

## BAB VI

### SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### 6.1 Simpulan

Penelitian ini berjudul Analisis sistem pengendalian internal dan strategi marketing mix pada perusahaan bisnis retail Baskin Robbins bertujuan untuk mengetahui pengendalian internal di perusahaan *retail* bisnis Baskin Robbins telah diterapkan sesuai SOP atau belum serta mengetahui bagaimana penerapan *Marketing Mix* yang berdampak kepada penjualan dan laba operasional Baskin Robbins Area Jakarta. Pembahasan ini telah dilakukan menggunakan pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif dan paradigma interpretif. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini mendeskripsikan bahwa pengendalian internal yang dilakukan oleh Baskin Robbins belum maksimal. Masih terdapat beberapa ruang untuk karyawan store melakukan kecurangan. Selain itu, SOP yang ditetapkan sudah sepenuhnya mencakup keseluruhan kegiatan operasional outlet maupun secara general. Adanya prosedur standard yang wajib dilakukan menjadikan karyawan wajib melakukan proses checking pada semua peralatan penunjang. Tetapi karyawan masih terlihat belum sepenuhnya menjalankan prosedur yang sudah ditetapkan.
- b. Peran departemen pengawasan sudah cukup baik. Tetapi masih ada kekurangan berupa waktu kunjungan beberapa departemen pengawasan dalam melakukan kunjungan guna pengecekan terhadap semua penunjang kegiatan operasional termasuk melakukan audit fisik. Pengawasan outlet lebih menggunakan teknologi CCTV. Kunjungan yang dilakukan lebih dari waktu kunjungan yang ditetapkan hanya jika terjadi kecurangan.
- c. Belum terlihatnya penilaian resiko secara menyeluruh. Di beberapa sector sudah terlihat adanya pencegahan resiko yang kemungkinan akan terjadi. Resiko terjadinya salah input menjadi salah satu resiko yang

belum dapat terdeteksi dari awal sehingga perusahaan belum melakukan langkah kongkrit guna menghindari resiko tersebut

- d. Dalam pemisahan tugas, semua departemen sudah melakukan tugas sebagaimana mestinya. Tidak adanya tumpang tindih antar departemen dalam melakukan tugasnya sehingga masing – masing departemen melakukan tugas nya sesuai dengan yang sudah di tetapkan.
- e. Strategi yang dilakukan Baskin Robbins sudah sepenuhnya baik, tetapi masih belum adanya terobosan langkah promosi yang dilakukan dengan Baskin Robbins, hanya sebatas kerjasama dalam melakukan promosi dengan pihak internal maupun vendor. Untuk penetapan harga, distribusi tempat, dan produk Baskin mempunyai strategi yang cukup baik, tidak adanya kekurangan yang di dapat dari yang peneliti lihat sewaktu melakukan observasi. Masing – masing dalam strategi tempat dan harga mempunyai klasifikasi sendiri.

## 6.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa hasil yang didapatkan dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan di dalamnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Tidak adanya bukti bahwa setiap departemen melakukan tugasnya dengan baik tanpa tumpang tindih dalam melakukan tugasnya
- b. Laporan tentang harga dasar yang di keluarkan secara umum sedikit menyulitkan peneliti untuk mengetahui harga dasar secara detail.
- c. Sulitnya mewawancarai informan departemen pengawasan, dalam hal ini adalah pihak pemberi rekomendasi yaitu RFSS-Dunkin Brand karena tidak ada kecocokan waktu dengan peneliti melakukan penelitian.

### 6.3 Saran

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saransaran yang dapat diberikan ke beberapa pihak yang diharapkan mampu memberikan manfaat ke depannya, sebagai berikut ini:

#### a. Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya serta dapat memberikan kesadaran kepada usaha atau pihak Top management dalam memaknai pentingnya pengendalian internal yang efektif dan strategi marketing yang efisien. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat mengembangkan fenomena yang ada dari sudut pandang pendekatan lainnya, seperti metode fenomenologi, etnografi, ataupun studi kasus. Sehingga mampu memperluas hasil penelitian yang ada ke arah yang lebih baik lagi

#### b. Saran Praktis

##### 1) Bagi Dewan Direksi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada pemilik perusahaan atau top management agar dapat melakukan kebijakan mengenai penerapan standard operational procedurs dan strategi Marketing yang sudah di tetapkan. Dewan direksi diharapkan melakukan sosialisasi mengenai pentingnya melakukan SOP sesuai dengan standard yang sudah ditetapkan. Dalam Strategi marketing, diharapkan bagi dewan direksi memberikan hal – hal yang baru dalam melakukan Strategi marketing mix. Pembuatan aplikasi seperti perusahaan franchis lainnya menjadi saran dari peneliti dalam hal promosi penjualan.

##### 2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kesadaran kepada masyarakat terutama para pengusaha dibidang *food and beverage* mengenai pentingnya peran pengendalian internal dan strategi – strategi pemasaran yang akan digunakan