ANALISIS PERANCANGAN PELAKSANAAN AUDIT MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS FUNGSI PEMASARAN PADA PT. PREMIUM PRABUMULIH

SKRIPSI

Nama : Sefti Dianti

NIM : 222017224

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

ANALISIS PERANCANGAN PELAKSANAAN AUDIT MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS FUNGSI PEMASARAN PADA PT. PREMIUMPRABUMULIH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Nama: Sefti Dianti

NIM : 222017224

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sefti Dianti
NIM : 222017224
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Perancangan Pelaksanaan Audit Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT. Premium Prabumulih

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 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 pernyataan ini terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2021

METERAI TEMPEL

Sefti Dianti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Analisis Perancangan Pelaksanaan Audit Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT. Premium Prabumulih
Nama	: Sefti Dianti
NIM	: 222017224
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Akuntansi
Konsentrasi	: Pemeriksaan Akuntansi

Diterima dan disahkan
Pada Tanggal Agustus 2021

Pembimbing I,

Aprianto,S.E.,M.Si
NIDN/NDM : 0216087201/859190

Pembimbing II,

Kurnia Krisna Hari,S.E.,M.Si
NIDN/NDM : 0214049002/1292727

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Akuntansi

Dr.Betri,S.E, Ak, M.Si.,CA
NIDN/NDM : 0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Bukan beratnya ujian yang membuat kita lemah, tetapi renggangnya hubungan kita dengan Allah yang menyebabkan kita seakan tidak mampu menanggungnya”

(Tulisan seseorang)

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- Ayah dan ibu
- Keluarga besarku
- Teman-temanku
- Pembimbing
- Almamater

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

PRAKATA

Assalammu'alaikumWr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat-NYA penulisan skripsi dengan judul Analisis Perancangan Pelaksanaan Audit Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Fungsi Pemasaran pada PT. Premium Prabumulih ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan. Penulis meneliti mengenai keadaan audit manajemen di perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan SOP.

Penulisan laporan ini tentu tidak dapat akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih terutama pada orang tuaku Bpk. Asran Zuhri & Ibu Juniati atas do'a dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada bapak Aprianto,S.E.,M.Si selaku pembimbing 1 dan ibu Kurnia Krisna Hari,S.E,.M.Si selaku pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan masukan saran guna penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku rector Univeristas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang besertastaf.
3. Bapak Dr. Betri Sirajudin,S.E, Ak, M.Si.,CA dan Ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si selaku ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Lis djuniar, S.E.,M.Si selaku Pembimbing Akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

6. Bapak Rachmat Zamroni sebagai pimpinan perusahaan, bapak Alfin sebagai HRD, mbak Alifah sebagai supervisor, tante Siti Kalsum sebagai staf marketing, mbak Indriyani sebagai staf adm. Marketing dan staf lainnya PT. Premium Prabumulih yang telah memberikan izin penelitian dan juga membantu sehingga selesainya skripsi ini.
7. Ayah dan ibu yang selalu memberi ku dukunga support, do'a dan memberikan kebutuhan fasilitas selama menyelesaikan skripsi ini.
8. Yuk ningsih yang telah membantu saya serta memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman dan sahabat saya Anju pretiani, Dwi syafitri, Venny, Putri apriani, Melina yang selalu memberi support dan mendo'akan juga dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik atas seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL LUAR ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **iii**

HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

PRAKATA ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

ABSTRAK ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan Penelitian 8

D. Manfaat Penelitian 8

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Landasan Teori 10

1. Audit Manajemen 10

a. Pengertian audit manajemen 10

b. Tujuan audit manajemen 11

c. Karakteristik audit manajemen 13

d. Ruang lingkup audit manajemen 14

e. Manfaat audit manajemen 15

g. Teknik-teknik dalam audit manajemen 16

2. Perancangan Audit 19

3. Dalam Meningkatkan Efektivitas 22

a. Pengertian efektivitas 22
4. Audit Pemasaran. 23
a. Pengertian audit pemasaran..... 23
b. Tujuan audit pemasaran 24
c. Manfaat audit pemasaran 24
d. Karakteristik audit pemasaran..... 25
e. Ruang lingkup audit pemasaran 26
f. Tahapan-tahapan audit pemasaran..... 28
B. Penelitian Sebelumnya..... 29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN
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
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 45
1. Gambaran umum perusahaan..... 45
2. jumlah karyawan PT. Premium Prabumulih 45
3. Visi dan misi perusahaan 46
4. Lokasi Penelitian..... 47
5.Struktur organisasi perusahaan..... 47
6. Fungsi bagian pemasaran PT. Premium Prabumulih 50
B. Pembahasan Hasil Penelitian..... 52
C. Laporan Hasil Audit Manajemen 64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan..... 68
B. Saran..... 69
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Anggaran dan realisasi penjualan 5

