

TUGAS AKHIR

**SISTEM PENJUALAN MOBIL PADA
SHOWROOM ARAFAH MOTOR
AIR TIRIS KAMPAR**

**Disusun dan Ditujukan Salah Satu Syarat Menyelesaikan Tugas-Tugas
Akademik dan Memperoleh Gelar Ahli Madya**



Disusun Oleh:

NIDA MARNI YUSA PUTRI
NIM : 0107220358

**JURUSAN DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2013**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sesungguhnya segala puji bagi Allah SWT, semesta alam yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada hamba-hambanya yang selalu mengingatkan di waktu lapang. Selawat serta salam tercurah kepada baginda Rosulullah Muhammad SAW, yang telah menerangi gelapnya alam dari cahaya ilahi dengan kemuliaannya dan kesabarannya menyampaikan kebenaran dan keselamatan atas keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa memegang ajarannya hingga yaumul akhir.

Alhamdulillah akhirnya selesai laporan praktek kerja lapangan ini dengan judul “Sistem penjualan Mobil pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar”. Merupakan hasil karya tulis untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonom dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU Pekanbaru.

Dalam menyelesaikan laporan praktek kerja lapangan ini penulis mengalami beberapa kesulitan dalam mengumpulkan data dan menganalisa. Namun, berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dapat membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih atas bantuan, motivasi, arahan, bimbingan, dan perhatiannya baik dari segi materi maupun segi moral dalam menyelesaikan laporan ini kepada:

1. Khusus kepada orang tua yang tercinta Ayahku Nisardin dan Ibuku Maryunis, orang yang paling utama dalam kehidupanku. Menyayangiku dan medidikku untuk bersopan santun dari bertutur kata lemah lembut, yang telah banyak berkorban dan memeberikan dorongan serta do'a kepada penulis demi keberhasilan penulis.
2. Terima kasih kepada kakakku Etiska Andriani, Nela Marfizela,dan adikku Desra Sartika, Riri Gusna Zenta, yang telah memeberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
3. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Ibuk Diana Eravia, SE,M. Si yang telah banyak membantu penulis.
4. Terima kasih kepada Bapak Dr. Mahendra Romus, SP. M.Ec, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
5. Terima kasih kepada Kajur Manajemen Perusahaan Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM, dan Sekjur Manajemen Perusahaan Ibuk Diana Eravia, SE, MS.I yang telah banyak membatu penulis dan memberi semangat dalam menyelesaikan laporan ini.
6. Terima kasih kepada Bapak dan Ibuk dosen beserta segenap staf dan karyawan/karyawati fakultas ekonomi UIN SUSKA Riau Pekanbaru.
7. Terma kasih kepada Showroom Arafah Motor yang telah membantu penulis memberikan data dan mengajar penulis selama penulis melaksanakan penelitian.
8. Dan tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada teman-temanku Muhammad Ikhsan, Candra Sari, Nur Asma, Enda Cahaya Ningsih, Ren

Novira, Ela Matra Utami, Suryani, Siti Juwariah yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang berarti kepada penulis dalam suka maupun duka, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal dengan pahala yang berlipat ganda, serta penulis mengharapkan agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin ya robbal 'alamin.

Penulis, 15 Mei 2013

NIDA MARNI YUSA PUTRI
NIM. 01072203586

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan	5
1.3.1 Tujuan	5
1.3.2 Manfaat	5
1.4 Metode Penulisan Laporan.....	5
1.4.1 Lokasi dan Waktu Laporan	5
1.4.2 Jenis dan sumber data.....	6
1.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Ringkas Pembentukan Showroom Arafah Motor	8
2.1.1 Visi dan Misi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	9
2.2.1 Struktur Organisasi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar	10
1.3 Aktivitas Perusahaan	14
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK	
3.1 Tinjauan Teori	15
3.1.1 Pengertian Sistem.....	15
3.1.2 Pengertian Penjualan.....	15
3.1.3 Pengertian Sistem Penjualan	16
3.1.4 Langkah-langkah Proses Penjualan.....	17
3.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	19
3.1.6 Pelayanan	23
3.1.7 Penjualan Dalam Pandangan Islam.....	25
3.2 Tinjauan Praktek	26
3.2.1 Sistem Penjualan Mobil Pada Showroom Arafah Motor.....	26
3.2.2 Pelayanan Pada Showroom Arafah Motor	29
3.2.3 Pelayanan Pada Showroom Arafah Motor	30
BAB 1V PENUTUP	
4.1 Kesimpulan	32
4.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya dunia usaha terutama di bidang otomotif yang disebabkan oleh pesatnya sarana jalan yang telah ada maupun jalan-jalan baru yang akan dilaksanakan oleh pemerintah, mengakibatkan meningkatnya mobilitas dan aktivitas masyarakat dibidang transportasi. Secara langsung hal ini menyebabkan kebutuhan akan alat transportasi meningkat pula.

Dengan semakin meningkatnya daya beli masyarakat akan mobil transportasi, maka permintaan akan mobil sarana transportasi ini akan meningkat sehingga perusahaan harus mampu untuk dapat mengambil suatu langkah-langkah kebijaksanaan dalam bidang penjualan.

Air Tiris merupakan Kecamatan yang termasuk pesat perkembangannya. Hal ini ditandai dengan semakin maraknya dunia usaha dibidang perdagangan, salah satunya dibidang perdagangan mobil, sehingga semakin ketatnya usaha dalam memperebutkan pangsa pasar di antara dialer-dialer Air Tiris, maka terbentuklah suatu showroom mobil yang diberi nama Showroom Arafah Motor.

