

ABSTRAKSI

Sebagai suatu organisasi yang profesional, perusahaan dituntut untuk melakukan semua aktivitasnya secara efisien dan efektif. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengidentifikasi dan mengantisipasi berbagai macam gejala dan masalah yang dihadapi. Untuk itulah setiap perusahaan harus memiliki sistem pengendalian yang baik untuk membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat.

Control system yang baik dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuannya, dimana *control* dilakukan untuk mencegah terjadinya penyimpangan perilaku dan memastikan bahwa anggota organisasi memiliki keinginan untuk mencapai tujuan organisasi melalui cara-cara yang sesuai dengan organisasi tersebut. Salah satu cara yang bisa ditempuh yaitu melalui *action* dan *result control*, dimana *control* ini memastikan bahwa anggota organisasi (karyawan/pekerja) melakukan (atau tidak melakukan) suatu pekerjaan yang dianggap menguntungkan (atau merugikan), dan menyangkut pemberian *reward* pada individu atas hasil kerja yang baik atau *punishment* karena hasil kerjanya yang buruk. Dengan kata lain *control* ini memastikan bahwa setiap anggota organisasi bertindak dan memiliki hasil kerja sesuai dengan aturan perusahaan.

PT "X" merupakan industri yang bergerak di bidang sarung tangan rajut. PT "X" memiliki visi untuk menjadikan perusahaannya menjadi salah satu perusahaan yang unggul di bidang persarung-tangan. Misinya adalah untuk membuat suatu konsep/rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.

Sesuai dengan tujuan studi ini, maka akan lebih dilihat bagaimana penerapan *action* dan *result control* pada bagian penjualan PT "X" untuk mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumen baru sesuai dengan teori-teori yang berhubungan. Setelah dilakukan analisis, maka akan didapat perbandingan antara teori-teori yang telah diterima selama perkuliahan dengan keadaan sebenarnya.

Salah satu manfaat dari studi ini adalah memberikan pandangan umum bagi PT "X" untuk mempelajari bagaimana manajemen di bagian penjualan PT "X" menyikapi kendala yang terjadi dalam mempertahankan dan memperoleh konsumen melalui *action* dan *result control*. Manfaat lainnya adalah memperkaya wawasan mengenai pentingnya *action* dan *result control* dalam penerapan *system control* yang efektif. Selain itu, dapat

memberikan pengayaan terhadap konsep-konsep MCS konvensional; dengan mengemukakan konsep *interorganizational control*.

