

## **ABSTRACT**

*At present the state of the world economy has entered the era of globalization where competition between companies is felt that requires every company to increase its competitiveness. So to realize the creation of appropriate quality to competitiveness through increased marketing of the company's production, effectiveness and efficiency of marketing activities, good and qualified marketing concept and in the marketing of goods or services. A company should put more attention in the management control of marketing activities. In addition to proper management control, the company should also have adequate knowledge. In the corporate context, the proper knowledge acquired through organizational learning shown by the performance of human resources in an effort to market their goods or services. In this regard, this research tries to identify the variables that influence the effectiveness of marketing. The intent and purpose of this research was to determine the effect of the application of management control systems and organizational learning on the effectiveness of marketing. The author conducted research at PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) in which the company is engaged in the sale of goods and telecommunications services. This research used an explanatory method where samples were taken by using purposive sampling techniques and data collection with questionnaire techniques. Multiple regression model used in this research as a model of data analysis. The results of this research suggest the application of management control systems partially affect the effectiveness of marketing, the application of organizational learning partially affect the effectiveness of marketing, and the application of management control systems and organizational learning simultaneously affect the effectiveness of marketing.*

*Key words: Management Control Systems, Organizational Learning, Marketing Effectiveness*

## ABSTRAK

Saat ini keadaan perekonomian dunia sudah memasuki era globalisasi dimana sangat dirasakan persaingan antar perusahaan yang menuntut setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan daya saingnya. Maka untuk mewujudkan terciptanya kualitas daya saing yang tepat dapat melalui peningkatan pemasaran hasil produksi perusahaan, efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran serta konsep pemasaran yang baik dan berkualitas dalam memasarkan barang atau jasa. Suatu perusahaan harus menempatkan perhatian lebih dalam pengendalian manajemen kegiatan pemasaran. Selain pengendalian manajemen yang tepat, perusahaan juga harus memiliki pengetahuan yang memadai. Dalam konteks perusahaan, pengetahuan yang tepat diperoleh melalui pembelajaran organisasi yang ditunjukkan dengan kinerja sumber daya manusia dalam upaya memasarkan barang atau jasa. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi efektivitas pemasaran. Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atas penerapan sistem pengendalian manajemen dan pembelajaran organisasi terhadap efektivitas pemasaran. Penulis melakukan penelitian di PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) dimana perusahaan ini bergerak dalam bidang penjualan barang dan jasa telekomunikasi. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dimana sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data dengan teknik angket kuesioner. Model regresi berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian menunjukkan penerapan sistem pengendalian manajemen secara parsial berpengaruh terhadap efektivitas pemasaran, penerapan pembelajaran organisasi secara parsial berpengaruh terhadap efektivitas pemasaran, dan penerapan sistem pengendalian manajemen dan pembelajaran organisasi secara simultan berpengaruh terhadap efektivitas pemasaran.

Kata-kata kunci : Sistem Pengendalian Manajemen, Pembelajaran Organisasi, Efektivitas Pemasaran

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
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 .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Sistem Pengendalian Manajemen .....	10

2.1.1.1 Definisi Sistem .....	10
2.1.1.2 Pengertian Pengendalian .....	11
2.1.1.3 Peranan Pengendalian .....	12
2.1.1.4 Tujuan Pelaksanaan Pengendalian .....	13
2.1.1.5 Elemen-elemen Sistem Pengendalian .....	14
2.1.1.6 Kegiatan Pengendalian Manajemen .....	14
2.1.1.7 Definisi Sistem Pengendalian Manajemen.....	15
2.1.1.8 Karakteristik Pengendalian Manajemen .....	17
2.1.1.9 Proses Sistem Pengendalian Manajemen .....	18
2.1.1.10 Elemen-elemen Sistem Pengendalian Manajemen .....	20
2.1.2 Pembelajaran Organisasi.....	21
2.1.2.1 Definisi Pembelajaran Organisasi .....	21
2.1.2.2 Karakteristik Pembelajaran Organisasi .....	23
2.1.2.3 Manfaat Pembelajaran Organisasi.....	26
2.1.2.4 Dimensi Pembelajaran Organisasi .....	27
2.1.3 Efektivitas Pemasaran .....	28
2.1.3.1 Definisi Efektivitas.....	28
2.1.3.2 Definisi Pemasaran.....	29
2.1.3.3 Tujuan Pemasaran .....	30
2.1.3.4 Fungsi Pemasaran .....	31
2.1.3.5 Efektivitas Pemasaran .....	33
2.1.3.6 Strategi Pemasaran .....	34
2.1.3.7 Kreativitas Pemasaran.....	36
2.1.3.8 Pengendalian Pemasaran.....	37
2.1.3.9 Pengendalian Efektivitas Program .....	39

