

**ANALISIS AUDIT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PELAYANAN PADA
PT. POS INDONESIA PERSERO PALEMBANG**

Skripsi



**Nama : Yeli Safitri Yani
Nim : 222018132**

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

Skripsi

**ANALISIS AUDIT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PELAYANAN PADA
PT. POS INDONESIA PERSERO PALEMBANG**

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



**Nama : Yeli Safitri Yani
Nim : 222018132**

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

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yeli Safitri Yani
Nim : 222018132
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam meningkatkan Efektivitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang

Dengan ini menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana strata 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 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 dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Februari 2022



Yeli Safitri Yani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam meningkatkan Efektivitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang
Nama : Yeli safitri Yani
Nim : 222018132
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program studi : Akuntansi
Mata kuliah pokok : Pemeriksaan Akuntansi

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Februari 2022

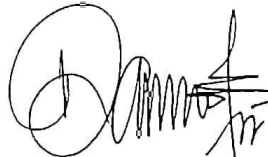
Pembimbing I,



Rosalina Ghazali, Hj.S.E.,Ak.,M.Si

NIDN/NBM:0028115802/10219610224038702

Pembimbing II,

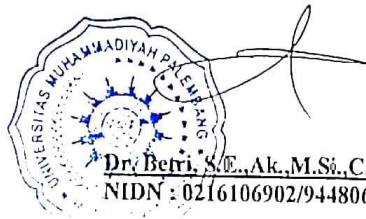


Darmayanti, SE.,Ak.,M.M.,CA

NIDN/NB:0219057901/1187172

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



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

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Kerjakan sekarang atau kamu tidak akan mendapatkan apa-apa”

Skripsi ini kupersembahkan kepada

- *Kedua orang tuaku*
- *Saudara – saudariku*
- *Almamaterku*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alaamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt., karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang”. Skripsi ini penulis ajukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mengikuti ujian komprehensif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.

Adapun penelitian ini terbagi menjadi lima bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan, dan bab simpulan dan saran. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Allah SWT, kedua orang tuaku tercinta, ayahku dan ibuku 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 terimakasih kepada Ibu Rosalina Ghazali, Hj.S.E.,Ak.,M.Si selaku pembimbing I dan Ibu

Darmayanti, SE.,Ak.,M.M.,CA selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta saran- saran dengan tulus dan ikhlas dan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.serta saudara- saudara ku cicik, ibung, nenek yang telah memberi semangat, mendoakan dan memberikan dorongan baik materil maupun spirit yang tiadahentinya. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta wakil-wakil Rektor beserta Staf karyawan/karyawati Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Bapak Dr. Betri, SE., M.Si., Ak., CA dan Ibu Nina Sabrina, SE., M.Si selaku ketua prodi dan sekretaris program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Kepala serta pegawai/staf di PT. Pos Indonesia yang telah memberikan izin penelitian atas keperluan skripsi penulis
6. Kepada seluruh keluargaku yang telah membantuku dalam berbagai hal sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini terkhusus untuk saudaraku tercinta.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati yang tulus, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas budi untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Aamiin.

Palembang Februari 2022

Penulis,

Yeli safitri yani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKARTA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian sebelumnya	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Jenis penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Operasional Variabel	32
D. Data yang Diperlukan.....	32
E. Metode pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data dan Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Sejarah PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.....	36

2. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (persero) Palembang..	41
3. Tugas Pokok PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.....	41
4. Visi, Misi PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.....	48
5. Aktivitas perusahaan	49
B. Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL. II.1 Penelitian sebelumnya	29
TABEL III.1 Operasional Variabel.....	32

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar IV. 1 Struktur Organisasi PT. Pos Palembang	41
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Riset Dari Tempat Penelitian
- Lampiran 3 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 Bebas Plagiat
- Lampiran 5 Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 6 Sertifikat Komputer Akuntansi
- Lampiran 7 Sertifikat Membaca dan Menghafal Al Qur'an
- Lampiran 8 Sertifikat Pelatihan SPSS
- Lampiran 9 Sertifikat Magang Di PT. Pos Indonesia (persero) Palembang
- Lampiran 10 Biodata Penulis

ABSTRAK

Yeli Safitri Yani / 222018132 / 2022 / Analisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang/ Pemeriksaan Manajemen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Sumber data yang diperlukan adalah data primer. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara wawancara. Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang menemukan bahwa pelaksanaan audit manajemen pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang belum dilakukan secara optimal, karena masih memiliki beberapa kelemahan yang memerlukan perbaikan terutama dalam pelayanan. Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (persero) Palembang masih belum dilaksanakan secara efektif terutama dalam hal pengiriman barang dan surat seringkali terlambat bahkan terkadang tidak sampai ketangan pelanggan. Oleh karena itu perlu dilakukannya perbaikan atas audit manajemen pemasaran dalam meningkatkan efektivitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.


