

**AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN  
PADA CV. SALMAN PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Salwa Intan Monica  
NIM : 2202018334P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2021**

**SKRIPSI**

**AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN  
PADA CV. SALMAN PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Nama : Salwa Intan Monica  
NIM : 2202018334P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salwa Intan Monica  
NIM : 222018334P  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Judul Skripsi : Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata Satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2021



Salwa Intan Monica

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Penelitian : Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam  
Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada Cv. Salman  
Palembang  
Nama : Salwa Intan Monica  
NIM : 222018334P  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Agustus 2021

**Pembimbing I,**



**Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si. Ak., CA**  
**NIDN/NBM : 0216106902/944806**

**Pembimbing II,**



**Welly, S.E., M.Si**  
**NIDN : 0212128102/1085022**

**Mengetahui,  
Dekan**

**Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si. Ak., CA**



**Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si. Ak., CA**  
**NIDN/NBM : 0216106902/944806**

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

*Motto :*

*“Apa yang melewatkanmu tidak akan menjadi takdirmu,*

*Dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”*

*(Umar Bin Khattab)*

*Dengan Ridho ALLAH SWT*

*Kupersembahkan Skripsi Ini Kepada :*

- *Mama, Papa dan Keluarga*
- *Dosen pembimbingku yang terhebat*
- *Para dosen UMP telah berbagi ilmunya*
- *Para sahabat*
- *Almamater UMP*

## PRAKATA



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarokatuh

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih maupun Maha penyayang dan atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV.Salman Palembang”, telah selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Shalawat beriring salam pula tak lupa junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW beserta Rasulullah SAW, keluarga dan sahabat-sahabat beliau yang senantiasa menjunjung tinggi nilai- nilai Islam yang dari masa lampau hingga sekarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan dan bimbingan, kerja sama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi bisa dapat diatasi.

Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada kedua orang tua penulis Ayah M.Yusuf, dan Ibu Suryani yang selalu mengirimkan do'a, dukungan, semangat,

nasihat serta kasih sayang yang sedemikian tulus sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Kepada seluruh keluarga besar yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan memberi motivasi, dan do'a yang tulus di setiap langkah perjuangan dan menyelesaikan skripsi dan studi.

Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada Pembimbing I saya Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si. Ak., CA dan Pembimbing II Ibu Welly, S.E.,M.Si yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang membangun serta sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi. Selain itu disampaikan juga ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE,MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Bapak Dr.Betri Sirajuddin, S.E.,M.Si.,Ak.,CA dan Ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si selaku ketua program studi dan sekertaris program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Welly, S.E., M.Si., selaku Ketua Koordinator Reguler B/Malam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M., selaku Sekretaris Koordinator Reguler B/Malam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada CV.Salman Palembang yang telah membantu memberikan data dan membantu melancarkan proses penelitian untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih, kepada semua pihak yang telah membantu, serta do'a yang telah diberikan semoga amal ibadah kalian semua mendapat balasan dari-Nya.

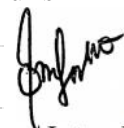
Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, Aamiin.

Wasalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang,

Penulis



Salwa Intan Monica



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Audit Manajemen .....	11
a. Pengertian Audit Manajemen .....	11
b. Tujuan dan Manfaat Audit Manajemen .....	12
c. Karakteristik Audit Manajemen.....	15
d. Prinsip Dasar Audit Manajemen.....	16
e. Ruang Lingkup dan Sasaran Audit Manajemen .....	17
f. Jenis Audit Manajemen .....	19