Pada awalnya perusahaan tersebut menjual berbagai merk sepeda motor yang berdiri pada Tahun 1995, kemudian perusahaan ini semakin berkembang menjadi showroom mobil berdiri pada Tahun 2000 hingga sampai sekarang. Pada Showroom Arafah Motor menjual mobil baru dan mobil bekas, dan menjual berbagai merk yaitu Toyota, Suzuki,

Honda.Nissan,Duhatsu. Perusahaan ini memiliki cabang di Pekanbaru, dan Showroom Arafah Motor yang berpusat di Air Tiris Jalan Sasapan Pasar Baru Air Tiris, yang di dukung oleh Adira Finance dan Oto Multiartha bertekad untuk meningkatkan daya saing menghadapi pasar global.

Dalam bidang penjualan ini terdapat dua departemen yaitu Departemen Penjualan (*Sales*) dan Departemen Administrasi Penjualan (*Sales*). Kedua-dua departemen ini saling berhubungan, Departemen Penjualan (*Sales*) akan menjual kendaraan dan Departemen Administrasi Penjualan (*Sales*) akan memproses surat-surat penjualan yang dilakukan oleh konsumen.

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungan baik perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa.Hal ini dapat tercapai apabila perusahaan bisa meningkatkan penjualan perusahaannya. Pada umumnya kelangsungan hidup perusahaan merupakan sasaran yang harus dicapai dan dipertahankan untuk itu diperlukan manajemen yang lebih baik, dalam hal ini menyangkut penjualan produk yang dihasilkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian dalam produk.

Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 : Realisasi Penjualan Mobil Secara Kredit pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar Tahun 2008 - 2012.

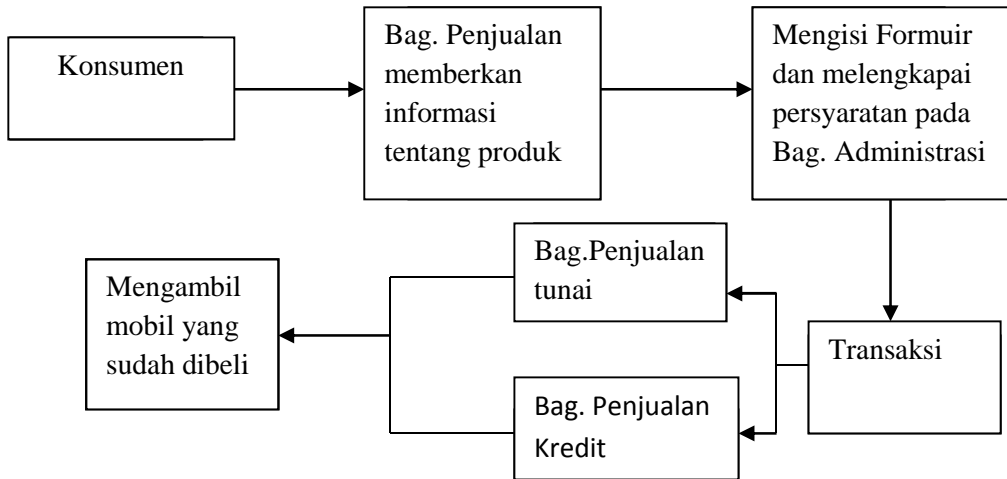
NO	TAHUN	PENJUALAN TUNAI	PENJUALAN KREDIT	REALISASI (UNIT)	TARGET (UNIT)	PERSENTASE (%)
1	2008	40	75	115	130	88%
2	2009	53	104	157	170	92%
3	2010	61	119	180	195	94%
4	2011	77	148	225	240	96%
5	2012	27	83	110	140	78%

Sumber : Showroom Arafah Motor Pekanbaru-Bangkinang Air Tiris

Tabel 1 menunjukkan jumlah penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor dari tahun 2008 hingga 2012. Pada tahun 2008 penjualan tunai 40 dan penjualan kredit 75, realisasi sebanyak 115 unit, targetnya sebanyak 130 unit dan persentase 88%. Pada tahun 2009 penjualan mobil meningkat yaitu penjualan tunai 53 dan kredit 104, realisasi sebanyak 157 unit, targetnya 170 unit, dan persentasenya sebanyak 92%. Pada tahun 2010 penjualan mobil semakin meningkat yaitu penjualan tunai 61 dan kredit 119, realisasi sebanyak 180 unit, targetnya 195 unit dan persentasenya sebanyak 94%. Pada tahun 2011 penjualan mobil ini semakin meningkat lagi yaitu penjualan tunai 77 dan kredit 148, realisasi sebanyak 225 unit, targetnya 240 unit dan persentasenya 96%. Pada tahun 2012 penjualan mobil menurun yaitu penjualan tunai 27 dan kredit 83, realisasi sebanyak 110 unit, targetnya 140 unit, dan persentasenya 78%. Dari hasil yang diperoleh pada Tahun 2012 penjualan mobil menurun dari target yang ditetapkan, Hal ini disebabkan karena penurunan pendapatan ekonomi masyarakat Kampar yaitu karet dan sawit dipengaruhi oleh faktor cuaca musim penghujan.

Namun demikian Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar terus berupaya untuk meningkatkan penjualan mobil setiap tahunnya, seperti dengan menambah kegiatan promosi, memberikan hadiah menarik bagi pembeli, hingga memberikan kemudahan dalam sistem pembelian mobil di Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar.