2.1.3.10 Definisi Biaya Pemasaran .....	40
2.1.3.11 Karakteristik Biaya Pemasaran .....	40
2.2 Penelitian Terdahulu .....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian .....	50
3.2 Metode Penelitian .....	50
3.2.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.2.4 Teknik Pengembangan Instrumen.....	56
3.2.5 Skala Pengukuran.....	60
3.2.6 Populasi dan Sampel .....	61
3.2.7 Analisis Data .....	62
3.2.8 Analisis Pengujian Kualitas Data.....	62
3.2.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
3.2.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.2.8.3 Uji Regresi Berganda .....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	71
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	71
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	77

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	82
4.2 Hasil Penelitian .....	82
4.2.1 Karakteristik Responden .....	83
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	86
4.2.3 Uji Normalitas .....	93
4.2.4 Uji Multikolinearitas .....	94
4.2.5 Uji Heteroskedastisitas.....	96
4.2.6 Uji Regresi Berganda .....	97
4.3 Pembahasan.....	101
4.3.1 Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Efektivitas Pemasaran .....	101
4.3.2 Pengaruh Penerapan Pembelajaran Organisasi Terhadap Efektivitas Pemasaran .....	103
4.3.3 Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Efektivitas Pemasaran .....	104
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 106
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.3 Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> ) .....	145

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. INTI(Persero) .....	78
Gambar 4.2 Struktur Organisasi <i>Account</i> TELCO.....	79
Gambar 4.3 Struktur Organisasi <i>Account</i> CELCO .....	80
Gambar 4.4 Struktur Organisasi <i>Account Private Enterprises</i> .....	81

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian ..... 56
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Usia..... 83
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 84
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Jabatan ..... 84
Tabel 4.8	Persentase Responden Berdasarkan Lama Menjabat..... 85
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel X1 – Sistem Pengendalian Manajemen ..... 87
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel X2 – Pembelajaran Organisasi ..... 87
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel X2 – Pembelajaran Organisasi ..... 89
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Y – Efektivitas Pemasaran ..... 89
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Y – Efektivitas Pemasaran ..... 91
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas ..... 92
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas ..... 94
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas..... 95
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 97
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Secara Simultan..... 99
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Secara Parsial ..... 99



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Surat Keterangan Penelitian ..... 114
Lampiran B	Surat Pernyataan Peserta Praktek/Riset Kerja ..... 115
Lampiran C	Kuesioner Penelitian ..... 116
Lampiran D	Data Variabel Penelitian – Variabel X1 (Sistem Pengendalian Manajemen)..... 122
Lampiran E	Data Variabel Penelitian – Variabel X2 (Pembelajaran Organisasi) ..... 124
Lampiran F	Data Variabel Penelitian – Variabel Y (Efektivitas Pemasaran) ..... 126
Lampiran G	Karakteristik Responden..... 128
Lampiran H	Uji Validitas dan Reliabilitas..... 130
Lampiran I	Uji Normalitas ..... 141
Lampiran J	Uji Multikolinearitas ..... 142
Lampiran K	Uji Heteroskedastisitas ..... 142
Lampiran L	Uji Regresi Berganda ..... 143