

**PENGARUH AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN DAN
PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP EFEKTIVITAS
PENJUALAN PADA PT. JALAMAS RAYA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Meli Marleni

NIM : 222018030

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN DAN
PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP EFEKTIVITAS
PENJUALAN PADA PT. JALAMAS RAYA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Akuntansi Pada
Program Strata Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Meli Marleni

NIM : 222018030

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meli Marleni
NIM : 222018030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Kosentrasi : Audit
Judul Skripsi : Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran dan
pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan
Pada PT. Jalamas Raya Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana serta satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah di publikasikan orang lain kecuali secara tulisan 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 ketidak benaran 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 di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2022


Meli Marleni
Meli Marleni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran dan
Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan
Pada PT. Jalamas Raya Palembang
Nama : Meli Marleni
NIM : 222018030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah : Pemeriksaan Akuntansi


Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Maret 2022

Pembimbing I



Welly, S.E., M.Si
NIDN : 0212128102

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Dekan
u.b Ketua Program Studi Akuntansi



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- ❖ *Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.*
- ❖ *Gembok tidak pernah dibuat tanpa adanya kunci, demikian pula dengan sebuah masalah itulah mengapa allah tidak pernah mengizinkan masalah tanpa adanya solusi tetap usaha, berdoa dan setia menanti.*
- ❖ *Saat anda melibatkan allah dalam semua impianmu, anda percaya tidak ada yang tidak mungkin untuk diraih. Sebagaimana firman allah yang berbunyi wa illa rabbika fargab yang artinya : “dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”. (Qs.Al.Insyirah 94 : ayat 8).*
- ❖ *Man Jadda wajada (barang siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil).*

Terucap syukur kepada Mu, Allah SWT,

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:

- *Papa dan Emakku Tercinta*
- *Saudara-Saudari dan Keluargaku Tercinta*
- *Sahabat Terdekatku dan Teman-Teman Seperjuangan*
- *almamaterku*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbi'l'alaamiin, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT. Jalamas Raya Palembang dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang dan kerendahan hati skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Papaku Asnawi dan Emak ku Yulisa yang telah sangat berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberi dana, dorongan semangat dan motivasi, serta telah membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang tanpa keluh kesah. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Welly, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Kurnia Krisna Hari, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Ds, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Dr. Betri, S.E., M.Si., Ak., CA dan Ibu Nina Sabrina, S.E., M.Si., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Betri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku pembimbing akademik penulis yang telah membimbing dari semester satu sampai dengan sekarang.
5. Ibu Welly, S.E., M.Si dan Ibu Kurnia Krisna Hari, S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Pegawai di PT. Jalamas Raya Palembang yang telah memberikan izin penelitian sehingga selesainya penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku dan keluarga besar penulis yang telah banyak memberikan semangat, doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Saudaraku Mifta Aupa, dan Saudari-saudariku Isnawi Jayani, Tiara Ramayani, Apriani Anggrayani, Triya Wulan Dari, Novita Sari serta Siska Wahyuni yang telah banyak membantu dan memberikan suport dalam penulisan skripsi ini.
10. Sahabat-Sahabat ku yang terbaik Novi, Fenny, Dwi, Sumita, Nyimas, Shelly, Della, Kardila, Nensi, Canis, Serli dan Eka serta teman-teman seperjuangan mahasiswa atau mahasiswi angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya, semoga cita-cita kita dapat tercapai, Aamiin Ya Rabbal'alammin.
11. Saudara IMMawan dan IMMawati angkatan 2019 yang telah banyak membantu suport dan motivasinya.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas Budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang seikhlas-ikhlasnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Palembang, 2022

Penulis



Meli Marleni

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKARTA	v
DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Landasan Teori.....	18
a. Audit Manajemen.....	18
b. Audit Fungsi Pemasaran.....	27
c. Pengendalian Internal	37
d. Efektivitas Penjualan.....	40
2. Penelitian Sebelumnya.....	44
B. Kerangka Pemikiran	52
C. Hipotesis	56

