

**EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA BAGIAN PEMASARAN DI  
PT. TUNAS MOBILINDO PERKASA LAMPUNG**

**( Laporan Akhir )**

**Oleh**

**SITI MELISA  
NPM 1701071064**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## **ABSTRAK**

### **EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA BAGIAN PEMASARAN DI PT. TUNAS MOBILINDO PERKASA LAMPUNG**

**Oleh**

**SITI MELISA**

PT. Tunas Mobillindo Perkasa Lampung merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan produk kendaraan mobil *merk* daihatsu, servis mobil, dan suku cadang mobil Daihatsu. Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mengevaluasi sistem penjualan yang baik pada PT. Tunas Mobillindo Perkasa Lampung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penulisan deskriptif. Metode analisis ini menggunakan metode SOP (Standar operasional prosedur). Tujuannya untuk mengetahui apakah evaluasi sistem penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan SOP (Standar operasional prosedur). Sistem penjualan yang dilakukan dengan baik yaitu: konsumen bertemu dengan sales, konsumen mengisi dan menandatangani SPK, pengiriman kendaraan, dan pembuatan faktur kendaraan dan surat-surat kendaraan. Untuk sop yang tidak berjalan dengan baik yaitu : konsumen melakukan pembayaran uang tanda jadi melalui kasir dan sales administrasi tidak melakukan pengecekan unit terlebih dahulu.

PT. Tunas Mobillindo Perkasa Lampung juga menggunakan bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses) dalam sistem penjualan juga menggunakan bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan . PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung belum sepenuhnya berjalan dengan baik karena masih ada beberapa yang belum dilaksanakan dengan baik dan masih perlu ditingkatkan kembali.

Kata Kunci : Evaluasi Sistem Penjualan, SOP, Bauran Pemasaran 7P, Bauran Promosi.

**EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA BAGIAN PEMASARAN DI  
PT. TUNAS MOBILINDO PERKASA LAMPUNG**

**Oleh  
SITI MELISA**

**LAPORAN AKHIR**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
AHLI MADYA (A.Md)**

**Pada**

**Program Studi Diploma III Pemasaran  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : **EVALUASI SISTEM PENJUALAN  
PADA BAGIAN PEMASARAN DI PT.  
TUNAS MOBILINDO PERKASA  
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Siti Melisa**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1701071064

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Ketua Jurusan Manajemen

**Aripin Ahmad, S.E., M.S.i.**  
NIP. 19600105 198603 1 005

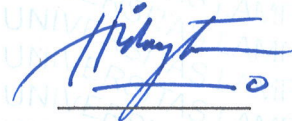
Ketua Program Studi  
D3 Manajemen Pemasaran

**Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si.**  
NIP. 19810126 200801 2 011



**HALAMAN PENGESAHAN**

**Ketua Penguji : Hidayat Wiweko, S.E.,M.Si.**



**Penguji Utama : Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.**

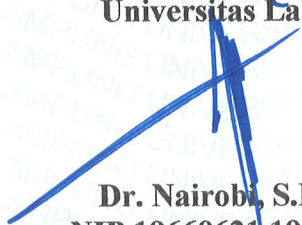


**Sekretaris Penguji : Nuzul Inas Nabila, S.E., M.M.M**



**Tanggal Lulus Ujian : 14 April 2022**

**Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung,**



**Dr. Nairobi, S.E.,M.Si.  
NIP 19660621 199003 1003**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul :

**“EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA BAGIAN PEMASARAN DI PT. TUNAS MOBILINDO PERKASA LAMPUNG”**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 14 April 2022



NPM.1701071064

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Tanjung Baru, Lampung Utara pada tanggal 23 September 1996. Penulis merupakan anak kedelapan dari sepuluh bersaudara, anak dari pasangan Bapak Adil Siregar dan Ibu Suiro .

Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Sekolah Dasar (SDN) 03 Tanjung Baru Lampung Utara yang telah diselesaikan pada tahun 2009.
2. Sekolah Menengah Pertama (SMPN) 02 Bukit Kemuning, Lampung Utara yang telah diselesaikan pada tahun 2012.
3. Madrasah Aliyah (MAN) 1 Lampung Utara yang telah diselesaikan pada tahun 2015.

Pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Jurusan Manajemen Pemasaran melalui jalur Vokasi.

Pada tahun 2019, penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari di PT. Tunas Mobillido Perkasa Lampung.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT, dengan penuh rasa terima kasih kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

Kedua orang tua tersayang Ayah Adil Siregar dan Ibu Suiro yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, pengorbanan, memberikan semangat, mengajarkan tentang kesabaran dan keikhlasan kepadaku serta ketulusan doanya yang selalu menyertai langkahku dalam menggapai cita-cita dan impianku.



## **MOTTO**

“Bukan ingin menjadi lebih baik dari orang lain tapi aku hanya ingin menjadi lebih baik dari diriku yang dulu”.

(Ali bin Abi Thalib )

“Berusahalah kalian dan masing-masing akan dimudahkan menurut apa yang telah ditakdirkan baginya”.

(HR Bukhari dan Muslim)

## SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“Evaluasi Sistem Penjualan Pada Bagian Pemasaran Di PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung”** sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung.

Penulis telah banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati sebagai wujud rasa hormat dan penghargaan serta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Pemasaran.
4. Bapak Rinaldi Bursan, S.E., M.Si., selaku dosen Pembimbing Akademik
5. Bapak Hidayat Wiweko, S.E., M.Si., selaku dosen Pembimbing / Ketua Penguji
6. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, SE.MSc., selaku dosen Penguji Utama
7. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., MS.M., selaku dosen Sekretaris Penguji
8. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengetahuan selama menjalani masa perkuliahan.
9. Ibu Sarbiyatun selaku bagian administrasi akademik yang membantu saya dalam mengurus berkas-berkas selama menjalani masa perkuliahan.
10. Bapak Delfin Eduar selaku Pembimbing Lapangan yang selalu memberikan arahan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

11. Seluruh karyawan PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya memberikan informasi selama masa kerja praktik berlangsung.
  12. Kedua orang tua dan kakakku tersayang Saipul Siregar, A. Akbar Siregar yang selalu memberikan semangat dan motivasinya kepada penulis.
  13. Sahabat seperjuanganku Sofhi Nabila, Yeni Nurpitasari, Ida Rahayu, Devi Veranita, Lidya Davega, Vera Chrismonika. Tersimakasih atas semangat dan dukungan, dalam pembuatan laporan akhir ini. Teman-teman Diploma III Manajemen Pemasaran angkatan 2017.
  14. Almamater tercinta dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
- Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis berharap semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandar Lampung, 14 April 2022

SITI MELISA

## DAFTAR ISI

### BAB 1 PENDAHULUAN

|  |   |
|--|---|
| 1.1 Latar Belakang.....                      | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                | 3 |
| 1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir.....      | 4 |
| 1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir ..... | 4 |

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Pengertian Pemasaran.....                        | 5  |
| 2.2 Bauran Pemasaran.....                            | 7  |
| 2.2.1 Produk ( <i>Product</i> ).....                 | 7  |
| 2.2.2 Penetapan Harga ( <i>Pricing</i> ).....        | 7  |
| 2.2.3 Tempat ( <i>Place</i> ).....                   | 8  |
| 2.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....              | 8  |
| 2.3 Pengertian Prosedur.....                         | 8  |
| 2.4 Pengertian Penjualan.....                        | 10 |
| 2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan..... | 11 |
| 2.4.1.1 Kondisi Pasar.....                           | 11 |
| 2.4.1.2 Kondisi dan Kemampuan Penjual.....           | 11 |
| 2.4.1.3 Modal.....                                   | 12 |
| 2.4.1.4 Kondisi Organisasi Perusahaan.....           | 12 |
| 2.5 Pengertian Evaluasi.....                         | 12 |
| 2.5.1 Prosedur Evaluasi.....                         | 13 |

### BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Desain Penelitian.....                                      | 15 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data.....                                  | 15 |
| 3.2.1 Sumber Data.....  | 15 |
| 3.2.2 Jenis Data.....   | 16 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data.....                                | 16 |
| 3.3.1 Metode Wawancara.....                                     | 16 |
| 3.3.2 Metode Observasi.....                                     | 16 |
| 3.3.3 Metode Studi Pustaka.....                                 | 16 |
| 3.4 Objek Kerja Praktik.....                                    | 17 |
| 3.4.1 Lokasi Dan Waktu Kerja Praktik.....                       | 17 |
| 3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan.....                             | 17 |
| 3.4.2.1 Profil Singkat Perusahaan.....                          | 17 |
| 3.4.2.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....                           | 18 |
| 3.4.2.3 Budaya Perusahaan.....                                  | 19 |
| 3.4.2.4 Struktur Organisasi.....                                | 19 |
| 3.4.2.5 Deskripsi Kerja PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung..... | 21 |
| 3.4.2.6 Ruang Lingkup Usaha Perusahaan.....                     | 32 |



## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                     | 33 |
| 4.2 Bauran Pemasaran PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung ..... | 33 |
| 4.2.1 Produk ( <i>Product</i> ).....                          | 33 |
| 4.2.2 Harga ( <i>Price</i> ).....                             | 33 |
| 4.2.3 Tempat ( <i>Place</i> ).....                            | 34 |
| 4.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....                      | 34 |
| 4.3 Sistem Penjualan.....                                     | 35 |
| 4.3.1Pemesanan Oleh <i>Customer</i> .....                     | 35 |
| 4.3.2 Sistem Administrasi penjualan.....                      | 36 |
| 4.4 Standar Operasional Prosedur (SOP) Penjualan .....        | 36 |
| PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung .....                      | 48 |

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                    |    |
|--------------------|----|
| 5.1 Simpulan ..... | 53 |
| 5.2 Saran .....    | 53 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Volume Penjualan pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung<br>Periode Januari - Juli 2019.....                           | 2  |
| Tabel 4.1, Komparasi Prosedur Penjualan dengan Pelaksanaan yang Terjadi di<br>PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung Tahun 2019..... | 49 |
| Tabel 4.1lanjutan.....   | 50 |
| Tabel 4.1lanjutan.....   | 51 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Struktur Organisasi PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung ..... | 20 |
|--|----|

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis otomotif yang semakin pesat pada saat ini menimbulkan suatu persaingan yang ketat diantara para penjual mobil di Indonesia. Masuknya produk mobil import turut meramaikan penjualan mobil di Indonesia sehingga perusahaan dituntut untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Dalam mempertahankan posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan memerlukan evaluasi sistem penjualan bagian pemasaran agar bisa meningkatkan penjualan.

Salah satu dealer otomotif di Lampung yaitu PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung adalah dealer resmi yang tergabung dalam grup Astra. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung meliputi penjualan mobil baru, service kendaraan dan penjualan *spare part*. Dalam usaha penjualannya PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung tidak terlepas dari kegiatan evaluasi sistem penjualan perusahaan untuk bagian marketing dan bagian lainnya dalam melaksanakan Sistem Penjualan belum terkoordinir dengan baik. Sistem penjualan ini sangat penting dan perlu dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya. Kegiatan penjualan sebenarnya sudah dikenal dan dijalankan sejak lama, dengan kemajuan teknologi sekarang ini Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan dengan produk yang dihasilkan, baik mengenai kualitas, harga, merek dan informasi lainnya. Penjelasan diatas menunjukkan bahwa sistem penjualan dapat dijadikan sebagai sarana evaluasi yang dapat digunakan untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan.



PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung akan tetapi melaksanakan sistem penjualan pada bagian pemasaran masih kurang baik dan maksimal hal ini dapat dilihat dari penjualan. Melihat adanya penjualan yang naik dan turun dari bulan ke bulannya maka ada hal yang harus diperbaiki, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah mengevaluasi. Berikut adalah volume penjualan pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung pada tahun 2019 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1. Volume Penjualan pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung Periode Januari - Juli 2019**

| No | Bulan   | Jumlah Unit Terjual |
|----|---------|---------------------|
| 1  | Januari | 110 Unit            |
| 2  | Febuari | 87 Unit             |
| 3  | Maret   | 87 Unit             |
| 4  | April   | 78 Unit             |
| 5  | Mei     | 107 Unit            |
| 6  | Juni    | 40 Unit             |
| 7  | Juli    | 91 Unit             |

Sumber data : PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung 2019

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat jumlah penjualan tujuh bulan terakhir, dari bulan januari hingga bulan juli. Pada bulan juni penjualan terlihat penurunan drastis jumlah penjualan pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, hal ini kemungkinan terjadi karena sistem penjualan yang kurang tegas berdampak pada lemahnya pengendalian terhadap sistem yang ada pada perusahaan. Sehingga penjualan pada bulan juni menurun drastis.

Bauran pemasaran yang dilakukan terdiri dari produk (*product*), penetapan harga (*pricing*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Menurut dalam Sudaryono (2016:51), pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, harga, promosi, dan distribusi atas ide, barang, jasa, organisasi, dan peristiwa untuk menciptakan dan memelihara

hubungan yang akan memuaskan bagi tujuan perorangan dan organisasi. Pemasaran memiliki kompleksitas pada setiap prosesnya dan tidak sekedar menawarkan produk barang atau jasa kepada konsumen, namun juga produk barang atau jasa harus dapat bernilai jual dengan pihak lain.

Penjualan merupakan salah satu aktivitas pemasaran yang penting dalam perusahaan, karena penjualan merupakan sumber utama pendapatan atau penerimaan perusahaan (Agustiani, *et al.*, 2019:231). Menurut Mulyadi (2013:250), penjualan adalah sumber hidup suatu perusahaan karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Perkembangan teknologi yang pesat memberikan dampak yang signifikan dan evaluatif pada bidang pemasaran. Berbagai transformasi pasar telah, sedang, dan akan terus berlangsung (Sudaryono, 2016:37). Oleh karena itu, fleksibilitas perusahaan dibutuhkan dalam mengatasi perubahan dan perkembangan teknologi

.Berdasarkan uraian latar belakang dapat diketahui arti penting evaluasi penjualan bagi perusahaan maka Laporan Akhir ini diberi judul :

**“ Evaluasi Sistem Penjualan Pada Bagian Pemasaran Di PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan mobil, suku cadang asli dan pelayanan purna jasa bagi pemilik kendaraan mobil dalam menghadapi volume penjualan yang mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Masalah yang terlihat di perusahaan berkaitan dengan sistem penjualan sehingga berpengaruh pada volume penjualan perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang dihadapi PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung adalah:

Apakah sistem penjualan yang digunakan untuk meningkatkan penjualan produk di PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung berjalan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP).

### **1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir**

Tujuan dalam melaksanakan penulisan ini adalah untuk mengetahui apakah yang dilaksanakan Sistem Penjualan oleh PT.Tunas Mobilindo Perkasa Lampung sudah berjalan dengan S.O.P.

### **1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir**

Manfaat kegunaan Penulisan Laporan Akhir penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan dan mempelajari teori-teori yang sudah didapatkan dan menambah pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran khususnya tentang masalah-masalah yang diteliti.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Memberikan sumbangan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam untuk memperbaiki Sistem Penjualan agar lebih baik lagi

#### **3. Bagi Akademisi**

Dari hasil ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tugas laporan akhir selanjutnya menambahkan pengetahuan dan pertimbangan dalam menghadapi masalah yang sama.

## **BAB II** **TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran memiliki definisi yang sangat luas karena berkaitan dengan masalah dalam perusahaan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dan kaitannya dengan barang atau jasa yang ditawarkan, juga dalam mencapai tujuan akhir yaitu memperoleh laba. Definisi pemasaran secara umum menurut *UK Chartered Institute of Marketing* dalam Tjiptono dan Anastasia (2016:3), pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Berdasarkan definisi mengenai pemasaran, dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan kompleksitas proses pasar yang tidak sekedar menawarkan produk barang atau jasa kepada konsumen, namun juga produk barang atau jasa harus dapat bernilai jual dengan pihak lain.

