Variabel	42
3.2.4	Metode Analisis Data	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan	48
4.1.1	Sejarah Perusahaan	48
4.1.2	Fasilitas Hotel Zamrud	48
4.1.3	Struktur Organisasi Hotel Zamrud	49
4.1.4	Uraian Tugas Hotel Zamrud	51
4.2	Kedudukan <i>Controller</i> pada Hotel Zamrud	67
4.2.1	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Controller</i>	67
4.2.2	Kualifikasi Seorang <i>Controller</i>	67
4.2.3	Berfungsinya <i>Controller</i> Secara Normatif	71
4.2.4	Kontribusi <i>Controller</i> dalam Pengendalian Biaya Promosi	74
4.3	Pelaksanaan Pengendalian Biaya Promosi pada Hotel Zamrud	82
4.4	Peningkatan Volume Penjualan	83
4.5	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan	85
4.6	Pengujian Hipotesis	86
4.6.1	Analisis Deskriptif Kualitatif	87

4.6.2	Analisis Statistik	87
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2-1 <i>Promotion Mix</i>	28
Tabel 3-1 Indikator Variabel dan Skala Pengukuran	43
Tabel 3-2 Interpretasi Hasil Perhitungan Kuesioner	47
Tabel 4-1 Anggaran Biaya Promosi Hotel Zamrud tahun 2006	75
Tabel 4-2 Anggaran Biaya Promosi Hotel Zamrud tahun 2007	76
Tabel 4-3 Realisasi Biaya Promosi Hotel Zamrud tahun 2006	77
Tabel 4-4 Realisasi Biaya Promosi Hotel Zamrud tahun 2007	78
Tabel 4-5 Perbandingan Anggaran Biaya Promosi dengan Realisasi Penjualan Hotel Zamrud tahun 2006	79
Tabel 4-6 Perbandingan Anggaran Biaya Promosi dengan Realisasi Penjualan Hotel Zamrud tahun 2007	80
Tabel 4-7 Data Volume Penjualan Kamar Hotel Zamrud tahun 2005, 2006, dan 2007	84
Tabel 4-8 Tingkat Signifikansi Peningkatan Volume Penjualan Kamar Hotel Zamrud tahun 2005, 2006, dan 2007	85
Tabel 4-9 Persentase Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Hotel Zamrud pada tahun 2006 dan 2007	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2-1 Diagram Pengendalian	21
Gambar 2-2 Skema Hubungan <i>Controller</i> dalam Pengendalian Biaya Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan	38
Gambar 4-1 Struktur Organisasi Hotel Zamrud Cirebon	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	94
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner	107
Lampiran 3 Reservation Form	110
Lampiran 4 Registration Card	111
Lampiran 5 Formulir Pembayaran Kontan – Cash Receipt	112
Lampiran 6 Surat Konfirmasi	113