

ABSTRACT

In recent years, many new companies that fall into a particular business industry. Sales is one of the most important part in the company because it can generate a revenue stream. To maintain its existence, the company must be able to meet consumer demand and competitive. In order to increase competitiveness, companies must be able to offer the lowest price possible without compromising the quality of products produced. Because so the importance of the functions of sales, the company demanded to be able to increase sales effectiveness. The increase in sales volume resulting corporate leaders need tools to perform operations for errors, fraud, misappropriation, and other measures that could hurt the company could be reduced as low as possible. The tool in question is the control of management.

The research method used is simple linear regression, by conducting surveys and collecting data from respondents in PT INDORAMA in Purwakarta. PT INDORAMA is a company engaged in textile field in Bandung. Based on the results of research at PT INDORAMA, Control Management does not have an influence on Sales Effectiveness.

Keywords: Control Management, Sales Effectiveness

ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini, banyak perusahaan yang baru masuk dalam suatu industri bisnis tertentu. Penjualan merupakan salah satu bagian yang paling penting dalam perusahaan karena dapat menghasilkan aliran pendapatan. Untuk mempertahankan keberadaannya, perusahaan harus mampu memenuhi permintaan konsumen dan berdaya saing. Untuk dapat meningkatkan daya saing, perusahaan harus dapat menawarkan harga serendah mungkin tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan. Karena begitu pentingnya fungsi penjualan, maka perusahaan diuntut untuk dapat meningkatkan efektivitas penjualannya. Peningkatan volume penjualan mengakibatkan pemimpin perusahaan memerlukan alat bantu untuk menjalankan operasi perusahaan agar kesalahan, kecurangan, penyelewengan, dan tindakan-tindakan lain yang dapat merugikan perusahaan dapat ditekan serendah mungkin. Alat bantu yang dimaksud adalah pengendalian manajemen.

Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linier sederhana, dengan melakukan survei dan mengumpulkan data dari responden pada PT Indorama di Purwakarta. PT Indorama adalah perusahaan yang bergerak di bidang tekstil di Purwakarta. Berdasarkan hasil penelitian pada PT Indorama Pengendalian Manajemen tidak mempunyai pengaruh terhadap Efektivitas Penjualan.

Kata Kunci : Pengendalian Manajemen, Efektivitas Penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.3.1 Maksud Penelitian.....	3
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
2.1 Pengendalian Manajemen.....	6

2.1.1	Pengertian Pengendalian	6
2.1.2	Pengendalian Manajemen	7
2.1.3	Pengertian Sistem Pengendalian Manajemen	8
2.1.3.1	Struktur Sistem Pengendalian Manajemen	9
2.1.3.2	Proses Sistem Pengendalian Manajemen.....	12
2.2	Efektivitas.....	16
2.3	Penjualan	17
2.3.1	Pengertian Penjualan	17
2.3.2	Tujuan Penjualan.....	18
2.3.3	Klasifikasi Penjualan.....	18
2.3.4	Efektivitas Penjualan.....	20
2.4	Pengaruh Pengendalian Manajemen dalam Menunjang Efektifitas Penjualan.....	21
2.5	Rerangka Pemikiran.....	21
2.6	Pengendalian Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Objek Penelitian.....	25
3.1.1	PT INDORAMA.....	25
3.1.1.1	Sejarah Singkat PT INDORAMA	25
3.1.2	Visi dan Misi.....	26
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas.....	27
3.2.1	Struktur Organisasi	27
3.3	Metode Penelitian	32

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.2 Operasionalisasi Variabel	34
3.3.3 Tipe Skala	35
3.3.4 Teknik Pengembangan Instrumen	38
3.4 Pengujian Data.....	39
3.4.1 Uji Validitas.....	39
3.4.2 Uji Reliabilitas	40
3.4.3 Uji Regresi	40
3.4.4 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Pengumpulan Data	43
4.1.1 Deskripsi Responden	43
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas	49
4.3 Analisis Data Penelitian.....	52
4.3.1 Variabel Pengendalian Manajemen (X)	53
4.3.2 Variabel Efektivitas Penjualan (Y)	74
4.4 Pengaruh Pengendalian Manajemen (X) Terhadap Efektivitas Penjualan (Y)	91
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	91
4.4.1.1 Uji Normalitas Data.....	91
4.4.1.2 Uji Heteroskedastias	92