Pemasaran berorientasi pada rencana dan tujuan untuk masa depan perusahaan, menunjukkan apa yang akan terjadi melalui kegiatan-kegiatan pemasaran pada masa mendatang. Hal ini akan mendukung misi bisnis perusahaan secara umum dalam mempertahankan atau memperbaiki posisi bersaing perusahaan pada masa depan dalam pasar pilihannya.

Menurut Tjiptono dan Anastasia (2016:17), secara garis besar peran penting pemasaran diwujudkan melalui delapan fungsi universal yang meliputi:



1. *Buying*

Memastikan bahwa produk yang dijual tersedia dalam jumlah memadai agar dapat memenuhi permintaan pelanggan.

2. *Selling*

Menggunakan periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan untuk menyelaraskan produk dengan kebutuhan pelanggan.

3. *Transporting*

Berkenaan dengan memindahkan produk dari lokasi produksi ke lokasi yang nyaman diakses oleh pembeli.

4. *Storing*

Berkaitan dengan aktivitas menyimpan produk sampai dibutuhkan untuk dijual.

5. *Standardizing and grading*

Memastikan bahwa produk sesuai dengan pengendalian kualitas dan kuantitas dalam hal ukuran, berat, dan variabel lainnya.

6. *Financing*

Menyediakan fasilitas kredit kepada anggota saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer) dan konsumen.

7. *Risk taking*

Menghadapi ketidakpastian berkenaan dengan pembelian yang dilakukan pelanggan di masa datang.

8. *Securing marketing information*

Menyangkut pengumpulan informasi mengenai konsumen, pesaing, dan saluran distribusi demi kepentingan pengambilan keputusan pemasaran

## 2.2 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009:65), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran baik itu produk, harga, promosi, distribusi yang dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Sehingga dapat dikatakan bahwa, *marketing mix* merupakan alat peraga yang digunakan oleh pemasar untuk mendapatkan respon pasar berdasarkan target yang telah ditentukan.

*Marketing mix* mencakup 4 komponen dasar (4P) yang dirancang secara khusus agar dapat memenuhi kebutuhan setiap target pasar, yaitu meliputi produk (*product*), penetapan harga (*pricing*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*) yang digunakan untuk memasarkan produk. Menurut Griffin dan Ebbert (2015:363), berikut penjelasan masing-masing komponen bauran pemasaran:

### 2.2.1 Produk (*Product*)

Komponen pemasaran dimulai dengan produk (*product*), menurut Griffin dan Ebbert (2015:363), produk adalah suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Melalui berbagai tantangan perubahan teknologi, perubahan keinginan, kebutuhan pelanggan, dan perubahan kondisi ekonomi sebagai faktor pertimbangan produk dapat diciptakan dan dikembangkan secara kreatif dan inovatif oleh para produsen.

Produsen sering kali mempromosikan fitur-fitur khusus dari produk mereka guna membedakannya dengan pesaing. Diferensiasi produk (*product differentiation*) menciptakan fitur atau citra yang menjadikan suatu produk berbeda dari produk yang sudah ada sehingga dapat menarik minat pelanggan

### 2.2.2 Penetapan Harga (*Pricing*)

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya. Harga dapat

mengkomunikasikan penempatan (*positioning*) nilai yang dimaksudkan dari produk atau merk perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba besar.

Penetapan harga (*pricing*) suatu produk menurut Griffin dan Ebbert (2015:364), yaitu pemilihan harga jual terbaik sering kali menjadi hal yang membutuhkan trik tersendiri. Disatu sisi, harga harus menutup berbagai biaya, misalnya biaya operasional, administrasi, riset, dan pemasaran. Disisi lain, harga tidak bisa terlalu tinggi sehingga bisa menyebabkan pelanggan lari ke pesaing. Penetapan harga yang tepat ialah dengan mencari titik tengah dari dua atau lebih opini pertimbangan.

### **2.2.3 Tempat (*Place*)**

Menurut Griffin dan Ebbert (2015:364), dalam bauran pemasaran tempat (*place*) menitik beratkan pada pertanyaan dimana dan bagaimana pelanggan bisa mengakses produk yang mereka beli. Ketika diciptakan, produk harus tersedia bagi pelanggan di lokasi atau tempat tertentu misalnya toko ritel, internet, atau melalui pengiriman langsung ke pelanggan.

### **2.2.4 Promosi (*Promotion*)**

Menurut Griffin dan Ebbert (2015:365), iklan (*advertising*) adalah bentuk komunikasi nonpersonal yang digunakan untuk membujuk atau memberikan informasi kepada calon pembeli mengenai suatu produk investasi dan sekuritas menjangkau pelanggan mereka dengan beriklan di majalah dan jaringan televisi. Penerapan promosi dagang memiliki banyak bentuk, mulai dari promosi penjualan secara personal (*personal selling*) sampai promosi dalam bentuk hubungan masyarakat (*public relations*).

## **2.3 Pengertian Prosedur**

Menurut Tambunan (2013:84), prosedur sebagai pedoman yang berisi prosedur operasional yang ada di dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta pengguna

fasilitas-fasilitas proses yang dilakukan oleh orang-orang didalam organisasi yang merupakan anggota organisasi berjalan efektif, efisien, konsisten, standar, dan sistematis.

Menurut Mulyadi (2013:5), prosedur adalah kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.

Berdasarkan uraian mengenai definisi prosedur, dapat dikatakan bahwa prosedur merupakan pedoman dalam aktivitas perusahaan yang melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen, yang dibuat untuk diperlakukan seragam atas transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Adapun karakteristik prosedur menurut Mulyadi (2013:8), yaitu diantaranya:

Prosedur menunjang tercapainya tujuan organisasi.

1. Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin.
2. Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana.
3. Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab.
4. Prosedur menunjukkan tidak adanya keterlambatan atau hambatan.

Prosedur dapat memberikan beberapa manfaat menurut Mulyadi (2013:15), yaitu diantaranya:

5. Lebih memudahkan dalam langkah-langkah kegiatan yang akan datang.
6. Mengubah pekerjaan yang berulang-ulang menjadi rutin dan terbatas, sehingga menyederhanakan pelaksanaan dan untuk selanjutnya mengerjakan yang perlunya saja.
7. Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana.
8. Membantu dalam usaha meningkatkan produktivitas kerja yang efektif dan efisien.

9. Mencegah terjadinya penyimpangan dan memudahkan dalam pengawasan.

#### **2.4 Pengertian Penjualan**

Penjualan menjadi aktivitas utama perusahaan dalam suatu kegiatan pemindahan hak kepemilikan barang atau jasa dari pihak penjual kepada pihak pembeli yang disertai dengan penyerahan imbalan dari pihak yang menerima barang dan jasa timbal balik atas jasa penyerahan tersebut (Agustiani, *et al.*, 2019:201).

Menurut Mulyadi (2013:250), penjualan adalah sumber hidup suatu perusahaan karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Secara umum penjualan terdiri dari dua jenis, yaitu penjualan kredit dan penjualan tunai. Menurut Mulyadi (2013:201), penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Sedangkan penjualan tunai memiliki makna sebaliknya.

Menurut Mulyadi (2013:455), penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Penjualan kredit memiliki proses pembayaran yang lama karena harus disertai dengan prosedur penagihan. Sedangkan pembayaran pada penjualan tunai dapat diterima langsung oleh perusahaan tanpa prosedur tagihan.