Gambar 1
Bagan Penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar



Dari gambar 1 menjelaskan bahwa penjualan mobil dimulai dari konsumen datang ke Showroom Arafah Motor, dilayani oleh bagian penjualan yaitu memberikan informasi kepada konsumen tentang mobil yang ada pada Showroom Arafah Motor, apabila konsumen tertarik dengan mobil pada Showroom Arafah Motor konsumen memilih mobil yang diinginkan maka selanjutnya konsumen mengisi formulir pada bagian Administrasi dan melengkapi persyaratannya, setelah semuanya selesai baru dilakukan transaksi yaitu transaksi Tunai ke bagian penjualan tunai dan transaksi Kredit ke bagian penjualan kredit, apabila transaksi selesai konsumen mengambil mobil yang sudah dibeli.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengangkat judul pelaporan yaitu **“Sistem Penjualan Mobil pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat di rumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana sistem penjualan yang digunakan pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah untuk mengetahui sistem penjualan yang diterapkan Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah :

1. Memberikan informasi penerapan sistem penjualan pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar.
2. Memberikan informasi sekaligus berbagi ilmu pengetahuan kepada para rekan-rekan pelajar dalam masa menuntut ilmu dan kalangan masyarakat pada umumnya.
3. Menjadikan pelajaran tersendiri bagi penulis khususnya untuk lebih memahami arti sistem penjualan dalam dunia kerja.

1.4 Metode Penulisan Laporan

1.4.1 Lokasi dan Waktu Laporan

Penelitian dilakukan di Air Tiris dengan objek penelitian pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar yang berlokasi di Jalan Sasapan Pasar Baru Air Tiris pada Tanggal 16 Januari 2013 – Selesai.

1.4.2 Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penelitian dilapangan dan melakukan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan staf lainnya di Showroom Arafah Motor. Data sekunder ini diperoleh dari studi perpustakaan dan buku-buku penunjang lainnya yang mebantunya penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

1.4.3 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*Interview*) yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan observasi ini.

2. Analisa Data

Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu memaparkan atau menggambarkan suatu keadaan fenomena yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan kemudian menganalisa data tersebut berdasarkan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM SHOWROOM ARAFAH MOTOR AIR TIRIS KAMAPAR

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat Showroom Arafah Motor, dilengkapi dengan struktur organisasi, serta informasi terkait aktifitas Showroom Arafah Motor Air Tiris Kamar.

BAB III : TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan sistem penjualan yang diterapkan pada Showroom Arafah Motor Ar Tiris Kamar.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menguraikan beberapa kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas berdasarkan data dan teori-teori yang ada, kemudian penulis memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kamar.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Ringkas Pembentukan Showroom Arafah Motor

Sejarah perusahaan bermula dari menjual berbagai merk sepeda motor yang berdiri pada Tahun 1995, kemudian perusahaan ini semakin berkembang maka menjadi showroom mobil berdiri pada Tahun 2000 hingga sampai sekarang yang bernama Showroom Arafah Motor. Pada Showroom Arafah Motor menjual mobil baru dan mobil bekas, dan menjual berbagai merk yaitu Toyota, Suzuki, Dehatsu, Honda, Nisan, Hindai. Perusahaan ini memiliki cabang di Pekanbaru, dan Showroom Arafah Motor yang berpusat di Air Tiris Jalan Sasapan Pasar Baru Air Tiris, yang di dukung oleh Adira Finance dan Oto Multiartha bertekad untuk meningkatkan daya saing menghadapi pasar global. Dengan susunan pengurusnya Pimpinan H.M Nasir R.A, bagian Penjualan H.Haslizar, bagian Administrasi Hj.Mismeriati Asmar, karyawan Gus Andrio dan Rio Firmansyah. Menunjukkan perkembangan yang pesat dengan prinsip manajemen yang benar dan pada tahun 2005 Showroom Arafah Motor mengembangkan usahanya dengan mendirikan kantor cabang yang pertama di Pekanbaru. Pimpinan kantor cabang masih dipimpin oleh Bapak H.M Nasir R.A.

Dalam bidang penjualan ini terdapat dua departemen yaitu Departemen Penjualan (*Sales*) dan Departemen Administrasi Penjualan (*Sales*). Kedua-dua departemen ini saling berhubungan, Departemen Penjualan (*Sales*) akan menjual kendaraan dan Departemen Administrasi Penjualan (*Sales*) akan memproses surat-surat penjualan yang dilakukan oleh konsumen.

Demikian sejarah singkat tentang perkembangan Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar menunjukkan perkembangan yang cukup berarti dan mudah-mudahan tetap berkembang dan maju untuk masa akan datang.

2.1.1 Visi dan Misi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar

a. Visi

Visi Showroom Arafah Motor yaitu memberikan kenyamanan pada setiap konsumen.

b. Misi

1. Meningkatkan keuletan dan tanggung jawab kerja.
2. Meningkatkan profesional kerja para karyawan.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan konsumen.
4. Menciptakan lapangan kerja yang individual.
5. Dapat menjalin kerja sama yang baik dengan sesama bidang usaha yang saling berhubungan.
6. Menjaga dan meningkatkan mutu sumber daya yang dimiliki.
7. Dapat bersaing dalam dunia usaha yang makin maju dan berkembang.

