

## ABSTRAK

Pasar otomotif hampir sepanjang waktu tidak memiliki ruang kosong dan sepi. Hampir semua wilayah sudah dirambah oleh produsen. Masing-masing produsen saling berpacu meluncurkan produk-produk terbaru. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antara para produsen. Sehingga menuntut para produsen untuk meningkatkan kreativitas mereka agar tidak kalah bersaing dengan produsen lain.

Salah satu komponen penting dalam industri otomotif adalah industri ban. Bisa kita lihat bahwa harga satu ban baru sangat mahal, sedangkan untuk satu kendaraan konsumen memerlukan lebih dari satu buah ban. Hal ini tentu saja akan membuat konsumen harus mengeluarkan lebih (mengingat sekarang ini dalam kondisi krisis moneter).

Berdasarkan hal tersebut PT X membuat terobosan baru, yaitu dengan melakukan vulkanisir ban. Dengan adanya vulkanisir ban, maka beban konsumen akan lebih ringan. Sebab dengan vulkanisir ban yang sudah jelek bisa diproses atau di daur ulang menjadi ban baru lagi. Melihat kondisi seperti ini maka semakin banyak konsumen yang akan memvulkanisir bannya, mengingat harganya jauh lebih murah.

Dengan demikian, secara otomatis permintaan vulkanisir ban dalam perusahaan tersebut akan semakin meningkat. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat memenuhi semua permintaan konsumen. Untuk dapat memenuhi semua permintaan tersebut harus didukung adanya *internal control* yang baik dan penggunaan sumber daya manusia yang efektif dan efisien serta adanya komunikasi informasi antara staf dengan atasan.

Dalam skripsi ini pembahasan yang akan dibahas adalah cara perusahaan meningkatkan efektivitas pada sistem penjualan. Dimana dapat diketahui bahwa efektivitas pengendalian internal pada PT X pada sistem penjualan masih rendah. Untuk itu dalam skripsi ini peneliti akan memberikan rekomendasi-rekomendasi yang berguna bagi PT X dimasa yang akan datang.