Berdasarkan uraian mengenai definisi penjualan, dapat dikatakan bahwa penjualan merupakan kegiatan memperjual belikan barang dan jasa kepada pelanggan, baik secara kredit maupun tunai, dengan tujuan memperoleh

laba. Semakin besar jumlah penjualan, semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan

#### **2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan**

Penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor untuk meningkatkan aktivitas penjualan perusahaan. Menurut Swastha (2008:406), dalam penjualan barang atau jasa ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, yaitu meliputi:

##### **2.4.1.1 Kondisi Pasar**

Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pasar sebagai berikut:

- a. Jenis dari pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, industri pasar, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional.
- b. Jenis dan karakteristik barang.
- c. Harga produk.
- d. Kelengkapan barang.

##### **2.4.1.2 Kondisi dan Kemampuan Penjual**

Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan, untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjual harus memahami beberapa masalah yang timbul melalui lokasi, suasana toko, cara pembayaran dan promosi.

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu manajer perlu memperhatikan jumlah atau sifat-sifat tenaga penjualan yang akan dicapai. Dengan tenaga penjualan dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada

para pembeli dalam pembelianya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain adalah spontan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan dan sebagainya.

#### **2.4.1.3 Modal**

Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan, biaya promosi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.

#### **2.4.1.4 Kondisi Organisasi Perusahaan**

Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli pada bidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ditangani langsung oleh pimpinan dan tidak diserahkan pada orang lain.

### **2.5 Pengertian Evaluasi**

Menurut Suchman yang dikutip oleh Arikunto, Jabar, & Abdul (2010: 56), evaluasi dipandang sebagai yang telah dicapai dalam beberapa kegiatan yang direncanakan untuk mendukung tercapainya tujuan. Definisi lain seperti dikemukakan oleh Stutflebeam yang dikutip oleh Arikunto, Jabar, & Abdul (2010: 57), menyatakan bahwa evaluasi merupakan proses penggambaran, pencarian dan pemberian informasi

yang sangat bermanfaat bagi pengambil keputusan dalam menentukan alter

### 2.5.1 Prosedur Evaluasi

Menurut Umar (2005:78), evaluasi pada umumnya memiliki tahapan-tahapannya sendiri. Berikut penjelasan salah satu tahapan evaluasi yang umumnya digunakan:

Menentukan apa yang akan dievaluasi.

1. Dalam dunia bisnis, apa saja yang dapat dievaluasi, mengacu pada program. Dalam program kerja perusahaan banyak terdapat aspek-aspek yang dapat dan perlu dievaluasi. Tetapi biasanya yang di prioritaskan untuk dievaluasi adalah hal-hal yang menjadi *key-successfactornya*.

2. Merancang (desain) kegiatan evaluasi.

Sebelum evaluasi dilakukan, sebaiknya ditentukan terlebih dahulu desain evaluasinya agar data apa saja yang dibutuhkan, tahapan-tahapan kerja yang dilalui, siapa saja yang akan dilibatkan, serta apa saja yang akan dihasilkan menjadi jelas

3. Pengumpulan data.

Berdasarkan desain yang telah disiapkan, pengumpulan data dapat dilakukan secara efektif dan efisien, yaitu sesuai dengan kaidah-Pengolahan dan analisis data.

Setelah data terkumpul, data tersebut kemudian diolah untuk dikelompokkan agar mudah dianalisis dengan menggunakan alat-alat analisis yang sesuai, sehingga dapat menghasilkan fakta yang dapat dipercaya. Selanjutnya, dibandingkan antara fakta dan harapan/rencana untuk menghasilkan *gap*. Besar *gap* akan sesuai dengan tolok ukur tertentu sebagai hasil evaluasinya.

4. Pelaporan hasil evaluasi.

Agar hasil evaluasi dapat dimanfaatkan bagi pihak-pihak yang



berkepentingan, hendaknya hasil evaluasi didokumentasikan secara tertulis dan diinformasikan baik secara lisan maupun tulisan.

5. Tindak lanjut evaluasi.

Evaluasi merupakan salah satu bagian dari fungsi manajemen. Oleh karena itu, hasil evaluasi hendaknya dimanfaatkan oleh manajemen untuk mengambil keputusan dalam rangka mengatasi masalah manajemen baik di tingkat strategi maupun ditingkat implementasi strategi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa untuk mencapai target evaluasi penjualan, suatu organisasi atau perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas dengan perencanaan yang baik dan matang. Kegiatan operasional perusahaan yang dilaksanakan oleh para pekerja harus berpedoman atau berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan tersebut. Meskipun SOP sudah terencana dengan matang oleh perusahaan, individu atau para pekerja yang melaksanakannya harus tetap mendapatkan pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik agar tujuan akhir evaluasi penjualan suatu perusahaan dapat tercapai

## **BAB III**

### **METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain Penelitian memberikan serangkaian prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstrukturkan dan atau menjawab permasalahan yang ada. Penelitian ini berpendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Berpendekatan kualitatif dikarenakan hasil penelitian yang didapatkan diperoleh melalui hasil observasi dan pengamatan langsung dari lapangan kerja, dan dikatakan berjenis deskriptif dikarenakan jenis penelitian ini ditunjukkan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan mengenai hal-hal terkait dengan bagaimana proses kerja suatu perusahaan dalam merancang Sistem penjualan yang tepat secara sistematis.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Penulisan laporan akhir ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder yang diperoleh selama masa kerja praktik.

##### **3.2.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu :

a. Data Primer (Primary Data)

Menurut Bougie dan Sekaran (2017:130), *secondary data* adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data primer dalam penulisan laporan akhir ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan kepala administrasi dan karyawan pada perusahaan PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung.

b. Data Sekunder (Secondary Data)

Menurut Bougie dan Sekaran (2017:130), *secondary data* adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder dalam penulisan laporan akhir ini diperoleh melalui

dokumen-dokumen dari perusahaan PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung seperti data volume penjualan tujuh bulan terakhir dan data sistem penjualan.

### **3.2.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung yang disajikan dalam bentuk deskriptif dan bukan dalam bentuk angka.

## **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah :

### **3.3.1 Metode Wawancara**

Menurut Sugiyono (2012:137), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

Data yang diperoleh dalam metode ini bersumber dari hasil tanya jawab penulis secara langsung dengan kepala administrasi PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung guna mendapatkan informasi dan penjelasan yang benar terkait dengan sistem penjualan yang digunakan pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung

### **3.3.2 Metode Observasi**

Menurut Sugiyono (2012:145), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Data yang diperoleh dalam metode ini bersumber dari pengalaman secara pengamatan penulis secara langsung di tempat kerja praktik selama masa kerja praktik dan mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan sistem penjualan.

### **3.3.3 Metode Studi Pustaka**

Data yang diperoleh dalam metode ini didapatkan dengan cara membaca dan mempelajari buku referensi yang berkualitas dengan landasan teori yang jelas mengenai sistem penjualan pada penulisan laporan ini.

### 3.4 Objek Kerja Praktik

#### 3.4.1 Lokasi Dan Waktu Kerja Praktik

Tempat kerja praktik ini dilaksanakan pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung yang beralamat di Jalan Raya Hajimena No.999 Dusun II Way Layap RT.01 Desa Hajimena, Natar, Lampung Selatan, 35362.

Waktu kerja praktik dilaksanakan Selama empat puluh (40) hari, terhitung mulai dari Tanggal 01 Juni 2019 sampai dengan 11 Agustus 2019

#### 3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan

##### 3.4.2.1 Profil Singkat Perusahaan

**PT. Tunas Mobilindo** adalah sebuah showroom yang melayani penjualan dan service kendaraan yang merupakan kantor cabang lampung yang juga merupakan anak perusahaan dari PT Tunas Ridean Tbk. PT Tunas Ridean Tbk adalah salah satu grup otomotif independen terbesar yang terdaptar di bursa Efek indonesia pada tahun 1995. PT Tunas Ridean Tbk mengoperasikan jaringan *oulet* penjualan dan layanan purna jual merek otomotif ternama. *oulet-oulet* tersebut adalah PT Tunas Ridean Tbk (Tunas Toyota), PT Tunas Mobilindo Perkasa (Tunas Daihatsu Dan Tunas Peugeot), PT Tunas Mobilindo Parama (Tunas BMW) dan *dealer* utama sepeda motor Honda untuk wilayah lampung, PT Tunas Dwipa matra. Grup tunas ridean juga mengoperasikan pelayanan penyewaan kendaraan dan pengelolaan armada jangka pendek dan jangka panjang melalui PT Surya Sudeco (Tunas Rental). Selain itu, grup tunas juga mengoperasikan layanan penjualan mobil bekas berbagai merek melalui anak perusahaan PT Tunas Asset sarana (*Tunas Used Car*), sebagai solusi otomotif bagi pelanggan, grup tunas ridean juga melengkapi layanannya dengan mengoperasikan jaringan pusat pembiayaan konsumen yang *ekstensif* di kota-kota besar indonesia, untuk membiayai pembelian mobil baru dan bekas melalui perusahaan asosiasi PT Mandiri Tunas Finance, yang 49% sahamnya dikuasai oleh grup ridean. Sebagai bagian dan komitmen untuk meberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan, Grup Tunas Ridean juga mengoperasikan Tunas friends, layanan darurat dan derek 24 jam.