g. Tahapan Audit Manajemen.....	21
2. Audit Manajemen Fungsi Pemasaran.....	23
a. Pengertian Pemasaran .....	23
b. Audit Fungsi Pemasaran .....	24
3. Efektivitas Penjualan .....	30
B. Penelitian Sebelumnya.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Operasionalisasi Variabel .....	38
D. Data Yang Diperlukan .....	39
E. Metode Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Hasil Penelitian .....	43
1. Sejarah Singkat CV.Salman Palembang .....	43
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	44
3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	44
4. Aktivitas Perusahaan .....	48
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	49
1. Audit Pendahuluan .....	49
2. <i>Review</i> Pengujian dan Pengendalian Manajemen .....	51
3. Audit Lanjutan.....	58
4. Audit Lingkungan Pemasaran .....	60
5. Audit Strategi Pemasaran .....	65
6. Audit Organisasi Pemasaran .....	68
7. Audit Sistem Pemasaran.....	74
8. Audit Produktivitas Pemasaran .....	79
9. Audit Fungsi Pemasaran Lainnya.....	81
10. Pelaporan .....	88

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>91</b>
A. Simpulan.....	91
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
Tabel I.1	Target dan realisasi penjualan Tahun 2016 sampai tahun 2021.....	8
Tabel II.1	Penelitian Sebelumnya .....	36
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel IV.1	Program Audit : Audit Pendahuluan.....	49
Tabel IV.2	Program Audit : Audit Review dan Pengujian Sistem Pengendalian Manajemen.....	51
Tabel IV.3	Pemeriksaan terinci .....	59
Tabel IV.4	Program Audit : Lingkungan Pemasaran.....	60
Tabel IV.5	Program Audit : Strategi Pemasaran.....	65
Tabel IV.6	Program Audit : Organisasi Pemasaran.....	68
Tabel IV.7	Program Audit : Sistem Informasi Pemasaran.....	74
Tabel IV.8	Program Audit : Produktivitas Pemasaran.....	79
Tabel IV.9	Program Audit : Kebijakan Penetapan Harga.....	81
Tabel IV.10	Program Audit : Kebijakan Promosi dan Publikasi.....	84

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar IV.1 Struktur Organisasi CV.Salman Palembang.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

### **Lampiran**

Lampiran 1 Surat Pernyataan Selesai Melakukan Penelitian Dari Tempat  
Penelitian

Lampiran 2 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 Sertifikat Hapalan Surat-Surat pendek Al-Qur'an

Lampiran 4 Sertifikat Laboratorium Komputer

Lampiran 5 Plagiarisme Checker X Original Report

Lampiran 6 Sertifikat SPSS

Lampiran 7 Biodata Penulis

## **ABSTRAK**

**Salwa Intan Monica / 222018334P/2017 / Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV.Salman Palembang.**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV.Salman Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa audit manajemen fungsi pemasaran di CV.Salman Palembang belum sepenuhnya berjalan dengan efektif atau memadai khususnya atas fungsi pemasaran diukur melalui beberapa indikator audit manajemen fungsi pemasaran.


**Kata Kunci : audit manajemen, fungsi pemasaran**

## ABSTRACT

**Salwa Intan Monica / 222018334P/2017 / Audit of Marketing Function Management in Improving Sales Effectiveness at CV.Salman Palembang.**

*The purpose of this study was to determine the Marketing Function Management Audit in Improving Sales Effectiveness at CV. Salman Palembang. The formulation of the problem in this study is how the Marketing Function Management Audit in Improving Sales Effectiveness at CV.Salman Palembang. The type of research used is descriptive research. The data used are primary data and secondary data. Data collection techniques are by using interviews and documentation. The data analysis method used in this research is qualitative analysis. The data analysis technique used a qualitative descriptive analysis technique. The results showed that the marketing function management audit at CV.Salman Palembang has not fully run with or sufficient, especially the marketing function which is measured through several indicators of the marketing function management audit.*

**Keywords: management audit, the marketing function**

No.	Nama	NIM	Keterangan
A245	Salwa Intan Monica	222018334P	



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia usaha sekarang semakin berkembang dengan sangat cepat. Pasar yang dipenuhi oleh banyak jenis produk barang dan jasa yang akan memberikan banyak pilihan kepada para konsumen. Hal ini dapat ditimbulkan karena persaingan yang ketat kepada perusahaan yang sejenis. Tuntutan kualitas pelayanan dan produk akan menjadikan semakin kompetitifnya tingkat pesaing dalam dunia usaha atau perusahaan harus mampu membaca peluang pasar dengan memenuhi keinginan para konsumen. Semakin berkembangnya perusahaan tersebut, menuntut pula perkembangan dalam bidang pemeriksaan.