4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi	93
4.4.3 Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana	96
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	97
4.4.5 Pengujian Hipotesis	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Rerangka Pemikiran..... 23
Gambar 2	Struktur Organisasi PT INDORAMA Purwakarta 28
Gambar 3	Diagram Persepsi Responden Tentang Pengendalian Manajemen (X) 60
Gambar 4	Diagram Persepsi Responden Tentang Efektivitas Penjualan (Y)..... 76
Gambar 5	Kurva Uji-t Dua Pihak 99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasionalisasi Variabel 37
Tabel II	Nilai Kuesioner 39
Tabel III	Profil Responden..... 43
Tabel IV	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Pengendalian Manajemen (X) .. 44
Tabel V	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Efektivitas Penjualan (Y) 46
Tabel VI	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian 50
Tabel VII	Persepsi Responden Tentang Pengendalian Manajemen (X) 54
Tabel VIII	Strategi Yang Dirumuskan Menentukan Kemampuan Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan..... 55
Tabel IX	Strategi Yang Dirumuskan Untuk Mendukung Pencapaian Tujuan Perusahaan 56
Tabel X	Setiap Unit Manajer Berwenang Merumuskan Strategi Bagi Kemampuan Perusahaan..... 56
Tabel XI	Strategi Disusun Secara Jelas dan Mendukung Pencapaian Tujuan Perusahaan..... 57
Tabel XII	Strategi Yang Diimplementasikan Merupakan Gambar dan Visi, Misi dan Tujuan 58
Tabel XIII	Perencanaan Strategi Menerjemahkan Strategi Yang Dipilih Untuk Mewujudkan Tujuan dan Visi Organisasi Ke Dalam Sasaran Strategik..... 58
Tabel XIV	Program-Program Disusun Berdasarkan Hasil Evaluasi Periode Sebelumnya..... 59

Tabel XV	Dilakukan Penyusunan Terhadap Program Baru Pada	60
Tabel XVI	Program Yang Disusun Dikoordinasikan Kepada Seluruh Bagian Yang Terkait.....	60
Tabel XVII	Kegiatan Yang Disusun Sesuai Dengan Program Yang Direncanakan	61
Tabel XVIII	Setiap Unit Manajer Berwenang Untuk Menentukan Program Perencanaan	62
Tabel XIX	Program Yang Dijalankan Oleh Para Manajer Merupakan Implementasi Dari Strategi Yang Terdapat Dalam Perencanaan Perusahaan	62
Tabel XX	Situasi Saat Ini Dan Tren-Tren Penting Telah Didiagnosa Dengan Tepat	63
Tabel XXI	Program Yang Disusun Harus Dikonsultasikan Kepada Atasan Yang Berwenang.....	64
Tabel XXII	Penyusunan Anggaran Yang Melibatkan Para Manajer Fungsional.....	64
Tabel XXIII	Anggaran Disusun Berdasarkan Program Yang Dibuat dan Hasil Evaluasi Periode	65
Tabel XXIV	Anggaran Yang Digunakan Sebagai Alat Perencanaan Untuk Mencapai Target	66
Tabel XXV	Anggaran Digunakan Sebagai Alat Pengendalian Dalam Setiap Kegiatan Perusahaan.....	66
Tabel XXVI	Setiap Manajer Berwenang Menyusun Anggaran Divisinya Masing- Masing	67