Seiring dengan kemajuan zaman dan tingkat persaingan yang ada maka grup tunas ridean membuka cabang-cabang baru antara lain salah satunya adalah PT Tunas

Mobilindo Perkasa Lampung. PT Tunas Mobilindo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan mobil dan jasa *service* mobil. Hasil penjualan mobil perusahaan ini bisa mencapai ratusan dalam kurun waktu satu bulan *service* mobil perhari yang masuk ke bengkel berjumlah sekitar puluhan mobil. Sedangkan suku cadang yang ada dibengkel berjumlah sekitar ribuan suku cadang. Dalam kegiatan sehari-harinya, seluruh transaksi tunas daihatsu ini masih tercatat secara terprogram pada PT Astra Internasional Tbk. PT Tunas Mobilindo Perkasa atau Tunas Daihatsu Beroperasi di Lampung pertama kali pada bulan maret 2010 di Jl. Raya Natar No. 209 RT 003 RW 001 Pasar lama kec. Natar, Lampung Selatan. Melihat pertumbuhan bisnis yang terus berkembang, PT Tunas Mobilindo Perkasa Memutuskan untuk membuka Outlet yang lebih luas dan nyaman di Jl. Raya Hajimena Dusun II Way Layap No. 999 Kel. Hajimena kec. Natar, Lampung Selatan. *Outlet* ini berdiri di atas tanah seluas 4.327 m<sup>2</sup> dan Luas bangunan 1.310 m<sup>2</sup> dan diresmikan tanggal 12 April 2012.

#### **3.4.2.2 Visi Dan Misi Perusahaan**

PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung merupakan salah satu deller penjualan mobil, jasa *service* dan penjualan sparepart produk daihatsu yang memiliki visi dan misi sebagai berikut :

a. Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan otomotif paling inovatif di indonesia dengan menciptakan pengalaman mengesankan di setiap intraksi dengan pelanggan.

b. Misi Perusahaan:

1. Memberikan pengalaman “ peace of mind” bagi konsumen
2. Menciptakan pertumbuhan berkelanjutan melalui oprasional yang progresif
3. Mengembangkan sumber daya manusia dalam membangun kepemimpinan yang kuat
4. Menciptakan pertumbuhan yang bernilai bersama mitra bisnis strategis
5. Membuat perbedaan yang positif dimanapun tunas berada

### **3.4.2.3 Budaya Perusahaan**

Pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung terdapat budaya perusahaan yang harus dijalankan oleh seluruh karyawan Tunas Mobilindo yang dikenal dengan Tunas Value:

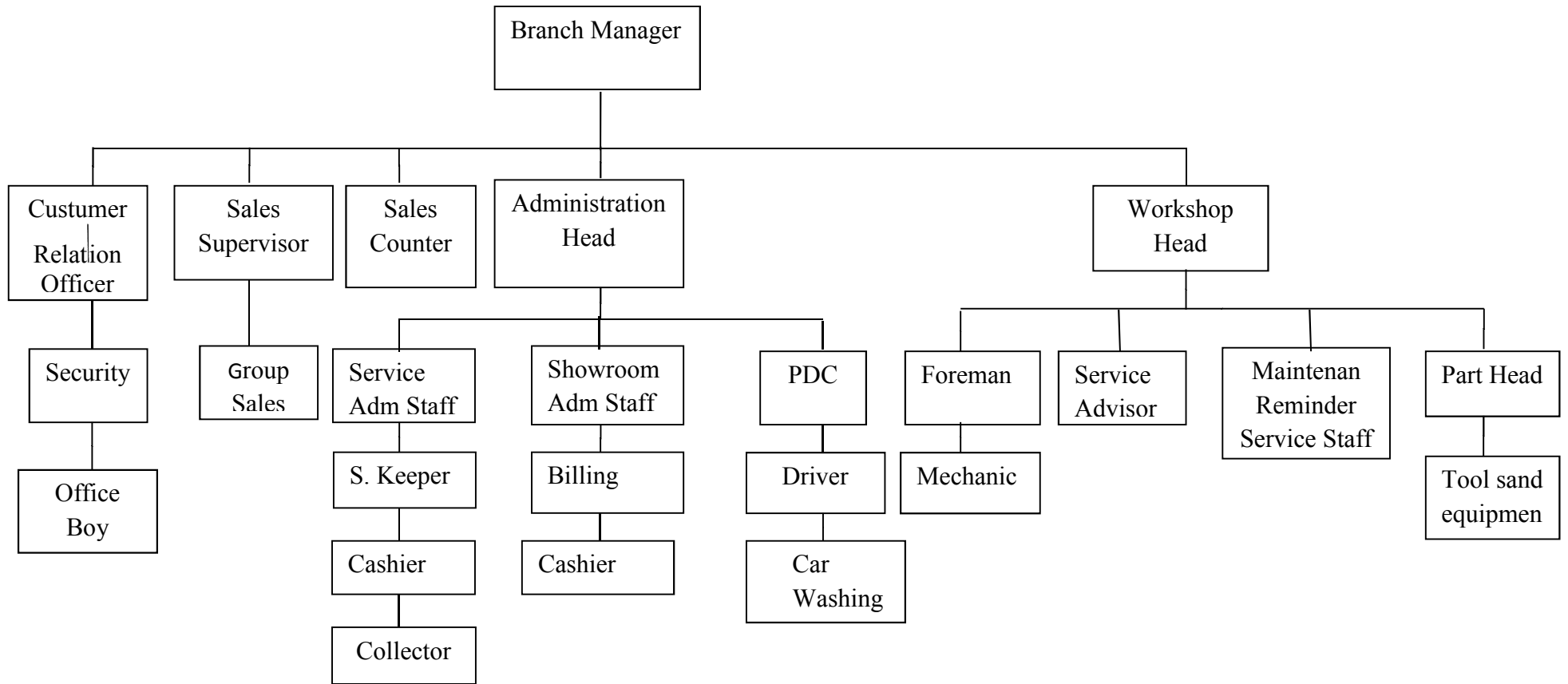
1. Terlatih, memiliki nilai bahwa PT Tunas Ridean Tbk menjamin bahwa karyawan mereka sangat terlatih dalam bidang yang mereka kuasai demi memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan.
2. Unggul, nilai ini ingin menyatakan bahwa para karyawan memiliki kualitas serta tidak kalah dengan para pesaing mereka dalam hal bidang yang mereka kuasai.
3. Akurat, merupakan nilai bahwa karyawan yang dilakukan oleh setiap karyawan Tunas Memiliki hasil yang optimal dalam karyawannya.
4. Sigap, merupakan nilai bahwa setiap karyawan selalu siap dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan.
5. Niat melayani merupakan nilai bahwa karyawan memiliki semangat dalam melayani pelanggan mereka demi menjaga citra perusahaan dan kepuasan bagi para pelanggan.