Auditing merupakan salah satu bentuk attestasi. Attestasi, pengertian umumnya merupakan suatu komunikasi dari seorang *expert* mengenai kesimpulan tentang realibilitas dari pernyataan seseorang. Dalam pengertian yang lebih sempit, attestasi merupakan komunikasi tertulis yang menjelaskan suatu kesimpulan mengenai reliabilitas dari asersi tertulis yang merupakan tanggung jawab dari pihak lainnya. Seorang akuntan publik dalam perannya sebagai auditor, memberikan attestasi mengenai kewajaran dari laporan keuangan sebuah entitas. Akuntan publik juga memberikan jasa attestasi lainnya seperti membuat laporan mengenai *internal control* dan laporan keuangan prospektif. (Agoes 2017:2)

Perusahaan pada dasarnya telah menentukan tujuan yang ingin dicapai, baik itu tujuan jangka pendek dan jangka panjang, seperti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk lebih bertanggung jawab agar cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan yang nantinya akan menghambat kegiatan operasional perusahaan, serta dituntut untuk mengelola manajemen agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Alat yang dimaksud adalah pemeriksaan audit.

Ada 2 jenis audit yang sering digunakan perusahaan dalam menjalankan perusahaannya, yaitu audit keuangan (*financial audit*) dan audit manajemen (*operasional audit*). Audit keuangan umumnya dimaksudkan sebagai alat untuk memverifikasi kewajaran laporan keuangan perusahaan dalam kurun waktu tertentu, sedangkan audit manajemen merupakan penelaahan atas suatu bagian maupun dari prosedur dan metode operasi dari suatu organisasi untuk menilai efektivitas, efisiensi, dan ekonomisasinya.

Audit manajemen merupakan audit terhadap manajemen suatu organisasi secara keseluruhan untuk menilai unsur-unsur manajemen suatu organisasi tersebut apakah telah direncanakan, dilaksanakan, dan dikendalikan dengan prinsip-prinsip manajemen yang baik dan benar sehingga fungsi-fungsi pada suatu organisasi tersebut dapat meningkatkan efektivitas efisiensi, dan ekonomisasi serta kesesuaian terhadap kebijakan setiap operasi yang dilaksanakan. Pelaksanaan audit manajemen di setiap organisasi berbeda-beda dan bervariasi, tergantung lingkup audit yang

ditetapkan oleh manajemen puncak dari suatu organisasi. Dengan demikian, satu definisi audit manajemen tidak dapat mencakup berbagai macam aktivitas yang dilakukan auditor manajemen pada setiap organisasi karena adanya perbedaan tersebut. Istilah audit manajemen sering digunakan bergantian dengan istilah-istilah lain, seperti audit operasional, audit kinerja, *results auditing*, *comprehensive auditing*, dan *management-oriented auditing*. (Betri, 2020)

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang berperan dalam menggerakkan barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Fungsi pemasaran yang baik merupakan fungsi pemasaran yang dapat mencapai tujuan perusahaan dalam hal efektivitas, efisiensi dan ekonomisasi dalam memasarkan produknya. Pencapaian tujuan tersebut dalam hal ini dikontrol melalui audit manajemen fungsi pemasaran untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan fungsi pemasaran demi mencapai suatu hasil yang efektif, efisien dan ekonomis.