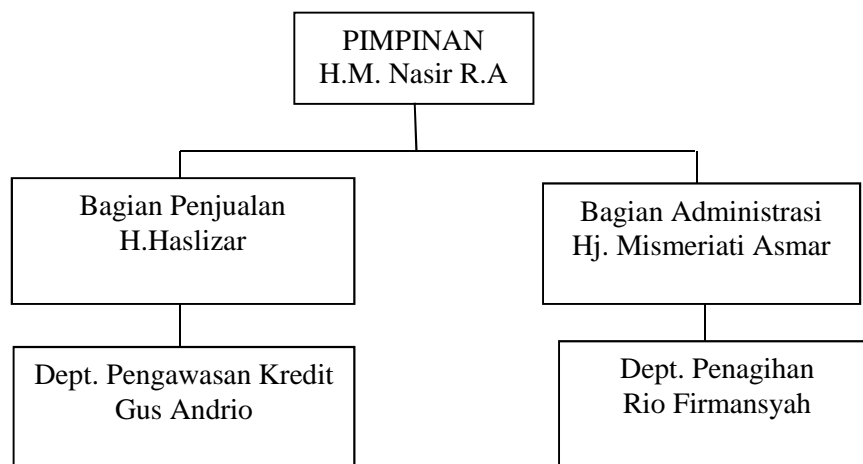
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk lebih mengetahui tentang Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar maka dapat dilakukan dengan memperhatikan struktur organisasi perusahaan ini. Struktur organisasi ini menjelaskan tentang tingkatan manajemen yang akan diuraikan sebagai berikut :

Direktur dijabat oleh Bapak H.M Nasir R.A. Pimpinan cabang Pekanbaru masih dijabat oleh Bapak H.M Nasir R.A, dan untuk membantu tugas-tugas pimpinan cabang Pekanbaru ini dibantu oleh 3 (Tiga) orang yaitu bagian penjualan M.Saleh, bagian Administrasi Yusmarlis, dan karyawan Hazali.

2.2.1 Struktur Organisasi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar

Gambar 2.1 Struktur Organisasi



Berdasarkan gambar 2.1 menjelaskan tentang struktur organisasi Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar yaitu sebagai berikut :

1. Uraian tugas Pimpinan

Melakukan potensi bisnis diwilayahnya serta melakukan pendekatan data identifikasi jasa diwilayahnya, pimpinan juga memfasilitas rapat koordinasi unit kerja diwilayahnya dan menyusun program kerja dan biaya sesuai dengan lingkup tugasnya.

2. Tugas Bagian Penjualan

Bagian penjualan merupakan ujung tombak perusahaan dalam mengoptimalkan laba. Hal ini dikarenakan bisnis utama dari perusahaan ini adalah penjualan mobil. Mobil yang ditawarkan kepada konsumen yaitu mobil baru dan mobil bekas dengan merek Toyota, Suzuki, Daihatsu, Honda, Nissan, Hunday, bagian penjualan pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar ini terdiri dari :

1. Salesman

Bertugas mencari pelanggan baru dan membina pelanggan lama yang ada diluar perusahaan.

2. Sales Couter

Melayani pelanggan yang datang ke counter baik yang membeli atau sekedar bertanya.

Syarat yang harus dimiliki oleh seorang Salesman dalam melakukan penjualan:

- a. Penampilan harus dijaga.
- b. Kepada konsumen diberikan gambaran yang benar dengan cara penolakan yang halus.
- c. Penguasaan akan produk.
- d. Menguasai analisa keebutuhan.
- e. Menerapkan panduan pelayanan.

Adapun proses penjualan :

1. Negosiasi dengan nasabah untuk kemudian mengisi form kondisi penjualan.
2. Melengkapi persyaratan kredit yang diajukan.
3. Melalui kunjungan langsung atau visit.

Bagian penjualan kendaraan ini juga melakukan penjualannya melalui cara yaitu secara tunai dan secara kredit. Bagian penjualan secara tunai dan secara kredit ini dilakukan oleh departemen Administrasi Sales.

3. Tugas Bagian Administrasi

Bagian Administrasi Penjualan pada Showroom Arafah Motor terdiri dari :

1. Bagian Penjualan Cash

Penjualan secara cash menggunakan leasing non avalist, di sin konsumen hanya membayar uang muka, beserta biaya asuransi, dan biaya administrasi. Bagian Pnjualan Cash ini bertugas :

- a. Mengecek kelengkapan persyaratan.
- b. Mengecek kelengkapan uang muka, asuransi dan biaya administrasi.
- c. Mengeluarkan biaya cash back bagi kendaraan colt diesel yang telah disubsidi oleh ATPM (PT. Kramayudha Tiga Berlian Motor).
- d. Menyerahkan BPKB ke leasing tersebut

f. Mengecek pembayaran pelunasan yang dilakukan oleh leasing penjualan dengan sistem no avalist ini memiliki resiko yang kecil, tetapi perusahaan hanya mendapat keuntungan dari penjualan kendaraan.

2. Bagian Penjualan Kredit

Bagian penjualan kredit ini bertugas :

- a. Mengecek dan melengkapi persyaratan .
- b. Mengecek kelengkapan uang muka, administrasi dan asuransi.
- c. Mengeluarkan biaya cash back bagi kendaraan colt diesel.
- d. Menaikan fail ke departemen C & C.

3. Bagian Surat-surat Kendaraan

Bagian-bagian surat kendaraan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Membuat faktur sementara sebelum faktur asal dari PT. KTB selesai.
2. Mengurus pembuatan surat-surat kendaraan seperti: BPKB, STNK, dan KIR kendaraan, serta Nomor Polisi.
3. Membuat fail atau copy dari Surat-surat tersebut.
4. Melayani konsumen yang ingin mengambil STNK, KIR dan Nomor Polisi.
5. Melayani konsumen yang ingin memperpanjang STNK dan KIR kendarannya.