Kata kunci: Audit Manajemen Pemasaran, Efektivitas Pelayanan

ABSTRACT

Yeli Safitri Yani / 222018132 / 2022 / Analysis of Marketing Management Audits in Improving Service Effectiveness at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang/ Management Check.

The purpose of this study was to analyze the Marketing Management Audit in Improving Service Effectiveness at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang. The type of research used is descriptive research. The data source required is primary data. The research method used is descriptive qualitative method. The data collection used is by means of interviews. The results of research conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang found that the implementation of a management audit at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang has not been carried out optimally, because it still has several weaknesses that require improvement, especially in service. Services provided by PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang is still not implemented effectively, especially in terms of sending goods and letters often late and sometimes even not reaching the customer's attention. Therefore, it is necessary to improve the marketing management audit in increasing the effectiveness of services at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang.

Keywords: *Marketing Management Audit, Service Effectiveness*

No	Nama	Nim	Keterangan
	Yeli Safitri Yani	222018132	

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pebisnis dituntut untuk lebih mampu berinovasi, dalam menggapai perubahan yang terjadi di sekitar dan dapat mengambil peluang yang ada untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan harus mempertahankan usahanya sesuai dengan tujuan perusahaan. Salah satu langkah yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan evaluasi kinerja pemasaran. Dalam hal ini, fungsi pemasaran adalah memperkenalkan produknya, mengembangkan dan mempertahankan posisi perusahaan, dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa pemasaran memainkan peran penting di dalam melaksanakan kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Perkembangan dunia bisnis saat ini juga sangat membawa dampak bagi perkembangan suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang pasarnya di penuhi oleh berbagai jenis produk barang dan jasa yang memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Sehingga perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam persaingan pasar adalah perusahaan yang mampu membaca peluang pasar. Perusahaan yang mampu mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Di dalam membaca peluang pasar merupakan tugas dari fungsi pemasaran untuk

jeli membaca peluang yang ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta dapat mencapai tujuan dari fungsi pemasaran itu sendiri.

Penyediaan pelayanan yang berkualitas, dapat memicu potensi sosial ekonomi masyarakat yang merupakan bagian dari demokratisasi ekonomi. Penyediaan pelayanan publik yang bermutu merupakan salah satu alat untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada system pelayanan organisasi baik swasta maupun pemerintah. Hal tersebut menjadikan pemberian pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat menjadi faktor pendorong lahirnya terobosan atau inovasi baru dalam sistem pelayanan.

IBK Bhayangkara (2017:2) Audit manajemen merupakan evaluasi terhadap efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan. Dalam hal ini manajemen meliputi seluruh operasi internal perusahaan yang harus dipertanggungjawabkan kepada berbagai pihak yang memiliki wewenang yang lebih tinggi. Semua aspek yang ada di dalam perusahaan dapat di lakukan dengan audit manajemen, yang umumnya meliputi audit manajemen fungsi pemasaran, fungsi keuangan, fungsi sumber daya manusia, fungsi pembelian, fungsi produksi, audit kepastian mutu dan audit pengolahan data elektronik.

Audit manajemen yang dilakukan pada suatu perusahaan sangat berperan dalam membantu pihak manajemen untuk mengetahui letak kesalahan atau kekurangan yang terjadi dalam suatu perusahaan tersebut. Dengan demikian audit manajemen sangat berperan penting dalam mengevaluasi kemampuan keuangan perusahaan, contohnya seperti mengevaluasi kekurangan yang terjadi pada kegiatan operasional suatu perusahaan. Apabila kegiatan tersebut

dilakukan secara efektif dan efisien maka tujuan perusahaan akan sesuai dengan harapan perusahaan tersebut.

