

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peranan audit internal dalam menunjang efektivitas bagian pemasaran yang dilakukan penulis pada PT.Modern Internasional,Tbk di Bandung, penulis mengambil simpulan sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan audit internal di PT. Modern Internasional,Tbk telah berjalan dengan memadai. Hal ini terbukti dari aktivitas audit internal yang dilaksanakan dengan jelas, yaitu:
 - a. Tujuan audit internal di PT.Modern Internasional,Tbk sudah cukup memadai karena pada dasarnya audit internal dilakukan atas prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan agar terjadi keserasian dan kesesuaian antara prosedur dengan pelaksanaannya dan diharapkan keandalan informasi dapat dicapai.
 - b. Wewenang dan tanggung jawab auditor dalam melaksanakan audit, telah dilaksanakan dengan baik dan memadai karena internal auditor telah bekerja secara konsisten dan menyeluruh dengan melakukan tindakan-tindakan seperti: petunjuk, larangan, peringatan, serta tindakan lain yang diperlukan untuk mencapai tujuan pemeriksaan dan bertanggung jawab melaporkan hasil audit langsung kepada pimpinan.

- c. Program kerja audit internal sudah memadai karena didalam program audit internal itu telah berisi penyelesaian, tujuan, prosedur, dan langkah-langkah pelaksanaan audit yang memberikan penjelasan pada auditor dalam melakukan audit.
- d. Pedoman kerja audit berisikan tindakan dan penyelesaian yang diperlukan oleh auditor untuk menyelesaikan setiap permasalahan berdasarkan dari hasil temuan auditor.
- e. PT.Modern Internasional,Tbk telah melaksanakan audit dengan memadai. Hal ini dapat dilihat dari pelaksanaan audit internal pada PT.Modern Internasional,Tbk yang dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:
 - i. Tahap persiapan audit internal yang dilakukan adalah dengan menyiapkan prosedur laporan hasil pemeriksaan yang telah disepakati oleh perusahaan. Dengan maksud untuk membantu pelaksanaan audit dan memperkecil kemungkinan timbulnya hambatan-hambatan dalam melakukan audit.
 - ii. Tahap pelaksanaan audit sesuai dengan prosedur yang telah disiapkan yaitu dengan menghitung uang kas dan persediaan secara fisik kemudian membandingkan dengan laporan kas dan laporan persediaan. Pelaksanaan audit ini dilakukan dengan cara mendadak sehingga kemungkinan kecil untuk melakukan kecurangan baik dalam laporan maupun dalam bentuk fisik karena toko tidak tahu kapan akan dilakukan audit.

- iii. Isi laporan audit mencakup tanggapan dari toko/counter atas temuan audit yang dilakukan oleh auditor. Tanggapan ini berguna untuk mengetahui mengapa bisa terjadi selisih baik dalam uang kas maupun dalam persediaan.
 - iv. Tahap penyusunan laporan hasil audit memberikan hasil laporan audit yang lengkap karena auditor memberi tahu kepada toko temuan-temuan auditor yang disertai dengan rekomendasi sehingga toko dapat mengetahui kesalahan yang telah dibuatnya.
 - v. Tahap *monitoring* tindak lanjut dilakukan untuk memastikan bahwa toko sudah melakukan rekomendasi yang telah diberikan oleh auditor.
2. Audit internal pada PT.Modern Internasional,Tbk memiliki peranan yang penting dalam menunjang efektivitas kinerja bagian pemasaran. Kesimpulan ini didukung oleh hasil analisis varians atas efektivitas pemasaran. Hasil analisis varians menunjukkan bahwa pemasaran secara keseluruhan sudah efektif, hal ini dapat dilihat dari penjualan yang melebihi target yang telah ditentukan. Peningkatan penjualan sangat bergantung pada pemasaran sehingga untuk mengetahui telah dilakukannya pemasaran yang baik dapat terlihat dari penjualan yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, selain hal-hal yang telah dikemukakan di atas, PT.Modern Internasional,Tbk mempunyai beberapa kelemahan, yaitu:

- a. Kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan.

- b. Auditor kurang memahami standar *display* produk perusahaan sehingga ketika melakukan audit persediaan barang, auditor hanya mengecek secara fisik saja.
- c. Seringnya terjadi kesalahan dalam input penjualan yang menyebabkan terjadinya selisih ketika di audit.
- d. Kurangnya sub distributor di wilayah Jawa Barat.

5.2 Saran

Pada bagian ini penulis menyampaikan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak dalam perusahaan untuk perbaikan audit internal dan efektivitas kinerja bagian pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Masukan tersebut berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Bagian pemasaran perlu membuat promosi yang lebih banyak lagi sehingga dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan. Promosi yang diberikan dapat berupa hadiah langsung ataupun melalui undian berhadiah.
2. Sebaiknya auditor diberikan pelatihan untuk mengetahui standar *display* sehingga ketika melakukan audit persediaan bisa melihat produk yang rusak bukan hanya dari keadaan fisiknya saja.
3. Pihak toko sebaiknya hati-hati ketika akan menginput penjualan sehingga mencegah terjadinya kesalahan yang bisa merugikan perusahaan.
4. Sebaiknya perusahaan membuat beberapa cabang untuk setiap cabang perusahaan agar distribusi dapat menjadi lebih efektif dan efisien.