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	57
A. Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Operasionalisasi Variabel.....	58
D. Populasi dan Sampel.....	59
E. Data Yang Diperlukan.....	61
F. Metode Pengumpulan Data.....	61
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Hasil Penelitian.....	72
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
A. Kesimpulan.....	133
B. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan.....	13
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	50
Tabel III.1 Overasionalisasi Variabel	58
Tabel III.2 Jumlah Responden PT. Jalamas Raya Palembang	60
Tabel IV.1 Profil Responden.....	80
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel X1	82
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	83
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	84
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel IV.6 Statistik Deskriptif Per Variabel X1.....	86
Tabel IV.7 Indikator Kebijakan Produk.....	87
Tabel IV.8 Indikator Kebijakan Penetapan Harga.....	89
Tabel IV.9 Indikator Kebijakan Distribusi.....	92
Tabel IV.10 Indikator Kebijakan Promosi dan Publikasi	97
Tabel IV.11 Statistik Deskriptif Per Variabel X2.....	99
Tabel IV.11 Indikator Lingkungan Pengendalian	99
Tabel IV.12 Indikator Penilaian Resiko.....	101
Tabel IV.13 Indikator Kegiatan Pengendalian	102
Tabel IV.14 Indikator Informasi dan Komunikasi	103
Tabel IV.15 Indikator Pemantauan.....	104
Tabel IV.16 Statistik Deskriptif Per Variabel Y.....	105
Tabel IV.16 Indikator Falsafah yang Berorientasi Pelanggan	106
Tabel IV.17 Indikator Organisasi Pemasaran yang Diintegrasikan.....	107
Tabel IV.18 Indikator Informasi Penjualan yang Cukup	109
Tabel IV.19 Indikator Orientasi Strategik.....	110
Tabel IV.20 Indikator Efisiensi Operasional.....	112
Tabel IV.21 Hasil Uji Normalitas.....	113
Tabel IV.22 Hasil Uji Multikolinieritas	115
Tabel IV.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	117

Tabel IV.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	118
Tabel IV.25 Hasil Uji F.....	119
Tabel IV.26 Hasil Uji t.....	120

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Jalamas Raya Palembang	74
Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	113
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	116

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Surat Keterangan Selesai Riset dari Tempat Penelitian
- Lampiran 4 Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Qur'an
- Lampiran 5 Sertifikat SPSS
- Lampiran 6 Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 7 Sertifikat Komputer Akuntansi
- Lampiran 8 Sertifikat BUMDES
- Lampiran 9 Sertifikat IMM
- Lampiran 10 Sertifikat Magang
- Lampiran 11 Sertifikat Pelatihan dan Pendampingan Publikasi Karya Ilmiah
- Lampiran 12 Plagiarism Checker
- Lampiran 13 Abstract
- Lampiran 14 Biodata Penulis

ABSTRAK

Meli Marleni /222018030/2022/ Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT. Jalamas Raya Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimanakah pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. 2) Bagaimanakah pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. 3) Bagaimanakah pengaruh pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. 2) Pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. 3) Pengaruh pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini yaitu *Sampling Jenuh* yang ditujukan kepada seluruh karyawan PT. Jalamas Raya Palembang sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data dibantu oleh *Software Program For Special Science* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Secara bersama-sama (Uji F) audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan. 2) Secara parsial (Uji t) audit manajemen fungsi pemasaran tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan. 3) Secara parsial (Uji t) pengendalian internal berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan.


Kata kunci : Audit Manajemen Fungsi Pemasaran, Pengendalian Internal, Efektivitas Penjualan

ABSTRACT

Meli Marleni /2220208030/2022/ Effect of Marketing Function Management Audit and Internal Control on Sales Effectiveness at PT. Jalamas Raya Palembang.

The formulation of the problem in this study are 1) How is the influence of the marketing function management audit and internal control on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. 2) How is the influence of the marketing function management audit on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. 3) How is the influence of internal control on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. The purpose of this study was to determine 1) The influence of the marketing function management audit and internal control on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. 2) The influence of the marketing function management audit on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. 3) The influence of internal control on the effectiveness of sales at PT. Jalamas Raya Palembang. The type of research used is associative research. The data used is primary data. The sample in this study is Saturated Sampling addressed to all employees of PT. Jalamas Raya Palembang as many as 50 respondents. The data collection method is a questionnaire. The data analysis method in this research is quantitative analysis. The data analysis technique was assisted by the Software Program For Special Science (SPSS). The results showed that 1) Taken together (Test F) the marketing function management audit and internal control had a significant effect on sales effectiveness. 2) Partially (t test) the marketing function management audit has no effect on sales effectiveness. 3) Partially (t test) internal control has a significant effect on sales effectiveness.