Tabel II.1 Penelitiam Sebelumnya 33

Tabel III.1 Operasional Variabel..... 38

Tabel IV.1 Data Jumlah Karyawan..... 45

Tabel IV.2 Hasil Jawaban Wawancara Ruang Lingkup Pemasaran..... 54

Tabel IV.3 Hasil Jawaban Wawancara Fungsi pemasaran 57

Tabel IV.4 Hasil Jawaban Wawancara Strategi Pemasaran..... 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi 47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil dokumentasi pada PT. Premium Prabumulih
Lampiran 2 Surat Keterangan Riset dari Tempat Penelitian
Lampiran 3 Plagiarism
Lampiran4 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran5 Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Quran
Lampiran6 Sertifikat Hasil Output SPSS
Lampiran7 Sertifikat PelatihanPengantarAplikasiKomputer
Lampiran8 Sertifikat Pelatihan KomputerAkuntansi
Lampiran 9 Biodata Penulis

ABSTRAK

Sefti Dianti/222017224/2021/Analisis Perancangan Pelaksanaan Audit Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Fungsi Pemasaran pada PT. Premium Prabumulih/Pemeriksaan Akuntansi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan pelaksanaan audit manajemen dalam meningkatkan efektivitas fungsi pemasaran pada PT. Premium Prabumulih.Tujuannya untuk menganalisis perancangan pelaksanaan audit manajemen dalam meningkatkan efektivitas fungsi pemasaran pada PT. Premium Prabumulih.Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif yaitu untuk menggambarkan data informasi berdasarkan kenyataan atau fakta yang diperoleh di lapangan.Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi literature dan studi lapangan.Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif.Hasil analisis menunjukkan bahwa perancangan dan pelaksanaan sistem pengendalian perusahaan sudah cukup baik dan memadai untuk menilai efektivitas pengendalian manajemen dalam mendukung pencapaian tujuan dari perusahaan. Walaupun ada beberapa prosedur yang belum terlaksana dengan tepat seperti pada perencanaan promosi belum secara menyeluruh, prosedur penagihan yang belum tegas terhadap konsumen, dan prosedur transaksi yang sebaiknya menggunakan pihak ke 3 agar menghindari kecurangan pada perusahaan tersebut.

Kata Kunci : Audit Mananajemen, dan fungsi pemasaran.

ABSTRACT

Sefti Dianti/222017224/2021/Analysis of Management Audit Implementation Design in Improving Marketing Function Effectiveness at PT. Prabumulih Premium/Accounting Examination.

Formulation of the problem in this study was how to implement a management audit on the effectiveness of marketing function at PT. Prabumulih Premium. The aim was to determine the application of the management audit function to the effectiveness of marketing function at PT. Premium Prabumulih. This research used descriptive research to describe information data based on the facts obtained in the field. The data used were primary and secondary data, while the data collection methods in this study were literature studies and field studies as qualitative analysis. The results of the analysis showed that several procedures have not been carried out properly such as procedures for the promotion that have not been comprehensive, billing procedures that have not been firm with consumers, and transaction procedures that should use 3rd parties to avoid fraud at the company.

Keywords: Management audit, and marketing function.

No.	Nama	NIM	Keterangan
A254	Sefti Dianti	222017224	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum perusahaan mempunyai tujuan atau sasaran yang sama yaitu keberhasilan dalam mempertahankan hidup, perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya. Persaingan dalam meningkatkan pertumbuhan serta untuk dapat menguasai pasar yang luas, maka perusahaan perlu menerapkan metode dan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat bersaing dalam memasarkan produknya ke pasar sasaran supaya target penjualan dapat tercapai. (bayangkara 2014 : 54)

Betri (2019 : 4) perusahaan didirikan dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Setiap fungsi/divisi/departemen yang ada di perusahaan harus bekerja sama dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Tantangan yang sering dihadapi perusahaan adalah memastikan adanya pengendalian yang memadai untuk memastikan koordinasi antara fungsi/divisi/departemen berjalan dengan baik. Rangka mencapai tujuan perusahaan tersebut, manajemen perusahaan juga selalu dihadapi pada situasi adanya kelangkaan sumber daya. Oleh itu, tantangan yang dihadapi oleh semua perusahaan dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan usahanya adalah bagaimana caranya memastikan semua fungsi/divisi/departemen yang ada diperusahaan beroperasi dengan

optimal untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan ekonomisasi dari perusahaan, dalam situasi adanya kelangkaan sumber daya tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan ekonomisasi tersebut adalah dengan melakukan audit atas berbagai aspek di perusahaan.