4. Tugas Bagian Pengawasan Kredit

Tugas bagian pengawasan kredit yaitu mengecek pembayaran konsumen yang melakukan pembayaran kredit pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar dan apabila ada penunggakan maka bagian pengawasan kredit memberikan denda terhadap konsumen dengan kesepakatan yang telah disepakati.

5. Tugas Bagian Penagihan

Tugas bagian penagihan yaitu menagih piutang terhadap konsumen yang telah menunggak pembayaran kredit pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar.

2.3 Aktivitas Perusahaan

Dalam akte pendirian tersebut dicantumkan bahwa tujuan pendirian perusahaan adalah untuk:

1. Melaksanakan superintendence/pengawasan

Yaitu pimpinan melakukan pengawasan terhadap karyawan Showroom Arafah Motor

2. Pengawasan mutu dari suatu barang.

Yaitu karyawan mengawasi barang masuk dan meneliti mutu barang tersebut serta mengawasi barang yang ada pada Showroom Arafah Motor.

3. Melakuan inspeksi/pemeriksaan

Yaitu karyawan melakukan pemeriksaan barang yang baru masuk maupun yang ada pada Showroom Arafah Motor.

4. Menjalankan segala pekerjaan ekspedisi, pegudangan

Yaitu melakukan pekerjaan pada pegudangan.

BAB III

TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK

1.1 Tinjauan Teori

1.1.1 Pengertian Sistem

Sistem merupakan himpunan dari bagian-bagian yang saling berhubungan yang secara bersama mencapai tujuan-tujuan yang sama. Sedangkan akan dielaskan definisi sistem menurut pakar (ahli) yaitu **Indrajit (2001:2)** mengemukakan bahwa sistem mengandung arti kumpulan-kumpulan dari komponen-komponen yang dimiliki unsur keterkaitan antara satu dengan yang lain.

Menurut **Jerry Futz Geral (2000:1)** Sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu.

1.1.2 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan sesuatu jasa kepada konsumen dimana setiap kegiatan penjualan diiringi dengan sebuah transaksi jual beli. Masih banyak orang yang belum memahami perbedaan antara penjualan dan pemasaran. Banyak orang berfikir kedua istilah itu sama, sebenarnya masing-masing mempunyai konsep yang berbeda. Pengertian pemasaran lebih luas dari pengertian penjualan. Proses pemasaran dimulai sebelum barang diproduksi, tidak dimulai saat produksi selesai dan juga tidak berakhir dengan penjualan.

Masih banyak orang yang belum memahami perbedaan antara penjualan dan pemasaran. Banyak orang berfikir kedua istilah itu sama, sebenarnya masing-masing mempunyai konsep yang berbeda. Pengertian pemasaran lebih luas dari pengertian penjualan. Proses pemasaran dimulai sebelum barang diproduksi, tidak dimulai saat produksi selesai dan juga tidak berakhir dengan penjualan.

Penjualan ialah bahwa kita memiliki produk yang perlu dijual, sedangkan pemasaran ialah bahwa pasar mempunyai kebutuhan yang dapat diukur untuk dipenuhi. Dasar pemikiran yang terkandung dalam konsep penjualan adalah :

- a. Para konsumen memiliki kecenderungan menolak pembelian sebagai besar barang atau produk yang tidak penting.
- b. Para konsumen dapat dihimbau agar membeli lebih banyak melalui berbagai alat penggalak penjualan (**Angipora, 2002 : 40**).

Penjualan adalah proses mempengaruhi keputusan pelanggan yang menentukan pilihan produk atau jasa yang akan ditukarkannya dengan uang atau dibeli (**Maryo, 2002 : 7**).

1.1.3 Pengertian Sistem Penjualan

Sistem penjualan adalah sistem yang melibatkan sumber daya dalam suatu organisasi, prosedur, data, serta sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.

1.1.4 Langkah-langkah Dalam Proses Penjualan

Menurut **(Philip Kotler 2000 : 13)** langkah-langkah dalam proses penjualan meliputi:

1. Memilih Prospek dan Menilai

Langkah pertama dalam proses penjualan adalah memilih prospek (prospecting), yaitu mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Tenaga penjual perlu mengetahui cara menilai prospek (qualify) artinya cara mengenali calon yang baik dan menyisihkan calon yang jelek. Prospek dapat dinilai dengan meneliti kemampuan keuangan, volume bisnis, kebutuhan spesial, lokasi dan kemungkinan untuk tumbuh.

2. Prapendekatan.

Sebelum mengunjungi seorang calon pembeli, tenaga penjual sebaiknya mempelajari sebanyak mungkin mengenai organisasi (apa yang dibutuhkan, siapa yang terlibat dalam pembelian) dan pembelinya (karakteristik dangaya membeli). Langkah-langkah ini dikenal dengan istilah prapendekatan. Wiraniaga sebaiknya menetapkan tujuan kunjungan yang mungkin untuk menilai calon, mengumpulkan informasi, atau membuat penjualan langsung.

3. Pendekatan

Dalam langkah ini, wiraniaga sebaiknya mengetahui caranya bertemu dan menyapa pembeli serta menjalin hubungan

menjadi awal yang baik. Langkah ini mencakup penampilan wiraniaga, kata-kata pembukaan, dan tindak lanjutan.

2. Presentasi dan Demonstrasi

Dalam langkah presentasi dari proses penjualan, tenaga penjual menceritakan “riwayat” produk kepada pembeli, menunjukkan bagaimana produk akan menghasilkan dan menghemat uang. Presentasi penjualan dapat diperbaiki dengan alat bantu demonstrasi, seperti buku kecil, pita video, dan sampel produk.

