

ABSTRACT
CONTROL DILIVERY SERVICES ROLE IN INCREASE SALES
SUPPORT SERVICES (CASE STUDY PT POS INDONESIA,
PERSERO BANDUNG)

The company's goal is to get sufficient profit, in services sector, company's profit is obtained from the number of consumers who use the services. A delivery service is one of the services required by today's society. Delivery sales activity is an activity that is closely linked to company's profits, with the control system of sales services is expected to increase the sales of the company's delivery services. The author conducted research on PT Pos Indonesia (Persero) Bandung. This study was aimed to determine the implementation of delivery service control and to determine the role of delivery service control in conjunction with service improvement. Researcher took samples of employees and manager of PT Pos Indonesia, in Bandung branch. During hypothesis testing by using descriptive analysis, is to compare observation result with predefined indicator and statistical analysis. The results include a summary of the results of the questionnaire with average percentage of delivery service control and the average percentage of sales service increase, as well as analysis reports increased sales letter and packages over the years 2010,2011, and 2012. The conclusion that can be drawn from this study is the control of sales delivery service plays an important role in supporting the increase of sales services.

Keywords: *control, control of sales dilivery service, increase of sales service.*

ABSTRAK
PERAN PENGENDALIAN PENJUALAN JASA PENGIRIMAN
DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENJUALAN JASA
(STUDI KASUS PT POS INDONESIA, PERSERO BANDUNG)

Tujuan perusahaan adalah mendapatkan laba yang memadai, dalam sektor jasa keuntungan perusahaan diperoleh dari banyaknya konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Jasa pengiriman merupakan salah satu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang ini. Aktivitas penjualan jasa pengiriman merupakan aktivitas yang berhubungan erat dengan keuntungan perusahaan, dengan adanya sistem pengendalian penjualan jasa diharapkan mampu meningkatkan penjualan jasa pengiriman pada perusahaan. Penulis melakukan penelitian pada PT Pos Indonesia (Persero) Bandung. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pengendalian penjualan jasa pengiriman yang dilakukan dan untuk mengetahui peranan pengendalian penjualan jasa pengiriman dalam menunjang peningkatan jasa. Peneliti mengambil sampel dari karyawan dan manager PT Pos Indonesia cabang Bandung. Dalam pengujian hipotesis menggunakan analisis deskriptif, yaitu membandingkan hasil observasi dengan indikator yang sudah ditetapkan dan analisis statistic. Hasil penelitian mencakup rangkuman hasil kuesioner dengan persentase rata-rata pengendalian penjualan jasa pengiriman dan persentase rata-rata peningkatan penjualan jasa, serta analisis peningkatan laporan penjualan surat dan paket selama tahun 2010,2011 dan 2012. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah pengendalian penjualan jasa pengiriman sangat berperan dalam menunjang peningkatan penjualan jasa.

Kata kunci: pengendalian, pengendalian penjualan jasa pengiriman, peningkatan penjualan jasa.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	5
2.1 Pengertian Peranan	5
2.2 Pengendalian	6
2.2.1 Pengertian Pengendalian	6
2.2.2 Tujuan pengendalian	7

2.2.3	Fungsi Pengendalian	9
2.2.4	Langkah-Langkah Pengendalian.....	10
2.2.5	Proses Pengendalian.....	11
2.2.6	Jenis-Jenis Pengendalian.....	14
2.3	Penjualan	14
2.3.1	Pengertian Penjualan.....	14
2.3.2	Tujuan Penjualan	14
2.3.3	Jenis-Jenis Penjualan	15
2.3.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	16
2.3.5	Tahap-Tahap Penjualan	17
2.3.6	Proses Perencanaan Penjualan	18
	2.3.6.1 Pengertian Perencanaan Penjualan	19
	2.3.6.2 Tujuan Perencanaan Penjualan	20
2.4	Perusahaan Jasa.....	23
2.4.1	Pengertian Jasa.....	23
2.4.2	Karakteristik Perusahaan Jasa.....	24
2.5	Pengertian Pengendalian Penjualan	26
2.5.1	Analisa Penjualan.....	29
2.5.2	Standar Penjualan.....	32
	2.5.2.1 Kuota Penjualan Sebagai Standar	34
2.5.3	Laporan Penjualan	35
2.5.4	Pengendalian Penjualan dalam Perusahaan Jasa.....	36

2.6 Hubungan Pengendalian Penjualan dalam Peningkatan Penjualan di Perusahaan Jasa Pengiriman	40
2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	41
2.8 Pengembangan Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Operasional Variabel	48
3.5 Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.1 Riwayat Singkat Perusahaan.....	53
4.1.2 Visi,Misi, dan Motto Perusahaan.....	54
4.1.3 Tujuan PT Pos Indonesia (Persero).....	55
4.1.4 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia (Persero).....	56
4.1.5 Logo PT Pos Indonesia (Persero)	57
4.2 Penjualan Surat dan Paket.....	59
4.3 Struktur Organisasi dan Tugas Divisi Penjualan Surat dan Paket PT Pos Indonesia (Persero) Bandung.....	59
4.4 Pembahasan Penelitian.....	62
4.5 Hasil Jawaban Kuesioner	63

4.5.1	Pengendalian Penjualan Jasa Pengiriman	63
4.5.2	Peningkatan Penjualan Jasa	69
4.6	Analisa Data.....	70
4.7	Pengujian Hipotesis	72
4.8	Peningkatan Penjualan PT Pos Indonesia (Persero) Bandung	73
4.8.1	Tarif Layanan Surat dan Paket.....	73
4.8.2	Penjualan dalam Rupiah	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1.	Kesimpulan	78
5.2.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1: Indikator Variabel dan Skala Pengukuran	49
Tabel 4.1 : Hasil Pengolahan Kuesioner: Pengendalian Jasa Pengiriman	90
Tabel 4.2: Hasil Pengolahan Kuesioner: Peningkatan Penjualan	93
Tabel 4.3: Menetapkan Perencanaan/Anggaran Penjualan.....	63
Tabel 4.4: Pelaksanaan Pengukuran.....	65
Tabel 4.5: Membandingkan Hasil Pengukuran dengan Tolok Ukur yang Ditetapkan	66
Tabel 4.6: Analisa Sebab-Sebab Penyimpangan.....	67
Tabel 4.7: Melakukan Tindakan Koreksi.....	68
Tabel 4.8: Peningkatan Penjualan dalam Jumlah Paket.....	69
Tabel 4.9: Peningkatan Penjualan Pengiriman dalam Jumlah Rupiah.....	70
Tabel 4.10: Tabel Kesimpulan	71
Tabel 4.11: Pencapaian Target Penjualan Jasa dari Tahun 2010-2012.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Elemen-Elemen Proses Pengendalian	12
Gambar 2.2: RerangkaPemikiran	42
Gambar 4.1: StrukturOrganisasi PT Pos Indonesia (Persero).....	57
Gambar 4.2: Logo PT Pos Indonesia (Persero).....	58
Gambar 4.3: StrukturOrganisasiDivisPenjualan PT Pos Indonesia (Persero) Bandung	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A Pertanyaan Kuesioner.....	85
LAMPIRAN B Hasil Pengolahan Data Kuesioner	92
LAMPIRAN C Surat Keterangan	96
LAMPIRAN D Berita Acara Bimbingan.....	97