Rahmat (2020 : 177) ada dua konsep utama yang melandasi perancangan dan impelentasi pengendalian internal, yaitu :

1. Kepastian yang layak, perusahaan harus mengembangkan pengendalian internal yang mampu memberikan kepastian yang layak, tetapi bukan mutlak terhadap laporan keuangan yang telah disajikan secara wajar. Pengendalian internal yang dikembangkan oleh manajemen telah mempertimbangkan biaya maupun manfaat pengendalian itu.
2. Keterbatasan melekat, pengendalian internal tidak mampu berjalan 100% efektif tanpa mengindahkan kecermatan rancangan sistem dan implementasi nya. Meskipun sistem tersebut adalah sistem yang cnggih dan apabila diterapkan di suatu entitas dapat bermanfaat bagi pengendalian internalnya.

Adapun pentingnya penerapan audit manajemen bagi perusahaan adalah menelaah atas suatu bagian mana pun dari prosedur dan metode operasi dari suatu organisasi untuk menilai efektivitas, efisiensi, dan ekonomisasinya. Alat yang dapat membantu perusahaan tersebut adalah pemeriksaan operasional. Dengan adanya pemeriksaan operasional ini,

manajemen dapat memperoleh informasi mengenai pelaksaan kerja dan peningkatan prosedur serta peningkatan hasil agar terciptanya efisiensi dan aktivitas dalam kegiatan operasionalnya khususnya fungsi pemasaran. (bayangkara 2014 : 75)

Pemeriksaan operasional yang dimaksud adalah audit manajemen fungsi pemasaran. Audit manajemen fungsi pemasaran digunakan untuk memantau dan menentukan area masalah dan peluang yang sedang atau yang akan dihadapi serta mampu membuat langkah rekomendasi yang sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga menciptakan suatu pemasaran yang efektif dan efisien yang dapat mendukung fungsi-fungsi terkait di dalam perusahaan. Fungsi pemasaran harus dilaksankan secara efisiensi, efektif dan ekonomis untuk mencapai suatu kondisi perusahaan yang sehat maka fungsi ini biasanya mengerahkan sumber daya dalam jumlah yang besar dan merupakan fungsi yang menentukan volume penjualan perusahaan, sehingga apabila terjadi penyimpangan akan mengakibatkan kerugian yang cukup material dan mempengaruhi tingkat penjualan. (bayangkara 2014 : 130)

Bayangkara (2014: 115) Pemasaran memegang kunci keberhasilan dalam menggali, memelihara (mempertahankan), dan mengembangkan sumber-sumber penghasilan perusahaan. Berbagai upaya pemasaran yang dilakukan mulai dari identifikasi dan analisis peluang pasar, memilih pasar sasaran, mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dan pengelolaan terhadap upaya pemasaran (*marketing effort*) dilakukan secara

terintegrasi terhadap strategi pencapaian tujuan perusahaan. Rencana strategis perusahaan mengintegrasikan seluruh rencana fungsional termasuk fungsi pemasaran, merupakan komitmen bagi seluruh komponen di dalam perusahaan untuk secara maksimal terlibat dalam keberhasilan perusahaan.

Tujuan utama dari audit pemasaran adalah untuk mengidentifikasi kelemahan serta ancaman pemasaran yang dihadapi perusahaan dan merencanakan perbaikan yang diperlukan untuk mengatasi kelemahan serta ancaman tersebut. Sedangkan manfaat yang diperoleh dari audit ini, hasil audit dapat memberikan gambaran tentang kinerja pemasaran perusahaan dan berbagai kekurangan yang terjadi dalam pengelolaan upaya pemasaran yang masih memerlukan perbaikan. (betri 2019 : 180)

PT. Premium Prabumulih merupakan peusahaan yang bergerak pada bidang furniture dan elektronik. Suatu perusahaan yang berusaha dalam bidang furniture dan elektronik yang letaknya strategis dan memiliki sarana transportasi yang juga memadai.