3. Mengatasi Keberatan

Pelanggan hampir selalu mempunyai keberatan selama presentasi atau ketika diminta untuk memesan. Dalam mengatasi keberatan wiraniaga harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan tersembunyi, meminta pembeli untuk menjelaskan keberatan, menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak dan mengubah keberatan menjadi alasan untuk membeli.

4. Menutup

Menutup merupakan langkah dalam proses penjualan ketika wiraniaga meminta pelanggan untuk memesan. Tenaga penjual harus mengetahui cara mengenali tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan.

5. Tindak Lanjut

Merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan ketika wiraniaga melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan bisnis berulang.

1.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam praktek penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti yang dikemukakan oleh (**Mahmud Machfoedz 2005:141**) sebagai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi Pasar
3. Kondisi Organisasi Perusahaan
4. Faktor lain

A. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Di sini, penjual harus meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjualan yang akan dipakai. Dengan tenaga penjualan yang baik dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang tenaga penjual antara lain : sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan dan sebagainya.

B. Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar .
- c. Daya belinya.
- d. Frekwensi pembeliannya.
- e. Keinginan dan kebutuhannya.

1. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon

pembelinya atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

2. Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan. Lain halnya perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

3. Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

- a. Periklanan pada dasarnya merupakan salah satu tahap dari pemasaran, yang tiap-tiap tahap itu bagaikan mata rantai yang saling berhubungan dan jaringannya akan terputus jika salah satu mata rantai itu lemah. Periklanan menjadi tahap yang penting yang sama pentingnya dengan tahap-tahap lain dalam proses pemasaran.
- b. Peragaan adalah cara penyajian materi pelajaran melalui peragaan. Kegiatan peragaan dapat berupa meragakan cara kerja, perilaku tertentu dan sebagainya.
- c. Kampanye adalah sebuah tindakan bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa juga dilakukan guna memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.
- d. Hadiah dalam bab hibah, karena pada dasarnya hadiah adalah salah satu bentuk dari hibah.

Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi

perusahaan yang kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembeliannya dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

1.1.6 Pelayanan

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang melebihi harapan konsumen akan menciptakan kesetiaan konsumen untuk kembali membeli dan bahkan mau menceritakan kembali kepuasan pelayanan yang pernah dirasakan kepada orang lainnya sehingga secara tidak langsung akan menciptakan pelanggan baru bagi perusahaan.

Pelayanan yang mampu memuaskan konsumen adalah pelayanan yang dapat dilakukan dengan cepat, aman, ramah tamah, dan nyaman oleh perusahaan dengan seluruh jajaran yang terkait di dalamnya dan secara continue maupun melakukan perbaikan terus menerus(Angipora,2002:195).

Lima dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles*/Bukti fisik

Kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan aksistensinya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan sebagai bukti nyata dari pelayanan seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta sumber daya manusia yang dipakai.

2. *Reability*/Keandalan

Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, dan pelayananyang sama kepada pelanggan.

3. *Responsiveness*/Ketanggapan

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

4. *Assurance*/Jaminan dan Kepastian

Kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan yaitu: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan lain-lain.

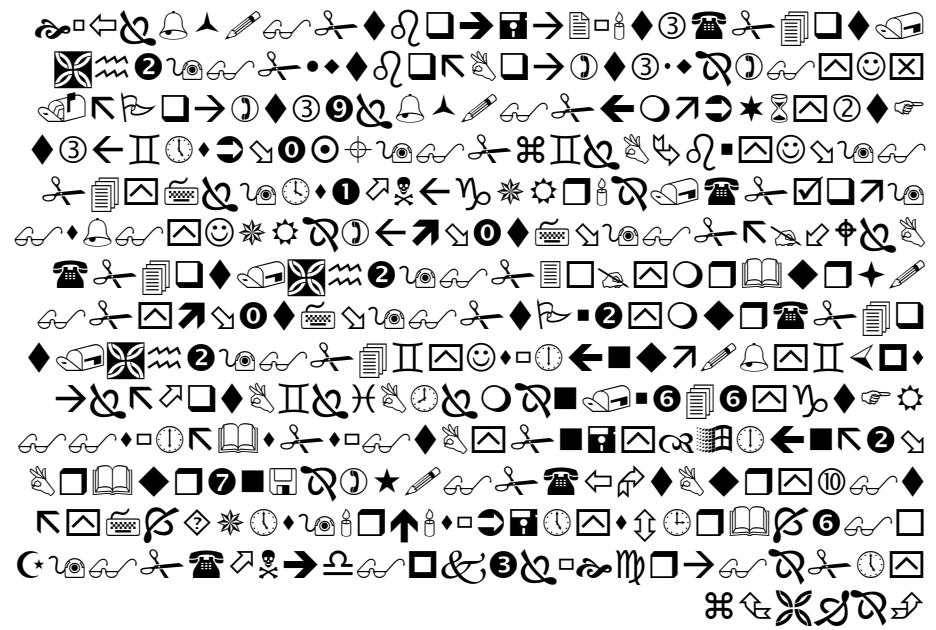
5. *Empety*

Berupaya memahami keinginan pelanggan dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan (Lupiadi, 2001:148).

1.1.7 **Penjualan Dalam Pandangan Islam**

Pasar sebagai tempat aktivitas jual beli harus dijaikan sebagai tempat pelatihan yang tpat bagi manusi sebagai khalifah dimuka bumi. Maka sebenarnya jual beli dalam islam merupakan wadah untuk memproduksi khalifah-khalifah yang tangguh dimuka bumi. Menurut **Muhammad Imaduddin Islam** melihat konsep jual beli itu sebagai suatu alat untuk menjadikan manusia itu emakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai kativitas, termasuk aktivtas ekonomi.