### **3.4.2.4 Struktur Organisasi**

Organisasi merupakan suatu sistem aktivitas kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Setiap organisasi harus memiliki struktur organisasi yang bertujuan agar organisasi dapat berjalan memilih arah yang tepat. Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi dimana memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Menunjukkan adanya pembagian kerja.
- b. Menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda tersebut dikoordinasikan.
- c. Menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan.

Adapun struktur organisasi perusahaan dan deskripsi perusahaan pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini:



**Gambar 1. Struktur Organisasi PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung**

Sumber : PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung

### 3.4.2.5 Deskripsi Kerja PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung

Adapun uraian tugas dari masing-masing fungsi yang ada di PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung adalah sebagai berikut:

#### a. Kepala Cabang

PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung dipimpin oleh seorang kepala cabang yang memiliki tanggung jawab langsung terhadap kantor pusat di Jakarta. Segala kegiatan yang berlangsung pada cabang berada dibawah wewenang kepala cabang. Tanggung jawab kepala cabang yaitu:

1. Mengatur Penjualan Unit Kendaraan.
2. Mengatur Menjual Spareparts.
3. Mengatur Penjualan Jasa Service.
4. Mengontrol Keuangan Perusahaan Cabang.

#### b. Sales Supervisor

Tugas sales supervisor PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung yaitu:

1. Mengkoordinir tim Penjualan.
2. Menganalisa Pasar.
3. Membuat strategi-strategi penjualan dan mensosialisasikan kepada tim penjualan.
4. Memberikan laporan penjualan.
5. Memonitoring aktivitas tim sales.
6. Memonitoring penjualan dan pembayaran customer dari tim sales.
7. Memberikan arahan dan motivasi para wiraniaga.

#### c. Sales

Tugas Sales PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan perusahaan.
2. Melakukan penjualan sesuai daftar target yang telah ditentukan dan disepakati bersama dengan koordinator.
3. Menyiapkan materi yang akan digunakan dalam proses penjualan ke pelanggan dan melakukan presentasi.



4. Membuat laporan aktivitas sales sesuai format laporan yang disepakati dengan koordinator dan laporan bulanan sesuai format laporan yang telah ditentukan.
5. Membina hubungan dengan bagian-bagian dibantu oleh koordinator untuk proses-proses internal yang terkait proses penjualan ke pelanggan.
6. Membina hubungan baik dengan konsumen.

d. Customer Relation Officer (CRO)

Tugas CROPT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi.
2. Menerima Complain dari konsumen.
3. Melakukan follow up ke pelanggan.
4. Menjaga standarisasi layanan serta mendata pelanggan.

e. Sales Counter

Tugas Sales Counter PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Menjawab telepon yang masuk (memberikan harga dan penjelasan tentang barang-barang yang dijual).
2. Melayani konsumen yang datang ke dealer.
3. Meningkatkan penjualan perusahaan.
4. Mencari konsumen baru dengan cara online marketing, menghubungi perusahaan-perusahaan.

f. Kepala Administrasi (administration head)

Tugas kepala administrasi PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Mengelola penyimpanan, distribusi, dan pemesanan atas SPK di cabang.
2. Memastikan seluruh kegiatan di cabang berjalan sesuai dengan SOP yang berlaku.
3. Melakukan kontrol secara ketat atas seluruh SPK outstanding yang ada di cabang dan pembatalannya.
4. Memastikan SPK (invoice) yang dibatalkan sudah dibuatkan MK (memo pembatalan) dan di writte off dari sistem TOSS.

5. Melakukan verifikasi atas kelayakan, kelengkapan, WO, SPT, dan kuitansi tagihan leasing dilakukan maksimal H+1.
  6. Melakukan verifikasi terhadap kesiapan dokumen untuk proses modem (web).
  7. Memastikan verifikasi untuk memastikan kelengkapan dokumen tagihan dikirim ke konsumen atau perusahaan leasing.
  8. Melakukan seluruh A/R baik showroom dan workshop tidak overdue.
  9. Melakukan follow up atas proses PTK dan PMK ke HRD HO untuk memastikan gaji karyawan dibayar sesuai dengan ketentuan.
  10. Membuat laporan analisa kinerja cabang untuk dipertanggungjawabkan ke AAM.
  11. Menyiapkan bon hijau dan dokumen pendukungnya untuk proses pengambilan. uang konsumen atas SPK atau invoice yang dibatalkan atau dialihkan.
  12. Memastikan penyelesaian STNK/BPKB tepat pada waktu untuk mempercepat. pengiriman unit ke konsumen.
  13. Memastikan perjanjian kontrak service yang ada di cabang masih berlaku.
  14. Membuat budget dan melakukan pengawasan atas penggunaan budget pada opex system.
  15. Melakukan pengawasan atas WIP workshop dengan berkoordinasi dengan kepala bengkel.
- g. Staf Administrasi Showroom (showroom administration staff)
- Tugas Staf Administrasi Showroom PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:
1. Mencetak dokumen SK BPKB dan SP BPKB sebagai syarat untuk penagihan.
  2. Menyiapkan dan mengirimkan dokumen penagihan tepat waktu ke konsumen, perusahaan leasing (unit dan refund) dan subsidi Astra.
  3. Melakukan penagihan A/R ke konsumen, perusahaan leasing, refund dan subsidi Astra.
  4. Melakukan proses modem untuk AFI (Toyota) atau web untuk fakpol (Daihatsu).

5. Follow up penyelesaian STNK atau BPKB dari dan ke Biro jasa.
6. Membuat laporan A/R showroom untuk riview oleh Kepala Administrasi dan Kepala Cabang setiap hari.
7. Menyiapkan bon hijau dan dokumen pendukung untuk jasa mediator.
8. Menyiapkan bon hijau dan dokumen pendukungnya dari supplier showroom, asuransi untuk proses claim ke finance HO.
9. Mencatat bukti tanda terima dokumen tagihan yang diserahkan melalui collector ke dalam log book berdasarkan invoice tagihan per hari.

h. Staf Administrasi Bengkel (workshop administration staff)

Tugas Staf Administrasi Bengkel PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Meminta bukti potongan PPh 23 atas seluruh jasa service workshop.
2. Melakukan penagihan dan follow up atas seluruh A/R bengkel (workshop) ke konsumen atau Astra.
3. Membuat laporan A/R untuk di riview oleh ADH dan Kepala Cabang setiap hari.
4. Menginput dan mencetak payment voucher (PV) untuk persiapan pembayaran ke supplier (Spare part, material, dan oli).
5. Mencetak perpanjangan atau perjanjian baru untuk customer contract service.
6. Menyiapkan dokumen bon hijau atau pencairan dana oleh *finance* HO.
7. Membuat tanda terima untuk penyerahan dokumen tagihan ke *customer contract service* atau Astra.
8. Membuat rekapan kelengkapan invoice dan faktur pajak sebagai syarat penagihan *claim* atas *warrantly* ke Astra.
9. Membuat laporan WIP untuk kepala administrasi setiap harinya.
10. Mencatat bukti tanda terima dokumen tagihan yang diserahkan melalui *collector* ke dalam *log book* berdasarkan *invoice* tagihan perhar

i. PDC

Tugas PDCPT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Mencetak BSTK (bukti serah terima kendaraan).
2. Melakukan verifikasi kelengkapan kendaraan.
3. Melakukan kontrol terhadap kendaraan (unit) yang tersedia di cabang.
4. Melakukan pemesanan kendaraan ke pusat.
5. Mencari unit tukaran dari cabang lain.

j. Billing

Tugas Billing PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Melakukan verifikasi kesesuaian harga dan *discount* atas seluruh pekerjaan (barang dan jasa) yang tercantum pada WO.
2. Mencetak *invoice* untuk proses pembayaran tunai dan kredit.
3. Menyiapkan kelengkapan dokumen tagihan ke *customer contract service* dan asuransi tepat waktu.
4. Menyiapkan kelengkapan dokumen tagihan untuk *warranty claim*, SBE *free*, SBI ke Astra tepat waktu.
5. Menyiapkan seluruh faktur pajak keluaran untuk keperluan konsumen.
6. Mempersiapkan seluruh dokumen *in-out* karyawan (PMK-PTK).
7. Melakukan registrasi dan pencatatan *in-out asset* di cabang.
8. Melakukan *stock opname* atas *asset* di cabang secara periodik (1 bulan sekali) dan membuat hasil laporan stock opname ke ADH dan asset-HO.
9. Melakukan pencatatan WIP *Warranty* Astra pada buku ekspedisi untuk *media control warranty* tersebut belum dibuatkan laporan teknik (SW-103).

k. Stock Keeper

Tugas Stock Keeper PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Meminta jadwal DO (*delivery order*) tahapan *marketing* HO setiap bulannya.
2. Memastikan proses pembukaan *invoice* atas SPK *ready* dan *stock ready* pada saat DO tahapan agar tidak rontok.
3. Mencari unit tukaran dari cabang lain untuk SPK *ready* yang tidak memiliki jatah *stock*.