Keywords : *Marketing Function Management Audit, Internal Control, Sales Effectiveness*

No	Nama	NIM	Keterangan
	MELI MARLENI	222018030	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sekarang ini semakin berkembang dengan sangat cepat. Pasar yang dipenuhi oleh banyak macam 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. Pemeriksaan yang dilakukan yaitu pemeriksaan keuangan dan juga pemeriksaan yang lebih menekankan terhadap penilaian objektif serta sistematis yang harus diorientasikan terhadap sasaran manajemen yang dapat memperoleh informasi mengenai pelaksanaan kerja dan peningkatan hasil agar terciptanya efektivitas dan efisiensi penjualan dalam kegiatan pemeriksaan khususnya fungsi pemasaran.

Mulyadi (2016:9) Auditing adalah suatu proses sistematis untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif mengenai pernyataan-pernyataan tentang kegiatan dan kejadian ekonomi, dengan tujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta penyampaian hasil-hasilnya kepada pemakai yang berkepentingan.

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 mengelola manajemen agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Alat yang dimaksud adalah pemeriksaan audit.

Betri (2020:5) 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.

Betri (2020:9) Audit manajemen adalah audit terhadap manajemen suatu organisasi secara keseluruhan untuk menilai unsur-unsur manajemen apakah telah direncanakan, dijalankan dan dikendalikan dengan prinsip-prinsip manajemen yang baik dan benar sehingga organisasi melalui fungsi-fungsinya dapat mencapai tujuan yang direncanakan yang mencakup dimensi PQCDSE (*Productivity, Quality, Cost, delivery, Safety, Morale, Environment*) secara efektif dan efisien.

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang berperan dalam menggerakkan barang dan jasa dari produksi 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.

Betri (2020:187) Audit fungsi pemasaran merupakan pengujian yang sistematis dan terdokumentasi terhadap bagaimana perusahaan menentukan bauran pemasarannya dan apakah bauran pemasaran tersebut secara efektif dan mencapai tujuan pemasaran dan tujuan perusahaan secara keseluruhan. Fungsi pemasaran melibatkan kebijakan penting dalam bauran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Kebijakan tersebut meliputi : (1) kebijakan produk, (2) kebijakan harga, (3) kebijakan promosi, dan (4) kebijakan saluran distribusi.

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 didalam perusahaan dengan cara menggunakan tahapan-tahapan audit 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 besar dan biasanya fungsi yang menggunakan volume penjualan perusahaan, agar bila nanti terjadi kesalahan yang akan mengakibatkan kerugian yang cukup banyak dalam mempengaruhi tingkat penjualan.

Menurut Mulyadi (2016:180) Pengendalian intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan personel lain yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini : (a) Keandalan pelaporan keuangan (b) Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku (c) Efektivitas dan efisiensi operasi.

Menurut COSO (2013:4-5) dalam buku Soemarso (2018) menyebutkan adanya 5 (lima) komponen indikator pengendalian internal sebagai berikut:

1. Lingkungan pengendalian (*Control Environment*)
2. Penilaian Risiko (*Risk Assessment*)
3. Kegiatan Pengendalian (*Control Activities*)
4. Informasi dan Komunikasi (*Information and communication*)
5. Kegiatan Monitoring (*Monitoring Activities*)