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275, Allah menegaskan bahwa :



Artinya : *Orang-orang yang makan (mengambil) ribatidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang*

kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Hal yang menarik dari ayat tersebut adalah adanya pelarangan riba yang didahului oleh penghalalan jual beli. Jual beli adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia. Kita mengetahui bahwa pasar tercipta oleh adanya transaksi jual beli. Pasar dapat timbul manakal terdapat penjual yang menawarkan barang maupun jasa untuk dijual kepada pembeli. Dari konsep sederhana tersebut lahirlah sebuah aktivitas ekonomi yang kemudian berkembang menjadi suatu sistem perekonomian. Ketika kaum muslim hidup dalam naungan sistem khalifah, berbagai muamalah mereka selalu berada dalam timbangan syariah (halal-haram). Khalifah Umar bin Al-Khathab misalnya, tidak mengizinkan pedagang maupun masuk ke pasar kaum muslim kecuali jika dia telah mengalami hukum-hukum muamalah, tujuannya tiada lain agar pedagang itu tidak terjerumus ke dalam dosa riba.

1.2 Tinjauan Praktek

1.2.1 Sistem Penjualan Mobil Pada Showroom Arafah Motor

A. Departemen Sales

Departemen sales merupakan ujung tombak perusahaan dalam mengoptimalkan laba. Hal ini dikarenakan bisnis utama dari perusahaan ini adalah penjualan mobil.

Adapun proses penjualan :

1. Negosiasi dengan nasabah untuk kemudian mengisi form kondisi penjualan.
2. Melengkapi persyaratan kredit yang diajukan.
3. Melalui kunjungan langsung atau visit.

Bagian penjualan kendaraan ini juga melakukan penjualannya melalui cara yaitu secara tunai dan secara kredit. Bagian penjualan secara tunai dan secara kredit ini dilakukan oleh departemen Administrasi Sales.

B. Departemen Administrasi Sales

Administrasi Penjualan Terdiri dari :

a. Bagian Penjualan Tunai(*Cash*)

Penjualan hanya membayar uang muka, beserta biaya asuransi, dan biaya administrasi. Bagian Penjualan Tunai (*Cash*) ini bertugas :

1. Mengecek kelegkapan persyaratan.
2. Mengecek kelengkapan uang muka, asuransi dan biaya administrasi.
3. Mengeluarkan biaya cash back bagi kendaraan colt diesel yang telah disubsidi oleh Showroom Arafah Motor.

4. Menyerahkan BPKB ke leasing tersebut
5. Mengecek pembayaran pelunasan yang dilakukan oleh leasing penjualan dengan sistem no avalist ini memiliki resiko yang kecil, tetapi perusahaan hanya mendapat keuntungan dari penjualan kendaraan.

b. Bagian Penjualan Kredit

Bagian penjualan kredit ini bertugas :

1. Mengecek dan melengkapi persyaratan .
2. Mengecek kelengkapan uang muka, administrasi dan asuransi.
3. Mengeluarkan biaya cash back bagi kendaraan colt diesel.
4. Menaikan fail ke departemen C & C.

c. Bagian Surat-surat Kendaraan

Bagia-bagian surat kendaraan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Membuat faktur sementara sebelum faktur asal dari PT. KTB selesai.
2. Mengurus pembuatan surat-surat kendaraan seperti: BPKB, STNK, dan KIR kendaraan, serta Nomor Polisi.
3. Membuat fail atau copy dari Surat-surat tersebut.
4. Melayani konsumen yang ingin mengambil STNK, KIR dan Nomor Polisi.

5. Melayani konsumen yang ingin memperpanjang STNK dan KIR kendarannya.

d. Proses Pembelian mobil

Proses pembelian mobil pada Showroom Arafah Motor :

1. Pembelian Secara Tunai(*Cash*)

Apabila pembelian dilakukan secara Tunai (*Cash*), maka dapat melakukan pemesanan terlebih dahulu pada Showroom Arafah Motor dengan melakukan pembayaran *booking fee* (uang muka) untuk kendaraan yang diinginkan, dan kemudian akan ditukarkan dengan Surat Konfirmasi Pemesanan Kendaraan. Pembayaran uang muka ini dapat dilakukan secara Cash pada Showroom Arafah Motor dan dapat juga dilakukan pembayaran secara lunas apabila kendaraan yang dipesan sudah ada.

2. Pembelian secara Kredit

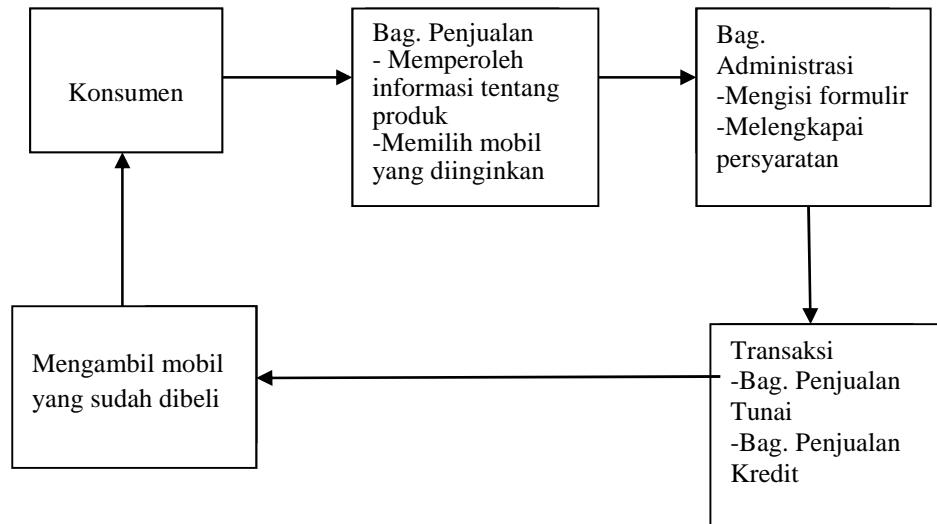
Apabila pembelian dilakukan secara Kredit, maka dapat melakukan pemesanan terlebih dahulu pada Showroom Arafah Motor dengan melakukan pembayaran *booking fee* (uang muka) untuk kendaraan yang diinginkan, dan kemudian akan ditukarkan dengan Surat Konfirmasi Pemesanan Kendaraan. Kemudian data-data yang telah dipersiapkan dan diproses atau survey, maka pelunasan Total DP dapat dilakukan dengan cara melakukan pembayaran secara Kredit.