PT. Premium Prabumulih juga lebih memajukan penjualan kredit, untuk mempermudah dan menarik pelanggan agar tertarik membeli Namun, untuk mencapai target perusahaan perlu menggunakan prosedur-prosedur sesuai standar operasional prosedur (SOP).

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang saya lakukan pada PT. Premium Prabumulih, ditemukan permasalahan dalam laporan penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel I.I

Anggaran dan Realisasi Penjualan
PT. Premium Prabumulih

Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2017	1.000.000.000	773.247.000	77,32%
2018	1.000.000.000	664.357.000	66,44%
2019	1.000.000.000	844.947.000	84,49%
2020	1.000.000.000	538.522.000	43,08%

Sumber : PT. Premium Prabumulih, 2021

Pada tabel I.I fenomena yang terjadi pada anggaran dan realisasi penjualan diatas terlihat bahwa realisasi atas penjualan mengalami kenaikan dan penurunan. Itu karena kualitas map order yang kurang yaitu banyaknya map order ditolak daripada map order di acc (diterima), dan juga kualitas karakter konsumen juga mempengaruhi dalam map order di acc (diterima) atau tidaknya nanti. Setiap tahun realisasi atas penjualan dibawah dari anggaran yang ditetapkan. Hal ini menandakan bahwa penjualan pada setiap tahun tidak sama atau dibawah anggaran (target) yang diharapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemeriksaan fungsi pemasaran jika perusahaan memiliki departemen atau fungsi pemasaran secara khusus. Maka, fenomena yang diambil dari pernyataan diatas yaitu kurangnya map order konsumen yang diterima dan kurangnya perencanaan promosi dari mulut ke mulut agar lebih banyak banyak konsumen yang berminat dalam membeli produk tersebut dan agar target yang telah ditetapkan perusahaan bisa tercapai.

Dari fungsi pemasaran tersebut hal yang mereka lakukan adalah menjual barang atau produk yang ada di sorum yaitu furniture dan elektronik.

Dengan adanya pemasaran juga dapat membantu memberikan informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan sasaran pasar. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pada pemasaran. Suatu perusahaan dalam menjalankan efisiensi,efektivitas dan ekonomis yaitu dengan menjalankan konsep pemasaran agar keuntungan yang diharapkan dapat terealisasi dengan baik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yoshi dkk (2015) Hasil dari penelitian ini bahwa audit operasional atas fungsi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat menginkatkan target quantity penjualan. Hal tersebut dikarenakan audit yang dilakukan oleh administratif yang mencakup kepada sistem pemasaran saja. Namun, setelah dilakukan analisis secara menyeluruh terhadap kegiatan pemasaran juga penjualan yang dilakukan oleh perusahaan ternyata masih terdapat beberapa aktivitas yang berjalan belum efektif, dan efisien.

Vika (2015) Hasil dari penelitian ini bahwa dalam perencanaan SDM, rekrutmen, dan seleksi memiliki beberapa hal yang belum berjalan dengan baik.

Rizki (2016) Hasil dari penelitian ini bahwa selama tahun 2013 dan 2014 dengan melihat realisasi penjualan tiket maka dalam hal tersebut perusahaan belum mampu memenuhi target yang telah ditetapkan dalam pemasaran maupun penjualan tiket kereta api dalam semua kelas.

Marlena (2017) Hasil dari penelitian ini bahwa aktivitas fungsi pemasaran UD. Trika Jaya Tulungagung sudah cukup memadai, dengan berbagai cara dalam melakukan promosi dalam pemasaran. Namun dari analisis internal perusahaan ditemukan adanya kelemahan pada SDM nya, sehingga memperngaruhi fungsi pemasaran yang mengakibatkan penurunan tingkat penjualan.

Wahyudi dkk (2017) Hasil dari penelitian ini bahwa fungsi pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya secara keseluruhan sudah berjalan efektif danefisien hanya saja pada organisasi pemasarannya yang kurang efektif.

Rizkah (2019) Hasil dari penelitian ini bahwa sistem usulan tersebut dapat menjadi alat bantu untuk PT.XYZ dalam mencatat dan mengelola data-data persediaan *promotion material*, dan dengan sistem dapat mengetahui persediaan *promotion material* secara *real time*.