Menurut IBK (2016:17) Efektivitas itu sendiri merupakan ukuran dari output suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut Betri (2020:36) Efektivitas adalah tingkat keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Efektivitas menurut pengertian diatas mengartikan

bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Menurut Kumat (2011:120) Efektivitas penjualan adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara peningkatan kuantitas atau volume penjualan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menyalurkan barang, kebijakan, strategi yang ditetapkan perusahaan agar penjualan efektif. Penjualan efektif dapat tercapai melakukan berbagai kegiatan pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga dan saluran distribusi, serta mempromosikannya secara efektif akan dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang efektif dapat dilihat dari tercapainya setiap perencanaan kegiatan penjualan telah mencapai 85% dari target yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Dewi dkk (2015) dengan judul Penerapan Audit Operasional dalam Menilai Efektivitas Fungsi Penjualan pada CV. Anugrah Jaya Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa kelemahan pada CV. Anugrah seperti alur penjualan sederhana tanpa bagian akuntansi dan bagian penagihan, perangkapan jabatan sering terjadi kesalahan pencatatan, bagian administrasi dipegang oleh satu orang tanpa adanya manajer.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nofena (2016) dengan judul Peranan Audit Operasional Terhadap Kegiatan Penjualan pada CV. Citra Rajawali Computer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa

kelemahan pada CV. Citra Rajawali Computer seperti penjualan yang kurang maksimal, kurangnya kejujuran dari masing-masing karyawan sehingga merugikan perusahaan dan efektivitas penjualan serta tujuan perusahaan belum dapat tercapai secara maksimal

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Marlina (2017) dengan judul Audit Manajemen Fungsi Pemasaran pada Pabrik Stell dan Costructions UD. Trika jaya Tulungagung. Berdasarkan 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 Tulungagung memiliki jangkauan pemasaran ke seluruh wilayah Indonesia. Namun dari analisis internal perusahaan ditemukan adanya kelemahan pada sumber daya manusianya sehingga mempengaruhi fungsi pemasaran yang mengakibatkan penurunan tingkat penjualan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Eka dkk (2017) dengan judul Audit Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Kinerja atas Fungsi Penjualan pada PT. Aldik Sejahtera Bersama. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan PT. Aldik Sejahtera Bersama masih belum berjalan efektif dan efisien. Hal ini disebabkan oleh sistem perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian manajemen serta pengukuran dan evaluasi dibidang penjualan yang belum berjalan sebagaimana mestinya.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wahyudi dkk (2017) dengan judul Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi Fungsi Pemasaran. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran perusahaan menunjukkan secara keseluruhan sudah berjalan efektif, hal ini dapat dibuktikan dengan pencapaian target pendapatan setiap tahunnya dan kenaikan jumlah realisasi pendapatan ditahun 2016. Fungsi pemasaran perusahaan ini 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 di tiadakan perusahaan karena nilai *Net Operating Income Margin* pada tahun 2016 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang artinya margin laba usaha perusahaan meningkat.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Winarno (2017) dengan judul Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT. Astra Internasional TBK-Auto 2000 Cabang Manyar Gresik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian internal yang terdiri dari struktur organisasi (X1), sistem otorisasi dan prosedur pencatatan (X2), praktik yang sehat (X3), dan karyawan yang cakap (X4) secara simultan berpengaruh terhadap efektivitas penjualan dengan nilai signifikan 0,000. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masing-masing variabel pengendalian internal secara persial berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan PT. Astra Internasional-Auto 2000 cabang Manyar

Gresik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan masing-masing variabel < 0,05.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Mira (2017) dengan judul Pengaruh Audit Pemasaran Terhadap Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran (Penjualan) pada Politeknik LP3I Bandung berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan audit pemasaran di Politeknik LP3I Bandung sudah cukup memadai. Hal ini bisa dilihat dari sikap independensi dari status organisasi satuan penjamin mutu internal yang terpisah dari organisasi bagian lainnya. Walaupun demikian, masih ada beberapa kelemahan pada aktivitas fungsi pemasaran. Pelaksanaan efisiensi dan efektivitas fungsi pemasaran pada Politeknik LP3I Bandung cukup memadai. Hal ini dapat terlihat dari telah ditaatinya indikator efisiensi yaitu biaya promosi disesuaikan dengan perencanaan dan anggaran yang diawasi oleh fungsi keuangan. Efektivitas bisa dilihat dari pencapaian tujuan yang telah ditetapkan walaupun belum tercapai sepenuhnya namun kualitas dan kuantitas kerja diperhatikan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Zaenal dkk (2018) dengan judul Pengaruh Audit Operasional Fungsi Pemasaran dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pelayanan Konsumen PT. Kembang Joyo Sriwijaya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa audit manajemen fungsi pemasaran berpengaruh positif terhadap signifikan efektivitas penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan pengendalian internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas

penjualan. Dengan demikian audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan pada PT. Kembang Joyo Sriwijaya hal ini disebabkan oleh meningkatkan kualitas pemasaran produk dan telah memiliki umpan balik positif dimana hasil tersebut berdampak positif pada efektivitas penjualan. Namun masih terdapat sistem perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian manajemen serta pengukuran dan evaluasi dibidang penjualan yang belum berjalan sebagaimana mestinya.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Netty dan Rizki (2018) dengan judul Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Penjualan dengan Pengendalian Internal sebagai variabel *Intervening* survei pada kerajinan batik di kota jambi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabe sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengendalian intern, pengendalian intern tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap efektivitas penjualan dengan pengendalian intern sebagai variabel *Intervening*. (Survei pada Kerajinan Batik di Kota Jambi).

Penelitian selajutnya dilakukan oleh Iyab dkk (2020) dengan judul Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Efektivitas Penjualan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi sistem informasi akuntansi dan pengendalian internal memiliki pengaruh terhadap efektivitas penjualan sebesar 31,7% dan sisanya

dipengaruhi oleh faktor lain. Simpulan, X_1 (sistem informasi akuntansi penjualan) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap efektivitas penjualan (Y) dibandingkan X_2 (pengendalian internal). Namun variabel X_1 dan X_2 secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas penjualan di Darussyfa Mart. Kemampuan variabel-variabel independen (X_1 dan X_2) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) adalah sebesar 31,7% sedangkan sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model ini yang tidak diteliti.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Taufik dan Elleke (2021) dengan judul Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penjualan adalah realisasi target penjualan suatu perusahaan. Target penjualan hanya dapat dicapai apabila seluruh komponen perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan instruksi dari pimpinan. Menganalisis pengaruh antara variabel pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan adalah tujuan dari penelitian ini. Data-data pada variabel yang digunakan diambil secara langsung melalui survei. CV. Anugerah Perkasa adalah perusahaan yang menjual alat-alat tulis. Data kemudian dianalisis dengan regresi linier. Hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah variabel pengendalian internal mempengaruhi efektivitas penjualan secara signifikan.

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 efisiensi 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 efektif dengan keberhasilan dari tingkat profitabilitas pendapatan dari 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 tingkat keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

PT. Jalamas Raya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa kontruksi dan sudah berdiri sejak tahun 2010 Perusahaan jasa konstruksi merupakan kegiatan masyarakat dalam mewujudkan bangunan yang berfungsi sebagai pendukung atau prasarana aktivitas sosial ekonomi kemasyarakatan dalam menunjang terwujudnya tujuan Pembangunan Nasional. Adapun kegiatan usahanya yaitu memproduksi dan menjual kembali berbagai macam Aspal Hotmix seperti Aspal Hotmix AC-BC, AC-BASE, AC-WC yang sudah siap digunakan baik untuk kebutuhan instansi

Pemerintahan maupun Swasta. Didalam melakukan transaksi pembelian jika sudah terjadi proses kesepakatan pembelian produk maka akan dilakukan PO Pembelian mulai dari pembangunan, pengoperasian, pemeliharaan, pembongkaran dan pembangunan kembali suatu bangunan.

Setiap usaha tentu ingin menjangkau target pasar semaksimal mungkin, sehingga strategi pemasaran jasa konstruksi seringkali dijadikan permasalahan. Di daerah perusahaan ini sebagian masyarakat masih minim pengetahuan dalam kemampuan perkembangan teknologi, dan ada pula sebagian masyarakat malas mencari tahu melalui sosial media dalam hal pemasangan iklan yang menarik membutuhkan strategi pelaksanaan yang tepat, supaya perusahaan ini mampu berkembang dan dapat dikenal di masyarakat luas.