Audit manajemen fungsi pemasaran digunakan untuk melihat dan menentukan peluang dan area masalah yang akan dihadapi maupun yang sedang dihadapi dan mampu membuat langkah perbaikan yang sesuai dengan kondisi perusahaan agar terciptanya bentuk pemasaran yang efektif dan efisien yang didukung dengan fungsi-fungsi di dalam perusahaan dengan cara menggunakan tahapan-tahapan audit manajemen fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran harus dilakukan dengan efisien, ekonomis, dan efektif agar terencana suatu kondisi perusahaan yang sehat karena fungsi ini biasanya

banyak menggerakkan sumber daya dengan jumlah yang besar dan biasanya fungsi yang menggunakan volume penjualan perusahaan, agar bila anti terjadi kesalahan yang akan mengakibatkan kerugian yang cukup material dan mempengaruhi tingkat penjualan.

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan suatu audit manajemen pemasaran untuk menilai efektivitas dan efisiensi kinerja manajemen pemasaran yang ada di perusahaan. Audit manajemen fungsi pemasaran bertujuan untuk memastikan bahwa fungsi pemasaran telah menjalankan fungsinya dengan efektif dan efisien serta memberikan dukungan yang maksimal terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Evaluasi fungsi pemasaran sangat diperlukan guna mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi atas fungsi tersebut. Karena, pemasaran merupakan fungsi yang sangat terkait dengan keberhasilan dari tingkat profitabilitas pendapatan dari suatu perusahaan. Dikatakan demikian karena, keberhasilan dari fungsi pemasaran dapat terlihat dari tingginya tingkat pendapatan dan laba yang diperoleh dari operasi suatu perusahaan.

Penetapan standar dan target produksi dalam perusahaan sangat diperlukan sebagai pembanding dengan hasil yang diperoleh. Oleh karena itu, dalam proses diperlukan evaluasi dengan mencocokkan target awal dan hasil akhir. Kegiatan operasional perusahaan bisa dikaitkan efisien apabila menghasilkan suatu produk atau hasil kerja tertentu dengan penggunaan sumber daya dan tenaga yang ada dengan serendah mungkin. Efektivitas itu sendiri merupakan ukuran dari suatu organisasi atau perusahaan dalam

mencapai tujuannya. Menurut Bayangkara (2014:10) efektivitas adalah tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, baik dilihat dari bagian kualitas hasil kerja, maupun target bebas waktu, sedangkan efisiensi adalah membandingkan antara input (biaya) dan output (hasil) yang diharapkan dalam usaha untuk mencapai target perusahaan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Putri dan Siti (2015) dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengelolaan fungsi pemasaran pada PT Bumi Sriwijaya Palembang sudah ekonomis dalam mengelola biaya pemasaran perusahaan dan cukup efektif untuk beberapa lingkup pemasaran diantaranya, untuk lingkungan pemasaran (ekonomi, pasar dan demografi), sistem informasi pemasaran, organisasi pemasaran, dan fungsi pemasaran lainnya (produk, harga dan distribusi). Namun ada beberapa kelemahan pada lingkup lingkungan pemasaran (pesaing dan teknologi), strategi pemasaran, produktivitas pemasaran dan fungsi pemasaran lainnya (promosi) yang belum efektif dan memerlukan perbaikan.

Priskila (2016) dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait audit manajemen untuk menilai efektivitas fungsi pemasaran pada PT. Bintang Mas Glassolutions (BMG), dapat disimpulkan bahwa secara umum pelaksanaan fungsi pemasaran pada perusahaan belum berjalan secara efektif. Hal tersebut dikarenakan oleh masih adanya beberapa fungsi yang tidak berjalan dengan baik. Beberapa faktor yang menjadi kelemahan perusahaan antara lain yaitu pelaksanaan fungsi pemasaran PT. Bintang Mas Glassolutions (BMG) masih mengalami permasalahan yang bersumber dari

kurangnya kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dan menghadapi perubahan kondisi lingkungan eksternal yang terjadi, namun dalam segi internal perusahaan sudah mampu menjalankan fungsi pemasaran dengan baik.