Tabel XXVII	Rencana Anggaran Yang Disusun Selalu Dikonsultasikan Terlebih Dahulu Dengan Atasan Yang Berwenang.....	68
Tabel XXVIII	Pejabat Yang Berwenang Selalu Mengadakan Penelaahan Atas Rencana Anggaran Yang Diajukan Oleh Manajer	68
Tabel XXIX	Pengumpulan Data Dilakukan Dari Pusat-Pusat Pertanggungjawaban	69
Tabel XXX	Data Yang Diperoleh Diklasifikasikan Berdasarkan Program Yang Dibuat.....	70
Tabel XXXI	Pelaksanaan Kegiatan Sesuai Dengan Anggaran Yang Ada	70
Tabel XXXII	Pelaksanaan Kegiatan Yang Ada Dipusat Pertanggungjawaban Sudah Sesuai Dengan Visi dan Misi Perusahaan.....	71
Tabel XXXIII	Observasi Terhadap Personal Dilakukan Hanya Kepada Yang Memegang Jabatan Penting Saja	72
Tabel XXXIV	Manajer Melakukan Tindak Lanjut Terhadap Setiap Hasil Analisis	72
Tabel XXXV	Laporan Dibuat Setiap Periode dan Sesuai Dengan Standar Yang Telah Membuat Laporan Tentang Kemajuan Proyek	73
Tabel XXXVI	Setiap Manajer Unit Bisnis Membuat Laporan Tentang Kemajuan Proyek.....	74
Tabel XXXVII	Persepsi Responden Tentang Efektivitas Penjualan (Y)	75
Tabel XXXVIII	Perusahaan Menetapkan Sasaran dan Tujuan Berupa Pencapaian Laba Setiap Tahunnya	77
Tabel XXXIX	Target Penjualan Dibuat Secara Rutin (Secara Bulanan Atau Tahunan)	77

Tabel XL	Target Penjualan Yang Ditetapkan Sudah Cukup Realitas	78
Tabel XLI	Hasil Penjualan Aktual Selalu Dibandingkan Dengan Target Atau Rencana Penjualan Yang Ada	79
Tabel XLII	Penjualan Yang Dicapai Selalu Sesuai Dengan Target Yang Ditetapkan.....	79
Tabel XLIII	Target Penjualan Tersebut Telah Diserahkan Dengan Jelas Kepada Mereka Yang Terlibat Langsung Dalam Usaha Pencapaiannya	80
Tabel XLIV	Transaksi Penjualan Didokumentasikan Sesuai Nomor Urut Atau Tanggal Terjadinya Transaksi	81
Tabel XLV	Format Faktur Penjualan Sudah Cukup Efisien, Mudah Terbaca Dan Bernomor Urut	81
Tabel XLVI	Dokumen Perusahaan Selalu Bernomor Urut Cetak (Sales Order, Surat Jalan, Faktur Penjualan)	82
Tabel XLVII	Dokumen Perusahaan Berangkap Dengan Warna Yang Berbeda (Sales Order, Surat Jalan, Faktur Penjualan)	83
Tabel XLVIII	Barang Dikirim Sesuai Waktu Yang Telah Dijanjikan Perusahaan Kepada Pelanggan	83
Tabel XLIX	Kondisi Barang Pada Saat Dikirim Telah Dipaksa dan Berkualitas Baik	84
Tabel L	Seluruh Kemampuan Penjualan Ditujukan Untuk Memberikan Kepuasan Pada Pelanggan	85
Tabel LI	Dilakukan Evaluasi Terhadap Tuntutan dan Kepuasan Pelanggan.....	85

Tabel LII	Pesanan Pelanggan Yang Masuk Selalu Diperiksa dan Disetujui Terlebih Dahulu	86
Tabel LIII	Setiap Pesanan Yang Masuk Dibuatkan Surat Pesanan (Sales Order)	87
Tabel LIV	Faktur Penjualan Dibuat Oleh Bagian Keuangan	87
Tabel LV	Surat Jalan Dikeluarkan Pada Saat Barang Hendak Dikirim Ke Pelanggan	88
Tabel LVI	Barang Yang Dikirim Sesuai Dengan Pesanan Pelanggan	89
Tabel LVII	Surat Jalan Bernomor Urut	89
Tabel LVIII	Surat Jalan Tidak Diberi Harga dan Hanya Ada Kuantitas Serta Jenis Barang Saja	90
Tabel LIX	Hasil Uji Normalitas	91
Tabel LX	Tabel Bantu Perhitungan Korelasi	93
Tabel LXI	Koefisien Korelasi dan Taksirannya.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian	103
Lampiran B	Hasil Kuesioner	111
Lampiran C	Output SPSS	113