

**PERANAN AUDIT MANAJEMEN UNTUK MENILAI EFEKTIFITAS  
DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN PADA PT.POS  
INDONESIA ( PERSERO ) PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Tasya Putri Indani**

**Nim : 222018110**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PERANAN AUDIT MANAJEMEN UNTUK MENILAI EFEKTIFITAS  
DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN PADA PT.POS  
INDONESIA ( PERSERO ) PALEMBANG**

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



**NAMA : TASYA PUTRI INDANI  
NIM : 222018110**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tasya Putri Indani  
NIM : 222018110  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Judul : Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasaran Pada PT.POS Indonesia (PERSERO) 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 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 sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Palembang, Februari 2022



Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasaran Pada PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang  
Nama : Tasya Putri Indani  
NIM : 222018110  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksa Akuntansi

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Februari 2022

Pembimbing I,

Nina Sabrina, S.E., M.Si

NIDN/NBM : 0216056801/851119

Pembimbing II,

Kurnia Krisna Hari, S.E., M.Si

NIDN/NBM : 0214049002/1292727

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. B.H. S.E., M.Si., CA

NIDN/NBM : 0216106902/944806

## HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

*Berhenti menyalahkan segalanya, berani ambil resiko dan lakukan apa yang membuat mu bahagia, kerjakan semua dengan sepenuh hati. Karna yang ada belum tentu pasti*

*“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya” Ali bin Abi Thalib*

*Terucap syukur kepadamu*

*Ya allah...*

*Skripsi ini ku persembahkan kepada :*

- *Ayahanda dan ibundaku tercinta*
- *Dosen pembimbingku*
- *Saudara – saudariku*
- *Almamaterku*



## PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alaamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt., karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasaran 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 (Hamdani) dan ibuku (Inayati) 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 Nina Sabrina, S.E., M.Si. selaku pembimbing I dan

Ibu Kurnia Krisna Hari, S.E.,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.serta saudara- saudara ku 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. Kepada seluruh keluargaku terutama mama dan papa yang telah mensupport selalu, mendoakan dan memberi semangat setiap hari, yang telah membantuku dalam berbagai hal, terimakasih mama dan papa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini terkhusus saudaraku kakak dan ayuk tercinta (Edo Fernando dan Inneke Maharani) yang telah memberi dukungan untuk selalu semangat.
5. Terimakasih banyak kepada sahabat-sahabatku yang selalu mensupport dan selalu ada. Terimakasih kepada Ayu patkai, Miti, Yelay, Mas trik yang selalu membantu segalanya.

6. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepala serta pegawai/staf di PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang yang telah memberikan izin penelitian atas keperluan skripsi penulis
8. 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 february 2022

Penulis,

Tasya Putri Indani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</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. Kajian Pustaka.....	11
1. Audit Manajemen.....	11
a. Pengertian Audit Manajemen.....	11
b. Tujuan Audit Manajemen .....	12
c. Prinsip Dasar Audit Manajemen .....	13
d. Karakteristik Audit Manajemen.....	16
e. Manfaat Audit Manajemen .....	17
f. Jenis Audit Manajemen.....	18
2. Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi .....	19
a. Pengertian Efektifitas .....	19

b. Indikator Efektifitas .....	20
c. Pengertian Efisiensi.....	21
d. Indikator Efisiensi .....	21
3. Pemasaran .....	22
a. Pengertian Pemasaran .....	22
b. Tujuan Audit Pemasaran.....	22
c. Manfaat Pemasaran .....	23
d. Karakteristik Audit Pemasaran .....	23
4. Peranan Audit Manajemen Fungsi Pemasaran.....	24
a. Pengertian Peranan Audit Manajemen.....	24
b. Indikator Peranan Audit Manajemen .....	24
B. Penelitian Sebelumnya .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Operasional Variabel.....	33
D. Data Yang Di Perlukan .....	34
E. Metode Pengumpulan Data .....	35
F. Analisis Data Dan Teknis Analisis .....	36
G. Sistematika Penulisan.....	37
H. Jadwal Penelitian.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>

A. Hasil Penelitian .....	36
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
2. Profil PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang .....	37
3. Visi dan Misi PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang .....	38
4. Struktur Organisasi.....	39
5. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Jabatan di PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang .....	40
6. Kegiatan Usaha PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang.....	46
7. Aktivitas Bisnis Utama dan Jenis Layanan Pada PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang.....	52
B. Pembahasan Penelitian.....	56
1. Peranan Audit Manajemen Fungsi Pemasaran.....	56
2. Efektifitas dan Efisiensi .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>72</b>
1. Kesimpulan .....	72
2. Saran	

