

BAB 4

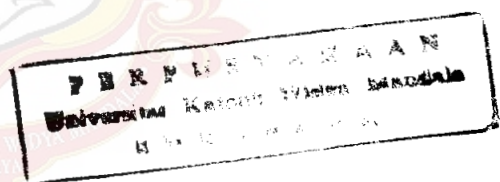
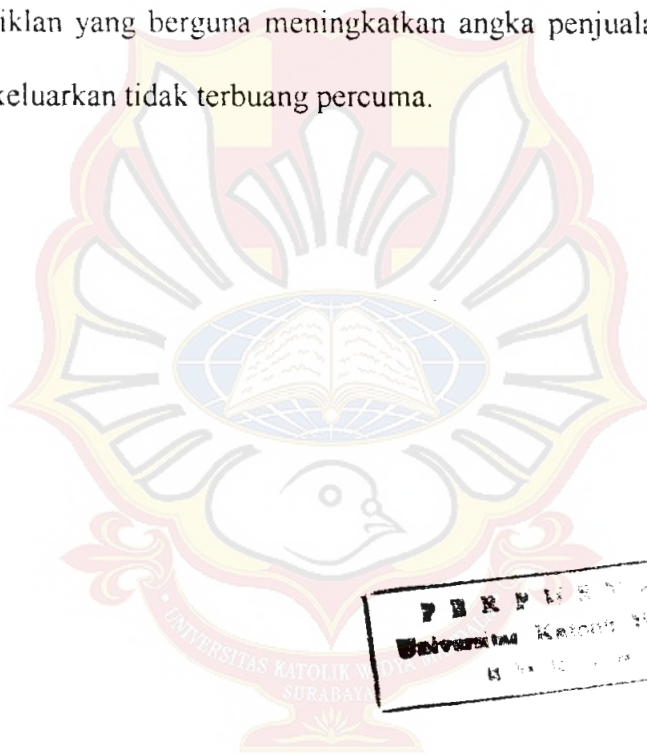
SIMPULAN

Efektivitas dan efisiensi kerja perusahaan diperlukan karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk mengembangkan segala upaya agar menjadi unggul dalam persaingan, akan tetapi di sisi lain perusahaan memiliki keterbatasan sumber daya sehingga agar dapat tetap bertahan dalam persaingan perusahaan harus berupaya untuk mencapai keunggulan melalui efektivitas dan efisiensi karena efektivitas dan efisiensi membuat adanya kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang minim tersebut untuk hasil yang maksimal.

Fungsi pemasaran sebagai bagian dari fungsi yang ada di perusahaan harus juga menunjang terciptanya efektivitas dan efisiensi perusahaan melalui penciptaan efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran. Untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran telah dicapai, diperlukan alat bantu sebagai indikator. Audit manajemen fungsi pemasaran dalam hal ini dapat dipilih sebagai alat bantu tersebut.

Audit manajemen fungsi pemasaran dengan tinjauan penelitian berbagai sasaran yang ada dalam fungsi pemasaran diharapkan berguna untuk memberikan informasi tentang letak ketidakefektifan serta ketidakefisienan fungsi pemasaran sehingga dapat dilakukan perbaikan. Audit manajemen fungsi pemasaran yang dilakukan secara berkala dan teratur akan membuat pemasaran semakin mendekati efektivitas dan efisiensi yang sempurna.

Peran audit manajemen fungsi pemasaran untuk menciptakan efektivitas pemasaran dapat dicapai melalui penggunaan temuan audit manajemen fungsi pemasaran untuk memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan yang dihadapi sehingga tujuan pemasaran sebagai pemimpin pasar dapat tercapai. Peran audit manajemen fungsi pemasaran untuk menciptakan efisiensi pemasaran dapat dicapai melalui penggunaan temuan audit manajemen fungsi pemasaran untuk menciptakan iklan yang berguna meningkatkan angka penjualan sehingga biaya iklan yang dikeluarkan tidak terbuang percuma.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Institute, Alexander Hamilton, 1985, *Management Audit: Mazlmizing Your Company's Efficiency and Effectiveness*, Modern Business Report, New York.
- Kotler, Philip, 1998, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi Kedelapan, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Meidawati, Neni, 1997, **Management Audit: Strategi dan Perencanaan Organisasi yang Efektif**, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 1, No. 1, Mei: 97-107.
- Siagian, Sondang, P., 2001, **Audit Manajemen**, Bumi Aksara, Jakarta.
- Stanton, William, J., 1994, **Prinsip Pemasaran**, Edisi Ketujuh, Terjemahan, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta.
- Supriyono, 1995, **Pemeriksaan Manajemen dan Pengawasan Pemerintah**, Edisi Kesatu, BPFE, Yogyakarta.
- Tunggal, Amin, W., 2000, **Management Audit: Suatu Pengantar**, Rineka Cipta, Jakarta.