

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, mengenai pelaksanaan audit manajemen pemasaran dengan efektivitas penjualan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan audit manajemen pemasaran di PT Kereta Api Indonesia (Persero) sudah terlaksana dengan sangat baik atau sangat memadai, kecuali dalam hal hubungan kekerabatan antara auditor dengan staf bagian yang diauditnya dan dalam hal wawasan auditor mengenai unit-unit yang diauditnya.
2. Rata-rata efektivitas penjualan tiket penumpang pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) secara keseluruhan termasuk dalam kategori belum efektif. Penjualan yang efektif hanya terdapat pada Daop 2 Bandung dan Daop 5 Purwokerto. Namun pada perusahaan belum terdapat peraturan tertulis mengenai standar efektivitas penjualan.
3. Pelaksanaan audit manajemen pemasaran pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki hubungan dengan efektivitas penjualan, dengan tingkat keeratan sedang. Dengan kata lain, pelaksanaan audit manajemen pemasaran pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) tidak memiliki hubungan yang kuat dengan efektivitas penjualan.

Berdasarkan nilai korelasi yang diperoleh, dapat diketahui pula bahwa pelaksanaan audit manajemen pemasaran memiliki hubungan positif dengan efektivitas penjualan, yang artinya di PT Kereta Api Indonesia (Persero) berlaku jika pelaksanaan audit manajemen pemasaran baik maka efektivitas penjualan tiket angkutan penumpang akan baik pula.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pelaksanaan audit manajemen dan efektivitas penjualan, yaitu:

1. Sebaiknya auditor SPI tidak memiliki hubungan kekerabatan dengan pimpinan atau staf dari unit-unit yang diauditnya, agar keputusan-keputusan yang diambil oleh SPI dapat lebih objektif.
2. Sebaiknya auditor yang tergabung dalam SPI memiliki wawasan yang memadai mengenai unit-unit yang diauditnya.
3. Sebaiknya standar efektivitas penjualan atau standar pencapaian realisasi penjualan dituangkan dalam surat keputusan agar menjadi suatu aturan tertulis yang berlaku formal.