

ABSTRAK

PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP KEGIATAN PEMASARAN

Studi Kasus pada PT PANDATEX Magelang

Christina Rety Irawati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pemeriksaan manajemen untuk pencapaian efisiensi kegiatan departemen pemasaran. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus pada PT Pandatex Magelang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Sedang analisis data dilakukan dengan cara: 1) Persiapan pendahuluan. 2) Penelitian lapangan. 3) Program pemeriksaan. 4) Pelaksanaan pemeriksaan. 5) Pelaporan dan tindak lanjut. 6) Analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui efisiensi dengan ketentuan jawaban "Ya" mengindikasikan bahwa kegiatan tersebut sudah tercapai dan jawaban "Tidak" mengindikasikan bahwa kegiatan yang dimaksud tidak atau belum tercapai.

Dalam analisis data dan pembahasan diketahui bahwa dari hasil pemeriksaan manajemen yang dilaksanakan dapat diketahui efisiensi kegiatan departemen pemasaran belum tercapai. Hal tersebut dapat dilihat dari prosedur atau tahap pemeriksaan manajemen yang dilaksanakan untuk proses kegiatan pemasaran, koordinasi struktur organisasi di bagian pemasaran, ramalan penjualan serta ada beberapa kegiatan di bagian pemasaran yang belum ada yaitu kegiatan promosi dan periklanan. Dari hasil penghitungan bahwa tingkat efisiensi yang terjadi mengalami penurunan selama tahun 1999 sampai 2001, sedang efisiensi sebagai produktivitas mengalami peningkatan.

ABSTRACT

MANAGEMENT AUDITING TOWARD MARKETING ACTIVITY A Case Study at PT PANDATEX Magelang

Christina Rety Irawati
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

This research aimed to know the management marketing implementation for achieving the efficiency of the marketing department activity. The kind of research is a case study at PT Pandatex Magelang. The technique of collecting data in this research was done by interview, observation, documentation and questionnaire. The data analysis was done by the following methods: 1) Preparation for introduction. 2) Field research. 3) Auditing program. 4) Auditing implementation. 5) Report and follow up. 6) Qualitative analysis and Quantitative analysis. Qualitative analysis was used to know the efficiency by the answer determination "Yes" to identify that the activity had been accomplished and the answer "No" to identify that the activity which was meant did not or had not been accomplished.

Based on the data analysis, the research showed the efficiency of the marketing department activity had not been achieved. It could be proved from the procedure or management auditing phase which was done for marketing activity process, coordination of organization structure in marketing division, sale prediction and also there were some activities which had not been existed in marketing division. These activities were promotion and advertising. The calculation showed that the efficiency rate decreased during 1999 up to 2001, while the efficiency as productivity increased.