Betri (2020:187) Audit 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, kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, dan kebijakan saluran distribusi.

Sistem informasi pemasaran merupakan cara pengumpulan dan penganalisaan dan secara terorganisasi dan berkelanjutan guna menyediakan informasi yang diperlukan para manajer pemasaran untuk mengambil keputusan. Sistem informasi dirancang untuk menghubungkan kebutuhan manajemen terhadap informasi sebagai aktivitas dalam menjalankan fungsi manajerialnya (Betri 2020:209).

Menurut Tjiptono (2012: 236) pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampainnya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Nasution Mulia (2010:68) mengungkapkan bahwa efektivitas pelayanan adalah suatu pekerjaan dapat dilihat dari kuantitas, waktu yang dipakai, jabatan yang dipegang. Pemahaman akan fungsi dan kegunaan peralatan kerja dan kecermatan atau ketelitian dalam melaksanakan pekerjaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Andrian, Cherrya (2016) yang berjudul “Audit Manajemen Terhadap Fungsi Pemasaran untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi pada PT. Sussam Pramijaya Palembang” Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran PT. Sussam Primijaya Palembang secara umum telah efektif dan ekonomis akan tetapi belum cukup efisien, karena masih memiliki beberapa kelemahan sehingga diperlukan perbaikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lydia dan Siti (2014) dengan judul “Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Pada PT. Graha Mitra Sukarami Palembang”. Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara yaitu perusahaan belum ada audit manajemen fungsi pemasaran dan hasil pengamatan melalui tahapan audit manajemen bahwa aktivitas fungsi pemasaran sudah cukup memadai, walaupun masih ada beberapa kelemahan-kelemahan pada fungsi pemasaran. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan tahapan audit manajemen.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Wahyuni (2015) dengan judul “Audit Manajemen Fungsi Pemasaran pada PT. Bumi Sriwijaya Palembang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran pada PT. Bumi Sriwijaya Palembang secara umum sudah cukup efektif dan ekonomis, namun belum efisien, karena masih memiliki beberapa kelemahan yang memerlukan

perbaikan segera. Selain itu perusahaan belum pernah menerapkan audit manajemen sebelumnya, sehingga perusahaan perlu melakukan audit pemasaran dengan mengikuti tahapan audit manajemen yaitu melakukan audit pendahuluan, memeriksa ulang terhadap pengendalian manajemen, melakukan audit lanjutan, dan membuat laporan audit.

Penelitian yang dilakukan oleh Bety Novitasari (2013) dengan judul "Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Studi kasus pada Wisata Agro Gondang Winangoen Kelaten" Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan strategi yang jelas melalui bussines plan atau marketing plan. Strategi yang dilakukan perusahaan yaitu perusahaan selalu melihat peluang yang ada dan mengembangkannya untuk menyesuaikan kebutuhan pengunjung. Adanya strategi pemberian diskon (potongan) harga untuk konsumen juga bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan fasilitas wisata yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, dkk (2017) yang berjudul "Peranan Audit Manjemen untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi Fungsi pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data yang digunakan yaitu menggunakan data skunder. Hasil penelitian dilihat dari fungsi pemasaran yang kurang efisien karena masih, banyak kelemahan-kelemahan perusahaan pada fungsi pemasaran.

Fenomena yang bersangkutan dengan audit pemasaran adalah seperti kasus yang terjadi pada PT. Permen Gummy yaitu sebuah perusahaan permen rasa

tropical berry yang banyak dinikmati anak-anak kecil. Dalam kasus ini terdapat laba penjualan 2 tahun terakhir yang sangat kecil. Manajemen puncak merasa permasalahannya terletak pada tenaga penjualan. Menurutnya pada bagian penjualan ini tidak dapat berkerja keras atau tidak cukup pintar dalam memecahkan atau memperbaiki masalah. Dengan demikian manajemen puncak merencanakan untuk menyewa pelatih tenaga penjualan untuk melatih mereka dalam teknik barang dagangan dan penjualan dengan tujuan mereka dapat lebih cukup pintar dalam memecahkan masalah. Sebelum merencanakan rencana tersebut, manajemen menyewa konsultan pemasaran untuk melakukan audit pemasaran. Auditor mewawancarai manejer, pelanggan, perwakilan penjualan, dealer dan meneliti bagian data.