Merlena (2017) dengan hasil pengamatan dan analisis yang telah dilakukan mengenai fungsi pemasaran melalui tahapan audit manajemen, penulis menarik kesimpulan bahwa aktivitas fungsi pemasaran di UD. Trika Jaya Tulungagung sudah cukup memadai, dengan berbagai cara dalam melakukan promosi dalam pemasaran, UD. Trika Jaya memiliki jangkauan pemasaran ke seluruh wilayah Indonesia.

Wahyudi, dkk. (2017) hasil penelitian menunjukkan Fungsi pemasaran perusahaan secara keseluruhan sudah berjalan efektif, hal ini dapat dibuktikan dengan pencapaian target pendapatan setiap tahunnya dan kenaikan jumlah realisasi pendapatan di tahun 2016. Fungsi pemasaran perusahaan dinilai masih kurang efisien karena margin laba kotor perusahaan mengalami penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2016 yang artinya biaya pemasaran yang dikeluarkan semakin besar. Namun disisi lain PT Meratus Line bisa dikatidakan perusahaan yang sehat karena nilai *Net Operating Income Margin* nya pada tahun 2016 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang artinya margin laba usaha perusahaan meningkat.

Rahiya, dkk. (2020) Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan yaitu mengenai Audit Manajemen atas Fungsi Pemasaran Pada PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi

Maluku. Melalui tahapan audit manajemen bagian pemasaran, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa aktivitas fungsi pemasaran PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan telah berjalan dengan baik. Hal ini didukung kinerja manajemen fungsi penjualan PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2017 sampe 2018 telah berjalan dengan cukup efektif dan efesien dan sestem pemasaran produk listrik pra bayar juga telah berjalan dengan efektif dan efesien.

CV. Salman Palembang adalah sebuah CV yang bergerak di bidang dagang dan jasa, dan sudah berdiri sejak 2016. CV ini menjual berbagai macam kebutuhan yang di perlukan masyarakat seperti sembako, alat tulis - menulis, makanan, mainan dan lainnya. Pemilik CV ini juga bekerja sama dengan pihak Bank, sehingga dapat melakukan transaksi perbankan di CV ini, mulai dari membuka tabungan, setor tunai, tarik tunai, serta dapat mencairkan bantuan pemerintah. Disamping itu juga, CV ini melayani berbagai macam pembayaran tagihan rumah tangga seperti cicilan kredit, pembayaran listrik, PDAM, serta BPJS.

Setiap usaha tentu ingin menjangkau pasar semaksimal mungkin, sehingga pemasaran seringkali dijadikan permasalahan. Cara pemasaran online terbilang masih menjadi tantangan CV.Salman Palembang saat ini. Di daerah CV ini sebagian masyarakat masih minim pengetahuan kemampuan perkembangan teknologi, dan ada pula sebagian masyarakat malas mencari tahu melalui internet. Dalam hal pemasangan iklan yang menarik

membutuhkan strategi pelaksanaan yang tepat, supaya CV ini mampu berkembang dan dapat dikenal di masyarakat luas. Menentukan produk dalam bisnis merupakan salah satu cara supaya perusahaan bisa berkembang. Produk yang dijual harus sesuai dengan kebutuhan yang di inginkan semua pelanggan. Untuk itu perusahaan harus melakukan pencatatan tentang selera masyarakat, tren pasar yang sedang berkembang, dan melihat seberapa besar peluang yang ada. Berikut target dan pencapaian target rentan waktu tahun 2016-2020:

**Tabel I.1**  
**Target dan realisasi penjualan pelayanan jasa**  
**Tahun 2016 sampai tahun 2021**

(Dalam Rupiah)

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Persentase</b>
<b>2016</b>	100.000.000	78.690.600	78,69%
<b>2017</b>	150.000.000	117.152.294	78,10%
<b>2018</b>	180.000.000	157.624.952	87,56%
<b>2019</b>	200.000.000	180.294.440	90,14%
<b>2020</b>	225.000.000	198.262.500	88,11%
<b>2021</b>	260.000.000	92.381.500	35,53%