3.2.2 Proses Penjualan Mobil pada Showroom Arafah Motor

Untuk lebih jelasnya proses penjualan pada Showroom Arafah

Motor dapat dilihat pada Gambar 3.1 dibawah ini :

Gambar 3.1
Bagan 1 Proses Penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor
Air Tiris Kampar



Dari bagan 1 menjelaskan bahwa proses pembelian mobil dimulai dari konsumen datang ke Showroom Arafah Motor, dilayani oleh bagian penjualan yaitu memberikan informasi kepada konsumen tentang mobil yang ada pada Showroom Arafah Motor, apabila konsumen tertarik dengan mobil pada Showroom Arafah Motor konsumen memilih mobil yang diinginkan maka selanjutnya konsumen mengisi formulir pada bagian Administrasi dan melengkapi persyaratannya, setelah semuanya selesai baru dilakukan transaksi dan mengambil mobil yang sudah dibeli.

3.2.3 Pelayanan Pada Showroom Arafah Motor

A. Cara Pembayaran

Cara pembayaran mobil pada Showroom Arafah Motor yaitu pada bagian Departemen Administrasi *Sales*, yang harus dipenuhi konsumen saat pembayaran mobil sebagai berikut :

1. Melengkapi persyaratan
2. Menyerahkan uang cash dan membayar uang muka bagi pembayaran kredit.

B. Bonus

Bonus yang ada pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar menyediakan untuk transaksi jual beli seperti LCD mobil, aksesoris mobil dan lain-lain.

C. Diskon (*Discount*)

Diskon (*Discount*) pada Showroom Arafah Motor yaitu memberikan potongan harga untuk setiap pembayaran yang lebih cepat, dan juga memberikan diskon musiman seperti pada bulan Ramadhan.

BAB 1V

PENUTUP

Berdasarkan berbagai uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab terdahulu, maka pada bab terakhir ini penulis akan mengemukakan kesimpulan tentang berbagai masalah yang sedang dihadapi oleh Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar. Penulis juga akan memberi saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan.

1.1 Kesimpulan

1. Sistem Penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor dilakukan oleh dua departemen yaitu Departemen *Sales* dan Departemen *Administrasi Sales*.
2. Calon pembeli yang tertarik untuk membeli mobil dapat melakukan pembayaran dengan cara Tunai maupun Kredit.

1.2 Saran

Dari kesimpulan yang ada, penulis mencoba memberikan saran yang membangun dan sebagai langkah yang dapat diambil perusahaan untuk meningkatkan tingkat penjualan sehingga tercapai target yang diinginkan, sebagai berikut :

1. Pimpinan memberikan motivasi kepada karyawan Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar supaya karyawan semangat dalam menjual mobil pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar.
2. Karyawan Showroom Arafah Motor harus memberikan sistem penjualan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ada pada Showroom Arafah Motor Air Tiris Kampar

seperti memenuhi Lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles*/Bukti fisik, *Reability*/Keandalan, *Responsiveness*/Ketanggapan, *Assurance*/ Jaminan dan *Empety*.

3. Proses Penjualan mobil pada Showroom Arafah Motor yaitu dengan merapka langkah-langkah penjualan yakni Memilih Prospek, Prapendekatan, Pendekatan, Presentasi dan Demonstrasi, Mengatasi Keberatan, Menutup, Tindak Lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afred David R. 2002. *Konsep Manajemen Strategis*, Edisi ketujuh, Prenhalindo, Jakarta.
- Agipora, P Marius. 2002. *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Indrajit. 2002. *Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua, PT. Indeks kelompok Gramedia, Jakarta, 2003.
- Lupiadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama Salemba Empat, Jakarta.
- Mahmud Machfoedz. 2005. *Pengantar Ekonomi Modern*, Edisi ke 2, Erlangga, Jakarta.
- Maryo Teguh. 2002. *Strategi Pemasaran*, Hotel Gramedia, Jakarta.
- Purnama Lingga, *Strategic Marketing Plan*, PT. Indeks kelompok Gramedia, Jakarta, 2001.
- Staton J Wiliam. 2002. *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh jilid ke 1, Erlangga, Jakarta.
- <http://id.shvoong.com/businessmanagement/marketing/pengertiansistempenjualan>.
(Online). Diakses Tanggal 17 Januari 2013
- <http://id.wikipedia.org/wiki/pelayanan publik>. (Online). Diakses Tanggal 16 Januari 2013.
- <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle>. (Online). Diakses Tanggal 16 Januari 2013
- <http://www.sarjanaku.com/pengertian-sistem-menurut-para-ahli>. (Online) Diakses Tanggal 17 Januari 2013