Dalam penelitian ini, audit manajemen difokuskan pada audit pemasaran di PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang yang beralamat di Jalan Merdeka No.3 19 ilir Kecamatan Bukit kecil, 19 Ilir, Ilir Barat 1, kota Palembang, Provinsi sumatera selatan 30132, yang merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang produk dan jasa yang meliputi, layanan surat dan paket, logistik, jasa keuangan, ritel dan properti.

Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti dengan bapak Hardiansyah selaku manajer bagian pemasaran di Pt. Pos Indonesia Persero Palembang pada tanggal 15 November 2021. Menjelaskan bahwa PT. Pos Indonesia Persero Palembang sudah dilakukannya audit manajemen pemasaran namun masih memiliki kelemahan yaitu pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (persero) Palembang belum dilaksanakan secara efektif. Konsumen merasa

pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (persero) Palembang kurang baik. Pengiriman barang dan surat seringkali terlambat bahkan tidak sampai ketangan penerima. Fenomena tersebut mengakibatkan ketidakpuasan dan turunnya kepercayaan pelanggan terhadap PT. Pos Indonesia (persero) Palembang. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Audit Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pelaksanaan audit manajemen pemasaran dalam meningkatkan efektivitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pelaksanaan audit manajemen pemasaran dalam meningkatkan efektivitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta sebagai tugas demi memenuhi syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana.
2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi sumber informasi dan menjadi bahan masukan dalam memecahkan masalah yang mungkin dihadapi oleh perusahaan yang berkaitan dengan audit manajemen pemasaran dalam meningkatkan efektivitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi refrensi tambahan dan dapat menambah pengetahuan tentang auidt manajemen pemasaran, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulis dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno. 2012. *Bunga Rampai Auditing*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Agoes, Sukrisno. 2017. *Auditing Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik*. Jakarta : Salemba Empat.
- Abdul Halim, Bambang supomo, Muhammad syam kasafi. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta.
- Andrian Cherrya. 2016. *Audit Manajemen Terhadap Fungsi Pemasaran untuk menilai efektifitas dan efisiensi Studi kasus pada PT. Sussam Pramijaya Palembang*.
- Bayangkara. IBK 2013. *Audit Manajemen : Prosedur dan Implementasi Management Audit*. Jakarta : Salemba Empat.
- Bayangkara, IBK. 2014. *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Bayangkara, IBK. 2017. *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat
- Betri. 2021. *Pemeriksaan Manajemenn*. Noerfikri Palembang: CV Amanah
- Bety Novitasari. 2013. *Audit Manajemen atas Fungsi Pemasaran Studi Kasus Pada Wisata Agro Gondang Winangoen Klaten Yogyakarta*. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta. Edisi kesepuluh. Bandung.
- Diah Isnaini Asiati, dkk. 2019. *Metodelogi Penelitian*. Palembang

- Fauzi, Fitri. 2019. *Metodelogi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Amstrong. Gary. 2012. *Dasar-dasar pemasaran*. (Alih bahasa: Alexander sindoro). Jakarta. PT Ikar Mandiabad.
- Lydia dan siti. 2014. *Audit Manajemen Fungsi pemasaran. Pada PT. Graham mitra Sukarami Palembang*. Akuntansi STIE MDP.
- Mulyadi. 2013. *Auditing Satu* Edisi pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Mulia nasution. 2010. *Pengantar Manajemen*. Djambatan.
- Nurul hidayati. 2000. *Dasar-dasar Manajemen*
- Putri Wahyuni. 2015. *Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran pada PT. Bumi Sriwijaya Palembang*. Palembang. Akuntansi. STIE Multi Data Palembang.
- Sofjan Assauri. 2015. *Manajemen pemasaran edisi keempat belas*. Rajagrafindo persada. Jakarta.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2012. *Audit Manajemen dan Audit Keuangan Historis*. Jakarta. Harvarindo.
- Wahyudi dkk. 2017. *Peranan audit Manajemen untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi fungsi pemasaran Pada PT. Meratus Line Surabaya*.
- Wiratna, 2019. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta. PUSTAKABARUPERPUS.
- Wiratna. 2021. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta. PUSTAKABARUPERPUS.

Sumber Online :

www.posindonesia.co.id