*Sumber : CV. Salman Palembang Data Diolah, 2021*

Dapat dilihat dari tabel I.1 bahwa realisasi penjualan dan pelayanan jasa dari tahun 2016-2021 selalu mengalami kenaikan tetapi tidak memenuhi target yang telah ditentukan. Beberapa pesaing sekitar seperti indomaret dan alfamart menawarkan keunggulan produknya, dan menawarkan produk yang sejenis dengan harga yang lebih murah atau dengan harga yang serupa, membuat konsumen berfikir ulang untuk memilih produk yang dijual di



CV.Salman Palembang. Berdasarkan itu pula target penjualan yang telah ditentukan tidak dapat dicapai secara maksimal dan membuat penjualan tidak berjalan dengan efektif, karena perusahaan telah menetapkan pencapaian penjualan 85% dari target penjualan baru bisa dikatakan penjualan yang efektif.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV.Salman Palembang ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan untuk pihak - pihak sebagai berikut :

1. Bagi penulis.

Dapat menambah pengetahuan dalam bidang pemeriksaan akuntansi (audit), penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi untuk menambah wawasan mengenai Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang.

2. Bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan khususnya mengenai Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada CV. Salman Palembang.

3. Bagi almamater.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulisan di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sukrisno dan Jan Hoesada. 2012. *Bunga Rampai Auditing*. Edisi 2. Jakarta: Salemba empat.
- Agus, Sukrisno. 2017. *AUDITING : petunjuk praktis pemeriksaan akuntan oleh akuntan publik*. Edisi 5 . Jakarta: Salemba Empat.
- Arens, Alvin A., Randal J. Elder dan Mark S. Beasley. 2014. *Auditing And Assurance Service*, Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Ares, Alvin A., Randal J. Elder, dan Mark S. Beasley (2013). *Auditing dan Jasa Assurance*, Jilid 1, Edisi 12. Terjemahan oleh Gina Gania. Jakarta : Erlangga.
- Armstrong dan Kotler (2015). *Market an Introducing Prentice Hall twelfth Edition, England: Pearson Education, Inc*
- Bayangkara, IBK. (2015). *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*, Edisi 2. Surabaya : Salemba Empat.
- Keller, Kevin Lane. dan Kotler, Philip. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jakarta : Erlangga.
- Kumat, V. G. 2011. *Internal Audit*. Erlangga. Jakarta.
- Melydrum (2016) *Pemasaran. Pengertian Pemasaran* Jurnal Online Eprints. Polsri. Diakses Tanggal 13 2019 melalui [https:// Polsri.ac.id](https://Polsri.ac.id).
- Merlena (2017) *Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Pada Pabrik Steel & Constructions UD. Trika Jaya Tulungagung*. Jurnal. Universitas Tulungagung.
- Priskila Rahmania (2016) *Audit Manajemen Untuk Menilai Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT. Bintang Mas Glassolutions (BMG)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Putri Wahyuni dan Siti Khairani (2015) *Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Pada PT Bumi Sriwijaya Palembang*. Jurnal. STIE Multi Data, Palembang,
- Rahayu B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Udayana

- Rahiya Duluhalang, dkk. (2020) *Analisis Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Pada PT. Pln (Persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku*. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP, Makassar.
- Sirajuddin, Betri. 2019. *Pemeriksaan Manajemen*. Edisi Sepuluh, Penerbit CV Amanah. Palembang
- Soekrisno Agoes (2014) *Auditing Petunjuk Pemeriksaan Akuntan Oleh Akuntan Publik Edisi 5, Buku 1*, Salemba Empat Jakarta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dab R&D*. Bandung : alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Auditing (Pemeriksaan Akuntansi)*. Jakarta: BUKU SERU.
- Wahyudi, dkk. (2017) *Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai efektivitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasaran Pada PT Meratus Line Surabaya*. Jurnal. Universitas Bhayangkara, Surabaya.
- Wijayanto, Nugroho. 2011. *Pemeriksaan Operasional Perusahaan*. Jakarta: Harvarindo.