4. Menyiapkan laporan harian mutasi *stock* ke *marketing* cabang.
5. Melakukan verifikasi kelengkapan dan keabsahaan dokumen untuk persiapan pembukaan *invoice*; SPT; WO.
6. Melakukan input data SPK ke dalam TOSS (tipe unit, warna, harga, *premium price*, *discount*, *optional extra*, tipe pembayaran, KEUR, subsidi *refund*, Astra, jual).
7. Mencetak *form* pengajuan AFI untuk pengakuan penjualan di Astra.
8. Melakukan *print invoice*, SPT, WO dan DO dan kwitansi penagihan ke leasing.
9. Menyiapkan dokumen MK untuk pembatalan SPK atau *invoice* ke ASS, *finance-HO*, *Tax-HO*, dan *Marketing-HO*.
10. Melakukan *request pool* untuk *delivery* kendaraan yang akan dikirim ke konsumen.

l. Cashier

Tugas Cashier, PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung yaitu:

1. Memproses transaksi pembayaran dan administrasi.
2. Melakukan *stock movement*.
3. Membuat *report* secara detail.
4. Melakukan *stock opname*.

m. Kepala Bengkel

Tugas Kepala Bengkel PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan melalui SOP yang berlaku serta menginformasikan kompetensi jajaran *personel* bengkel dalam usaha pencapaian target untuk meningkatkan produktibitas dan pencapaian *performance* bengkel serta kepuasan pelanggan.
2. Membuat perencanaan dan memastikan pencapaian *revenue workshop*, *unit entry and car return* sesuai standar yang ditetapkan.
3. Menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan bengkel dan *performance* jajaran karyawan bengkel.

4. Mengontrol stock gudang bengkel (*parts*) sesuai dengan target *service rate*.
5. Pembinaan dan pengembangan *personel* bengkel.
6. Mengevaluasi pelaksanaan sistem dan prosedur bengkel.
7. Memantau pengelolaan limbah padat, cair, dan gas di bengkel.

n. Service Advisor

Tugas dan tanggung jawab Service Advisor PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Bertanggung jawab melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan, menganalisa, dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan, membuat PKB dan estimasi waktu serta biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan, serta menjaga kerapian data-data kendaraan pelanggan.
2. Melayani pelanggan, yaitu menganalisa kerusakan dan memeriksa kendaraan, serta menjelaskan hasil pemeriksaan pada pelanggan.
3. Memasukan data keluhan pelanggan mengenai kondisi kendaraan pelanggan ke komputer.
4. Membuat perintah kerja bengkel (PKB).
5. Membuat penawaran dari pekerjaan perbaikan kendaraan atau estimasi biaya dan waktu perbaikan pada pelanggan.
6. Menginformasikan pekerjaan tambahan (bila ada) kepada pelanggan beserta estimasi biaya dan waktu tambahan yang diperlukan.
7. Memeriksa kendaraan yang telah diperbaiki, apakah sesuai dengan perintah Kerja Bengkel (PKB).
8. Melakukan *test drive* dan memeriksa *parts* bekas di dalam kendaraan.
9. Menyerahkan kembali kendaraan pada pelanggan dalam keadaan bersih berikut *parts* bekas sesuai dengan form pemeriksaan kendaraan (FPK).
10. Melakukan *follow up* ke pelanggan setelah 2-3 hari kendaraan diperbaiki di bengkel.
11. Mengingatkan pelanggan untuk melakukan perawatan berkala berikutnya pada saat selesai perawatan atau perbaikan.

12. Mengisi data '*account number*' untuk setiap perawatan yang telah selesai dikerjakan yang dipakai sebagai dasar perhitungan biaya perawatan.

o. Foreman

Tugas dan tanggung jawab Foreman PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Mengembangkan dan menganalisa PKB dari *Service Advisor* untuk mendistribusikan job kepada mekanik.
2. Mengawasi kerja mekanik sesuai PKB dan *flat rate* yang ditetapkan.
3. Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik, dengan menjelaskan cara "*Trouble Shooting*".
4. Mendukung mekanik dalam penyediaan suku cadang dan penyediaan peralatan.
5. Membuat laporan berkala mengenai *job return*, masalah yang dihadapi untuk diserahkan pada atasan.
6. Memeriksa hasil kerja mekanik sesuai dengan PKB.
7. Menjelaskan pada pelanggan tentang kondisi kendaraan yang sedang diperbaiki.
8. Melakukan *test drive* terhadap kendaraan yang telah selesai diperbaiki.

p. Part Head

Tugas dan tanggung jawab Part Head PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Melakukan *order parts*.
2. Melakukan *follow up* atas *order* yang telah dibuat sehingga dapat memberikan informasi yang akurat terhadap *parts* pesanan *next internal customer*.
3. Mencatat *order* atau permintaan yang tidak dapat dipenuhi, dan melakukan *follow-up* kepada *next internal customer* atau kondisi order tersebut.
4. Melakukan dan memeriksa *parts* yang datang sesuai dengan kondisi fisik dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.

5. Menginformasikan kepada *next internal customer* apabila *parts* yang dipesankan telah tersedia.
6. Menyiapkan *parts* untuk stock sesuai dengan lokasi yang telah ditetapkan, membuat lokasi baru untuk *parts* baru dan menyimpan parts pemesanan *indirect* di *intransit area*.
7. Memelihara dan menjaga kondisi fisik *stock parts* dan menjaga kebersihan lokasi dan ruang yang ada di gudang.
8. Mengatur *layout* gudang agar menjadi efektif dan efisien.
9. Melakukan evaluasi terhadap lokasi dan penempatan *parts* di gudang, evaluasi parameter-parameter dan pembaruan terhadap data-data *inventory* yang berhubungan dengan standar pengelolaan.
10. Mengelola stok sesuai standar-standar dan target *inventory* yang telah ditetapkan.
11. Memberikan informasi-informasi yang diperlukan oleh *next internal customer* dalam bidang suku cadang, seperti informasi harga, stok, kondisi barang pesenan dan kedatangan suku cadang pesanan.
12. dokumen barang pesenan, penerimaan, pengeluaran, *claim*, *transfer*, berita acara dan laporan-laporan yang berhubungan dengan bidang kerjanya.
13. Memberikan saran, usulan dan berkonsultasi dengan kepala bengkel dalam mencari solusi terhadap masalah suku cadang.
14. Melakukan sampling *stock opname* secara rutin.
15. Melakukan pengembalian dan *claim* bagi suku cadang yang rusak atau kurang dalam penerimaan.

q. Tools and equipment

Tugas dan tanggung jawab Tools and equipment PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Menjaga ketersediaan bahan, material dan oli yang dibutuhkan mekanik.
2. Memberikan bahan, material dan lain-lain kepada mekanik sesuai dengan permintaan yang tertulis di perintah kerja bengkel (PKB).
3. Membuat permintaan pembelian bahan dan lain-lain yang dibutuhkan bengkel.