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

<b>TABEL I.1 Anggaran Dan Realisasi .....</b>	<b>6</b>
<b>TABEL II.1 Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>28</b>
<b>TABEL III.1 Operasional Variabel.....</b>	<b>33</b>
<b>TABEL III.2 Jadwal Penelitian .....</b>	<b>38</b>

## DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi.....	39
------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Surat Keterangan Selesai 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-Quran
Lampiran 8	Sertifikat Latihan SPSS
Lampiran 9	Sertifikat Magang di Dinas Pekerjaab Umum Bina Marga Dan Tata Ruang Provinsi Sumatera Selatan
Lampiran 10	Sertifikat Putera Puteri UMP
Lampiran 11	Biodata Penulis

## **ABSTRAK**

**Tasya Putri Indani/ 222018110 / 2022 / Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasran Pada PT.POS Indonesia Persero Palembang / Pemeriksaan Akuntansi**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peranan audit manajemen untuk menilai efektifitas dan efisiensi fungsi pemasaran 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. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara. Hasil penelitian yang dilakukan pada PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang, ditemukan beberapa kelemahan dari temuan . Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia (persero) Palembang menemukan bahwa fungsi pemasaran di PT. Pos Indonesia (persero) Palembang belum dilakukan secara maksimal. 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 pihak konsumen terhadap PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.

**Kata Kunci : Audit Manajemen, Efektivitas Pemasaran.**

## **ABSTRACT**

*Tasya Putri Indani/ 222018110 / 2022 / The Role of Management Audit To Assess The Effectiveness And Efficiency Of The Marketing Function At PT.POS Indonesia Persero Palembang / Accounting Examination*

*The purpose of this study was to determine the role of management audit to assess the effectiveness and efficiency of the marketing function 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. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection used by interview. The results of research conducted at PT. POS Indonesia (PERSERO) Palembang, found several weaknesses from the findings. The results of research conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang found that the marketing function at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang has not been carried out optimally. consumers feel the services provided by PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang is not good, the delivery of goods and letters is often late and does not even reach the recipient. This phenomenon resulted in dissatisfaction and a decrease in consumer confidence in PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang.*

*Keywords: Management Audit, Marketing Effectiveness.*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

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

Dunia usaha sekarang sudah sangat berkembang dengan begitu cepat. Pasar yang dipenuhi oleh banyak jenis semua barang 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 prosedur serta peningkatan hasil agar terciptanya efektivitas dan juga efisiensi dalam kegiatan pemeriksaan khususnya fungsi pemasaran.

Bayangkara (2014:2) mengatakan bahwa audit manajemen adalah evaluasi pada efisiensi dan efektifitas kinerja perusahaan. Dalam isi audit manajemen, manajemen berupa berbagai operasi internal perusahaan yang

harus dipertanggung jawabkan kepada berbagai pihak yang memiliki wewenang yang lebih tinggi.

Betri (2019:3) mengatakan bahwa audit manajemen ialah suatu organisasi audit terhadap manajemen secara menyeluruh untuk menilai unsur-unsur manajemen suatu organisasi tersebut sudah direncanakan, dilaksanakan, serta dikendalikan dengan prinsip-prinsip manajemen yang benar dan baik agar fungsi- fungsi tersebut dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi dan ekonomisasi dengan kesesuaian pada kebijakan setiap operasi yang dilaksanakan untuk suatu organisasi.

Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitasnya. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pangsa pasar, yang pada akhirnya tidak lain adalah memaksimalkan laba dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Perusahaan harus menyadari bagaimana mereka mengenali dan menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, mengendalikan hambatan yang muncul, serta memaksimalkan peluang dalam dunia bisnis.

Perusahaan dituntut untuk dapat menjalankan fungsi - fungsinya secara tepat dan sesuai dengan standar yang berlaku di perusahaan tersebut agar dapat bertahan dalam dunia bisnis. Namun pada praktiknya, tidak jarang perusahaan mengalami penurunan kinerja pada salah satu fungsinya yang berdampak pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan pada periode tertentu.