Strategi pemasaran menentukan produk dalam bisnis merupakan yang 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, trend pasar yang sedang berkembang, dan melihat seberapa besar peluang yang ada. Berikut target dan pencapaian target rentan waktu tahun 2017-2021:

Tabel I.1
Rekapitulasi Target dan Realisasi Penjualan
PT. Jalamas Raya Palembang
Tahun 2017 sampai tahun 2021

No	Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase
1	2017	Rp 150.000.000	Rp 105.850.000	70,57%
2	2018	Rp 180.000.000	Rp 116.345.000	64,64%
3	2019	Rp 200.000.000	Rp 123.425.000	61,71%
4	2020	Rp 250.000.000	Rp 175.320.000	70,13%
5	2021	Rp 285.000.000	Rp 194.240.000	68,15%

Sumber : PT. Jalamas Raya Palembang, 2021

Dapat dilihat dari tabel I.1 bahwa realisasi penjualan dan pelayanan jasa PT. Jalamas Raya Palembang dari tahun 2017-2021 selalu mengalami penurunan dan tidak memenuhi target penjualan yang telah ditentukan. PT. Jalamas Raya Palembang juga berusaha dalam pengelolaan penjualan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan perlu adanya ekonomis, efektivitas dan efisiensi dalam melaksanakan kegiatan penjualan dimana PT. Jalamas Raya Palembang menargetkan penjualan produk Aspal Hotmix mencapai 85% dari target yang telah ditentukan untuk memperoleh laba setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil data realisasi penjualan yang ada pada PT. Jalamas Raya Palembang ditemukan permasalahan bahwa PT. Jalamas Raya Palembang tidak mengutamakan promosi penjualan produk Aspal Hotmix seperti Aspal Hotmix AC-BC, AC-BASE, dan AC-WC. Banyak sekali hambatan dalam melakukan promosi ialah masalah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan kelemahan cara pemasarannya yaitu dengan menawarkan produk secara langsung kepada instansi-instansi pemerintahan

dan perusahaan swasta dengan memasarkan jasa borongan bangunan, kurangnya komunikasi dengan pelanggan juga bisa menjadi hambatan perusahaan dalam melakukan promosi. Itu artinya telah terjadinya penurunan pada tiap tahunnya atas pendapatan yang dihasilkan dari penjualan Aspal Hotmix.

Kondisi pandemi juga membuat PT. Jalamas Raya Palembang harus realistis untuk menurunkan target penjualan pada tahun 2021 namun realisasi penjualan terus menurun setiap tahunnya. Sedangkan perusahaan mengharapkan setiap tahun harus meningkat. Padahal pengeluaran biaya promosi yang dikeluarkan terus meningkat pada tiap tahun yang dihasilkan oleh perusahaan. Meningkatnya biaya promosi yang tidak diikuti dengan meningkatnya jumlah pendapatan penjualan mengindikasikan kinerja perusahaan yang kurang baik. Seringkali terbilang masih menjadi tantangan PT. Jalamas Raya Palembang saat ini.

Di daerah perusahaan ini juga sebagian masyarakat masih minim pengetahuan dalam kemampuan perkembangan teknologi, dan ada pula sebagian masyarakat malas mencari tahu melalui sosial media dalam hal pemasangan iklan yang menarik membutuhkan strategi pelaksanaan yang tepat, supaya perusahaan 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 diinginkan semua pelanggan. Untuk itu perusahaan harus

melakukan pencatatan tentang selera masyarakat, trend pasar yang sedang berkembang, dan melihat seberapa besar peluang yang ada.

Beberapa pesaing sekitar seperti PT. Baniah Rahmat Utama, PT. Fajar Indah dan PT. Bintang Selatan Agung menawarkan keunggulan produknya, dan menawarkan produk yang sejenis dengan harga yang lebih murah atau dengan harga yang serupa, membuat konsumen berpikir ulang untuk memilih produk yang dijual di PT. Jalamas Raya Palembang. Berdasarkan ini 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 **“Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT. Jalamas Raya Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang ?

2. Bagaimanakah pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang ?
3. Bagaimanakah pengaruh pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran dan pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh audit manajemen fungsi pemasaran terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang
3. Untuk Mengetahui pengaruh pengendalian internal terhadap efektivitas penjualan pada PT. Jalamas Raya Palembang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitain ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai Pengaruh Audit Manajemen

Fungsi Pemasaran Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan.