Rahiya (2020) Hasil dari penelitian ini bahwa aktivitas fungsi penjualan PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku pada dua tahun terakhir yitu tahun 2017 sampe 2018 telah berjalan dengan cukup efektif dan efisien.

Rahiya dkk (2020) Hasil dari penelitian ini bahwa aktivitas fungsi penjualan PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku pada dua tahun terakhir yitu tahun 2017 sampe 2018 telah berjalan dengan cukup efektif dan efisien.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis perancangan pelaksanaan audit**

manajemen dalam meningkatkan efektivitas fungsi pemasaran pada PT. Premium Prabumulih”.

B. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini “Bagaimana perancangan pelaksanaan audit manajemen dalam meningkatkan efektivitas fungsi pemasaran pada PT. Premium Prabumulih”?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perancangan pelaksanaan audit manajemen dalam meningkatkan efektivitas fungsi pemasaran pada PT. PremiumPrabumulih.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak di antaranya :

a. Bagi Penulis

Sebagai bukti tentang analisis system informasi akuntansi dan pengendalian intern dalam pemasaran pada PT. Premium Prabumulih.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan tentang pentingnya Sistem Informasi Akuntansi pemasaran.

c. Bagi Almamater

Diharapkan penelitian ini bisa berkontribusi mengenai wawasan dan pandangan terhadap perkembangan system informasi akuntansi dan pengendalian.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Ismayani.2018.*Metodologi Penelitian*.Aceh: Syiah Kuala University Press

Albert 2020.*Sistem Pengelolahan Data Kependudukan pada Kantor Desa Sampean Berbasis Android. Jurnal media informatika budidarma Vol.4.No.1 2020*

Bayangkara IBK.2014.*Audit Manajemen Prosedur Dan Implementasi*,Jakarta: Salemba Empat.

Betri.2019.*Pemeriksaan Manajemen*.Palembang: CV.Amanah

I Gusti Agung Rai.2010.*Audit Kinerja Pada Sektor Publik*.Jakarta: Salemba empat.

Indra Bastian.2011.*Akuntansi Untuk LSM dan Partai Poli*tik.Jakarta: Erlangga

Ira Hasti Priyadi.2020.*Auditing Konsep dan Teori Pemeriksaan Akuntansi oleh Akuntan Publik.*Lekoh Barat Bangkes Kadur Pemekasan: Duta Media Publishing.

Iwan.2019.*Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif Method.* Penerbit Hidayatul Quran Kuningan.

James K. Loebbecke.2012.*Auditing*: An Integrated Approach,new jersey.

Marlena.2017.*Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Pada Pabrik Steel & Construction UD. Trika Jaya Tulungagung.Jurnal Ekonomi Akuntansi. Vol. 2 No.1*

Mukhlis.2014.*Audit Keuangan Sektor Publik*.Gadjah Mada University: Yogyakarta.

Mukhlis.2019.*Hukum Lingkungan*.Scopindo Media Pustaka : Surabaya

Shinta Agustina.2011.*Manajemen Pemasaran*.Cetakan Pertama April 2011.Universitas Brawijaya Press (UB Press): Malang

Sugiono.2017.*Metode penelitian manajemen.*Alfabeta: Bandung.

Rahiya Duluhalang, Silvester Saman, Tamsil.2020.*Analisis Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran pada PT. PLN (persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku. Vol.1 No.4*

Rahmat Hidayat Lubis, Ratna Sari Dewi.2020.*Pemeriksaan Akuntansi 1 Auditing.*Jakarta: Kencana

Rizki Nanda Oktavia.2016.*Penerapan Audit Operasional Dalam Upaya Mengingkatkan Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran. Vol.5 No.1*

Rizkah.2019.*Analisis Perancangan Sistem Informasi Manajemen Data Persediaan Promotion Materials Berbasis Website. Vol.1 No.2*

V. Wiratna Sujarweni.2018.*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi.*Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.

Vika Mihardjo.2015.*Pelaksanaan Audit Manajemen Fungsi Sumber Daya Manusia pada PT.Sari Pratama. Vol.3 No.2*

Wahyudi, Ali Rasyidi, Arief Rahman.2017.*Peranan Audit Manajemen untuk Menilai Efektifitas dan Efisiensi Fungsi Pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya. Jurnal Ekonomi Akuntansi. Vol. 3 No.3*

Yoshi, Dwi Atmanto, Jaswadi.2015.*Analisis Audit Operasional Fungsi Pemasaran. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 23 No. 1*