4. Menerima kiriman bahan dan lain-lain dari supplier dan menyimpannya di (SPG) dan bukti pencatatan hutang (BPH).
5. Membuat memo *expenses* untuk bahan yang dipakai bengkel.
6. Memelihara dan menjaga kebersihan tempat dan area kerja.
7. Memproses *order* pembelian bahan (OPB), surat penerimaan gudang (SPG), dan bukti pencatatan hutang (BHP).

r. Security

Pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung security bertugas untuk memeriksa kendaraan yang keluar-masuk deller Tunas, melakukan pengamatan asset yang ada pada deller Tunas, melakukan pengawasan terhadap segala aktivitas orang yang berada pada lingkungan deller Tunas. Dalam penerapannya, security bertanggung jawab terhadap kepala administrasi.

s. Office Boy

Tugas office boy PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. Memastikan semua kebutuhan teknis karyawan di kantor terpenuhi dengan baik.
2. Memastikan kebersihan perangkat dan ruang kerja karyawan.
3. Memastikan kebersihan lingkungan perusahaan.
4. Memastikan tugas yang dibebankan terlaksana dengan baik.

t. Sopir (*Driver*)

Tugas *Driver* PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. Menjalankan *delivery process* di *retail chain* dia berada.
2. Melaporkan kepada staff keamanan atau bagian administrasi setiap akan keluar kantor untuk bertugas sesuai permintaan.
3. Memastikan mobil diparkir ditempat yang aman dan terkunci dengan baik.

u. Montir (*Mechanic*)

Tugas *mechanic* pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. Membuat diagnosis apa yang menyebabkan kerusakan pada mobil.
2. Memperbaiki kerusakan sesuai dengan tingkat dan jenis kerusakan yang dialami mobil.
3. Membuat pelaporan kondisi kendaraan setelah dilakukan perawatan dan menyusun jadwal pengecekan rutin.
4. Memesan bagian-bagian dan perlengkapan yang dibutuhkan kepada *supplier* peralatan otomotif untuk perbaikan.

v. *Car Washing*

Tugas *Car Washing* pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu:

1. Mengerjakan proses pencucian mobil berdasarkan *work order*
2. Merawat dan menjaga semua peralatan dan alat kerja operator cuci dan menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat/ area kerja.
3. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer member dan non member.

w. *Collector*

Tugas *collector* pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. melakukan penagihan terhadap nasabah yang memiliki tunggakan angsuran/ keterlambatan dalam pembayaran kewajiban.
2. Melakukan negosiasi/ pendekatan atau kesepakatan dengan konsumen yang ditagih terhadap penyelesaian tunggakan yang terjadi.
3. Melakukan tindakan penyitaan terhadap aset/ barang nasabah.

x. *Maintenance Reminder Service Staff*

Tugas *Maintenance Reminder Service Staff* pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. Membuat database riwayat pemakaian dan perawatan kendaraan.
2. Melaporkan hasil kegiatan perawatan pada koordinator operasional.
3. Membantu dan melaksanakan tugas yang diberikan oleh koordinator operasional.
4. Menyusun jadwal perawatan unit-unit kendaraan perusahaan.

y. *Cashier*

Tugas kasir bengkel pada PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung, yaitu :

1. Membuat laporan Kas/Bank harian.
2. Registrasi dan monitor kwitansi untuk penagihan.
3. Rekap pembayaran.
4. Serah terima pembayaran.
5. Rekap file faktur dan nota kontan.
6. Menerima pembayaran dari pelanggan dan tagihan.

#### **3.4.2.6 Ruang Lingkup Usaha Perusahaan.**

PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung mempunyai jenis-jenis usaha yang berbeda, tergantung pada bidang operasinya seperti:

- A. Bidang Perdagangan, yaitu suatu kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran dan penjualan unit dan suku cadang yang diperuntukan pelanggan yang membutuhkan. Penjualan unit dilakukan secara kredit dan tunai. Penjualan kredit dilakukan melalui hubungan perusahaan dengan leasing-leasing yang berada di Lampung, yaitu: ACC (Astra Central Company), MTF (Mandiri Tunas Finance), KKB BCA, BCA Finance, Mega Finance, Oto Finance. Dalam menentukan penggunaan leasing perusahaan menyesuaikan dengan keinginan konsumen dalam menggunakan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan sesudah selama proses negosiasi dengan konsumen. Sedangkan untuk penjualan suku cadang hanya dilakukan dengan cara tunai.
- B. Bidang Jasa, adalah suatu kegiatan usaha yang berkaitan dengan jasa pada intinya melakukan pelayanan service, seperti perbaikan dan perawatan kendaraan pelanggan yang dilakukan oleh pihak bengkel PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung serta pengurusan surat-surat yang berkaitan dengan kendaraan seperti: BPKB, STNK, PLAT, SKJ (Surat Keterangan Jalan), dan KEUR/KIR.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penjelasan pada bab sebelumnya mengenai “ Evaluasi Sistem Penjualan Pada Bagian Pemasaran di PT Tunas Mobilindo Perkasa Lampung pada tahun 2019”, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan belum efektif. Hal ini dapat dilihat dari pelaksanaan prosedur penjualan yang memerlukan evaluasi yaitu sebagai berikut :

- 1) Konsumen melakukan pembayaran uang tanda jadi. Konsumen melakukan pembayaran uang tanda jadi melalui kasir dan kuitansi diserahkan kepada *sales*. Namun faktanya Proses ini sering terjadi kesalahan pembayaran secara langsung kepada *sales* tidak melalui kasir dan menyebabkan hambatan dalam kegiatan pembukuan admin yang berbasis komputer.
- 2) pengecekan unit kendaraan yang dipesan oleh konsumen melalui sistem, jika unit yang diinginkan konsumen tidak tersedia maka dilakukannya *Matching stock* pada *dealer* lainnya dengan pencarian unit yang sesuai pesanan dalam waktu yang ditentukan. Namun dalam pemesanan unit yang diinginkan konsumen sering terjadi kesalahan atau tidak adanya stok unit dari perusahaan sehingga dilakukannya *matching stock* pada *dealer* pencarian unit yang sesuai pesanan konsumen menunggu dalam waktu 1 bulan dan sering terjadi melebihi batas yang ditentukan jika unit belum tersedia selama waktu yang ditentukan maka konsumen

berhak membatalkan pesannya dan uang tanda jadi dapat kembali sepenuhnya, karena kesalahan dari perusahaan.

## 1.2 Saran

- 1) Untuk memperlancar kegiatan penjualan di PT. Tunas Mobilindo Perkasa Lampung hendaknya *salesman / sales counter* memiliki arsip dokumen Surat Pesanan Kendaraan (SPK) sendiri sehingga apabila ada sesuatu yang berhubungan dengan SPK milik *customer*, *salesman* tidak meminjam ke bagian administrasi/keuangan atau melakukan pembayaran secara langsung tidak melalui kasir yang menimbulkan ketidak lancarannya dalam penanganan transaksi penjualan.
  
- 2) Untuk mencegah tidak tersedianya unit *ready*, sebaiknya selalu memberikan *update* data unit yang *ready* setiap hari kepada *salesman* sehingga *salesman* bisa mengarahkan *customer* untuk membeli unit yang *ready*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, Virgini V., Indupurnahayu, Hurriyaturrohman. 2019. Peranan system pengendalian internal atas penjualan untuk meningkatkan efektivitas penerimaan kas pada (PT Sinar Sosro kantor penjualan Bogor). *Jurnal Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia*. 1 (1).1-11.
- Arikunto, S. & Jabar Abdul S.C. 2010. *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Body, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Bougie, Roger dan Sekaran, Umar. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Edisi ke-6, buku 1). Jakarta: SalembaEmpat
- Griffin Ricky W, Ronald J, dan Ebert 2015. *Pengantar Bisnis*. Terjemah oleh Defri Barnadi Putera. 2015. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. 2013. *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :Alfabeta.
- Swastha. 2008. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tambunan, Rudi. 2013. *Pedoman Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP)*. Jakarta: Maistas Publishing
- Tjiptono, F., dan Anastasia, D. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Edisi ke-6, buku 1). Jakarta: Salemba Empat