2. Bagi PT. Jalamas Raya Palembang

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan PT. Jalamas Raya Palembang khususnya mengenai Pengaruh Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tambahan bagi almamater sebagai rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Betri.2020. *Pemeriksaan Manajemen*. Palembang: Penerbit Noerfikri.
- Dewi Iswara, Syafe'i, dan Ali Rasyidi. (2015). Penerapan Audit Operasional Dalam Menilai Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Penjualan Pada CV. Anugerah Jaya Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi UBHARA* ISSN : 24607762.
- Diah Isnaini Asiati, Wani Fitriah, Ervita Safitri Maftuhah Nurrahmi dan Choiriyah. 2019 *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: Noefikri.
- Eka Ratna Wulandari, Ali Rasyidi dan Ali Rachman. (2017). Audit Manajemen Dalam Menunjang Efektivitas dan Efisiensi Kinerja Atas Fungsi Penjualan Pada PT. Aldik Sejahtera Bersama. *Jurnal Ekonomi Akuntansi* Vol. 3 Issue 3 Tahun 2017.
- IBK Bhayangkara. 2016. *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Islahuzzaman. 2012. *Istilah-Istilah Akuntansi dan Auditing*. Edisi 1 Jakarta: Bumi Askara.
- Iyab Salahuddin, Gatot Wahyu Nugroho dan Tina Kartini (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Efektivitas Penjualan. *Journal of Business, Management and Accounting* Volume 2, Nomor 1, Desember 2020
- Kumat (2011).*Buku Ajar Ekonomi Koperasi*.Edisi 6. Bandung
- Kurnianti Rachma. 2015. Audit Operasional Untuk Menilai Efektivitas Penjualan Pada PT. Alam Jaya Langgeng Sentosa. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. STIESIA*. Vol.4 No.5 2015
- Marlena, M. (2017). Audit Manajemen Fungsi Pemasaran pada Pabrik Steel dan Constructions UD. Trika Jaya Tulungagung. *Jurnal NUSAMBA* Vol. 2 No. 1 Tahun 2017.
- Mira (2017).Pengaruh Audit Pemasaran Terhadap Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran (Penjualan) pada Politeknik LP3I Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol 3 No. 2 Juli Tahun 2017
- Mulyadi.2016. *Auditing* Buku 1 Edisi 6. Jakarta : Salemba Empat
- Netty dan Rizki. (2018). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Penjualan dengan Pengendalian Internal sebagai variabel *Intervening* (survei pada kerajinan batik di kota jambi). *Jurnal Akuntansi* Vol. 6 No. 2 April 2018:131-142

- Nofena Eka Bella. (2016). Peranan Audit Operasional Terhadap Kegiatan Penjualan pada CV. Citra Rajawali Computer. Jurnal PETA e-ISSN 2528-2581 Vol. 1 No. 1 Juli 2016 Hal 73-82.
- Soemarso.2018.*Etika dalam Bisnis dan Profesi Akuntan dan Tata Kelola Perusahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sukrisno Agoes.2019. *Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik*. Buku 1 Edisi 5 Jakarta : Salemba Empat
- Taufik Hidayat dan Elleke Zepanya (2021) Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan Vol. 2, No. 1, April 2021, Hal. 20-29
- Uma Sekaran dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Buku Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- V.Wiratna Sujarweni. (2021). *Metode Penelitian-Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Wahyudi, Ali Rasyidi, dan Arief Rahman. (2017). Penerapan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi Fungsi Pemasaran Pada PT. Meratus Line Surabaya. Jurnal Ekonomi Akuntansi Vol. 3 No. 3 Tahun 2017.
- Winarno.(2017).Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT.Astra Internasional Tbk-Auto 2000 Cabang Manyar Gresik. Universitas Islam Darul'Ulum Lamongan.
- Yuhanis Ladewi. (2017) *Sistem Informasi Akuntansi I (Teori dan Praktik)*. (Edisi ketiga). Universitas Muhammadiyah Palembang: Palembang.
- Zaenal Fanani, U.Wisaptiningsih, N. Febrianto dan J.A Putritamara (2018). Pengaruh Audit Operasional Fungsi Pemasaran dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan Pelayanan Konsumen PT. Kembang Joyo Sriwijaya. Jurnal Ilmu dan Teknologi e-ISSN: 2406-9337 Vol. 6 Tahun 2018