

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan telaah terhadap penelitian tentang audit manajemen atas fungsi pemasaran di PT. Gunung Mulia Distribusindo, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penilaian Lingkungan Pemasaran yang Dilakukan PT. Gunung Mulia Distribusindo

PT. Gunung Mulia Distribusindo memantau perkembangan lingkungan pemasaran untuk mengetahui peluang dan ancaman perusahaan. Perusahaan memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan peningkatan populasi dan gaya hidup masyarakat untuk memasarkan produk di Bangka dan memberikan pelayanan terbaik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan atas produk yang dipasarkan. Perkembangan teknologi juga dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan promosi dan periklanan yaitu menggunakan media elektronik (televisi dan radio) serta jejaring sosial (website dan facebook) untuk memudahkan konsumen mendapatkan informasi perusahaan.

2. Strategi Pemasaran Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo

Perusahaan telah menetapkan strategi yang jelas melalui *bussiness plan* atau *marketing plan*. Strategi yang dilakukan perusahaan, yaitu perusahaan selalu berusaha melihat peluang yang ada dan

mengembangkannya untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Survei dan penawaran produk perusahaan oleh tim penjualan (sales) sebagai ujung tombak perusahaan dan strategi pemberian potongan harga bertujuan untuk mempertahankan loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan, sehingga menarik minat pelanggan akan produk perusahaan serta meningkatkan pendapatan perusahaan.

3. Sistem Pemasaran Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo

Sistem informasi pemasaran PT. Gunung Mulia Distribusindo sudah cukup mampu untuk memperoleh informasi yang cukup akurat dalam rangka pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan mengenai strategi pemasaran yang akan digunakan. Sistem perencanaan pemasaran belum berjalan efektif karena prosedur perencanaan pasar yang disampaikan kepada manajemen tidak terdokumentasikan secara jelas.

4. Kinerja Organisasi Pemasaran PT. Gunung Mulia Distribusindo

Kinerja organisasi pemasaran PT. Gunung Mulia Distribusindo masih kurang efektif karena kurangnya tenaga penjualan (sales) dan adanya tumpang tindih pekerjaan yang terjadi pada bagian pemasaran, khususnya tim penjualan (sales).

5. Kebijakan Fungsi Pemasaran Lainnya Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo

Kebijakan produk dengan menetapkan dengan jelas produk yang akan dipasarkan dan lini produk yang digunakan dalam membantu pencapaian target perusahaan telah berjalan efektif. Kebijakan penetapan harga dengan

memperhatikan biaya yang dikeluarkan, aturan pemerintah, dan kondisi yang terjadi di pasar serta pemberian potongan harga sudah berjalan efektif. Kebijakan saluran distribusi dengan memilih toko-toko bangunan atau retail dalam memasarkan produk perusahaan dinilai sudah tepat dan berjalan efektif. Kebijakan promosi dan periklanan dengan menugaskan sales dalam melakukan promosi secara langsung, menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio serta jejaring sosial seperti website dan facebook dalam mempromosikan produk perusahaan saat ini sudah berjalan cukup efektif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan di PT. Gunung Mulia Distribusindo tidak terlepas dari kendala atau keterbatasan-keterbatasan dalam melakukan penelitian. Keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Penulis tidak mendapatkan data yang lengkap dari perusahaan sehingga data atau informasi yang didapat untuk penelitian ini bisa saja kurang mencukupi dalam menggambarkan kondisi fungsi pemasaran perusahaan.
2. Penentuan kriteria dalam elemen audit hanya terbatas dari hasil wawancara dan berdasar teori yang ada, karena perusahaan tidak memiliki peraturan perusahaan secara terdokumentasi.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran-saran yang dapat berguna bagi perbaikan pengelolaan dan penyelenggaraan aktivitas pemasaran pada PT. Gunung Mulia Distribusindo, diantaranya:

1. Perusahaan harus terus memperhatikan kondisi lingkungan pemasarannya, baik kondisi pasar maupun persaingan, yang dapat mempengaruhi peluang pasar dan pertumbuhan perusahaan.
2. Perusahaan perlu mendokumentasikan prosedur perencanaan pasar agar gambaran mengenai perencanaan pasar menjadi lebih jelas dan terhindari dari penyimpangan yang dapat terjadi sehingga membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.
3. Perusahaan perlu melakukan penambahan jumlah tenaga penjualannya (sales) dan menegaskan pembagian tugas dan wewenang tiap tenaga penjualannya agar tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan, sehingga aktivitas pemasaran berjalan dengan efektif dan efisien.
4. Perusahaan harus meningkatkan kinerja pemasaran dengan melakukan promosi dan pengembangan, karena promosi merupakan aktivitas pemasaran yang sangat penting dalam meningkatkan hasil pemasaran terhadap produk-produk perusahaan. Perlunya peningkatan promosi juga dikarenakan persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya *competitor* dengan produk barunya.