

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Unit Pakan Ternak Di Sidoarjo dengan judul “Pemeriksaan Manajemen atas Kegiatan Pemasaran”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang diberikan apabila melakukan pemeriksaan manajemen, sehingga dapat menilai apakah proses manajemen pemasaran perusahaan telah dapat mencapai tujuan atau sasaran perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui efektifitas dan efisiensi pada Dept. Sales & Marketing pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Unit Pakan Ternak Di Sidoarjo.

Alat analisis yang digunakan untuk menilai apakah proses manajemen pemasaran perusahaan telah dapat mencapai tujuan atau sasaran perusahaan adalah menggunakan pengukuran untuk pemeriksaan manajemen mencakup standar penjualan, pengendalian efektifitas penjualan dan analisis pengendalian efisiensi penjualan. Tolak ukur untuk menentukan efektifitas dan efisiensi perusahaan dengan cara mengevaluasi perencanaan, organisasi, pengendalian yang terdiri dari evaluasi atas efektifitas dan efisiensi penjualan, serta evaluasi harga, produk, promosi, dan distribusi.

Hasil penelitian penulis temuan bahwa tujuan perusahaan telah terdokumentasi dengan baik dan sesuai dengan visi perusahaan. Sedangkan tujuan pemasaran kurang terdokumentasi dengan baik, sehingga ada beberapa bagian yang dikomunikasikan secara lisan. Dan juga tujuan tersebut tidak terinci dalam jangka panjang dan pendek. Strategi perusahaan secara umum mendukung pencapaian tujuan pemasaran, tetapi dalam pelaksanaannya masih ada yang belum maksimal. Analisis terhadap bauran pemasarannya diketahui cukup efektif, akan tetapi untuk pengembangan produk baru dan sarana promosi masih kurang maksimal. Dari hasil analisis produktivitas penjualan dapat diketahui bahwa perusahaan dalam membuat anggaran penjualan berpedoman pada realisasi penjualan periode sebelumnya dan perkiraan penjualan yang akan datang. Dari analisis pengendalian efektifitas penjualan dari tahun 2003 sampai 2005 diketahui pada tahun 2004 kurang efektif, hal ini disebabkan karena pasaran sepi dan kurangnya jenis kegiatan promosi dan kebijakan efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan. Dari analisis pengendalian efisiensi penjualan diketahui bahwa dari tahun 2003 sampai 2005 yang paling efisien adalah pada semester II 2004. Kesimpulan yang dapat diambil dari berbagai analisis diatas, maka kesimpulan tersebut dapat digunakan untuk menilai tingkat efektifitas dan efisiensi dalam pencapaian tujuan atau sasaran PT. JCI Unit Sidoarjo.

Implikasi yang dapat diberikan sehubungan dengan kondisi perusahaan agar lebih dapat meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan adalah dengan melakukan sedikit pembenahan dalam mekanisme kerja dalam rangka kegiatan pemasaran.

Kata Kunci : PEMERIKSAAN MANAJEMEN, PEMASARAN