Philip dan Kevin (2012:5) Fungsi pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Fungsi pemasaran ini merupakan bagian dari fungsi utama dari keberhasilan sebuah perusahaan. Fungsi pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien bertujuan untuk mencapai kondisi perusahaan yang baik, dikarenakan pada fungsi ini mengerahkan sumber daya dalam jumlah yang besar dan merupakan penentu volume penjualan perusahaan, sehingga ketika terjadi penyimpangan akan berakibat pada kerugian yang cukup material dan berpengaruh pada tingkat penjualan. Salah satu kegiatan untuk menilai fungsi serta mengevaluasi strategi pemasaran adalah dengan melakukan kegiatan audit manajemen terhadap kegiatan pemasaran.

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.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yoshi dkk (2015) dengan judul Analisis Audit Operasional Fungsi Pemasaran (studi kasus pada PT. Pardic Jaya Chemicals). Hasil dari penelitian ini bahwa audit operasional atas fungsi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat meningkatkan 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.

Wahyudi dkk (2017) judul penelitian peranan audit manajemen untuk menilai efektifitas dan efisiensi fungsi pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya. Hasil kesimpulan dari penelitian ini bahwa fungsi pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya secara keseluruhan sudah berjalan efektifitas dan efisiensi hanya saja pada organisasi pemasarannya kurang efektif

Rahiya dkk (2020) dalam penelitiannya tentang audit operasional atas fungsi pemasaran pada PT.PLN (persero) UP Namrole Kabupaten Buru Selatan Prov Maluku. Hasil penelitian ini bahwa aktivitas fungsi penjualam PT.PLN (persero) UP Namrole pada tahun 2017 sampai 2018 telah berjalan dengan cukup efektifitas dan efisiensi.

PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang Pusat di jalan Merdeka yang merupakan tempat penelitian saya adalah bagian dari divisi PT. Pos Indonesia (Persero), merupakan BUMN yang bergerak dijasa pengiriman surat, paket, dan jenis pelayanannya dalam bidang layanan keuangan. Bertujuan untuk melaksanakan kegiatan usaha di bidang pelayanan jasa pos bagi masyarakat baik di dalam maupun di luar wilayah Indonesia. Sebagai penyedia jasa pos tertua di Indonesia, PT Pos Indonesia (Persero) senantiasa bertekad untuk terus memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, sehingga mampu turut serta memajukan perekonomian nasional melalui paduan layanan yang

diberikan hingga ke pelosok negeri. Hingga saat ini, PT Pos Indonesia (Persero) melaksanakan kegiatan pos dengan bertumpu kepada tiga bisnis intinya yaitu layanan pengiriman surat dan paket, logistik, dan jasa keuangan. Hingga saat ini pemasaran di PT. POS Indonesia (PERSERO) Palembang berjalan dengan baik. Perkembangannya dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini

**Tabel 1.1**  
**Anggaran dan Realisasi**  
**PT. POS Indonesia (PERSERO) Palembang tahun 2016-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Presentase (%)</b>
2016	5.000.000.000	8.700.877.222	174%
2017	5.000.000.000	9.000.000.341	180%
2018	5.000.000.000	9.195.662.836	183%
2019	5.000.000.000	9.538.159.156	190%
2020	5.000.000.000	7.655.927.913	153%

Sumber : PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang, 2021

Dilihat dari tabel 1.1 data realisasi pendapatan PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang dari tahun 2016-2020 mengalami peningkatan dan penurunan terhadap pemasaran antara lain benda-benda pos, pengiriman paket, dan kuliner. Pada tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang cukup baik dilihat dari hasil pendapatan keseluruhannya per tahun. Selanjutnya 2018 dan 2019 mengalami peningkatan pendapatan. Dan di tahun 2020 mengalami penurunan pendapatan. Dari tabel di atas mempunyai 15 produk yang semua pemasarannya tidak selalu meningkat, adapun beberapa

pemasaran yang tidak berjalan secara efektif seperti surat express, layanan transportasi, paket biasa, paket pos jumbo motor, paket jumbo ekonomi, barang express, EMS DOC, EMS barang, dan tercatat lain-lain.

PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang telah melaksanakan SOP dengan baik agar apa yang di harapkan bisa tercapai. Adapun SOP Pemasaran PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang yang telah mereka terapkan memiliki syarat dan ketentuan jasa layanan sebagai berikut :

- a) Setiap pengirim berhak mendapatkan bukti pengiriman berupa resi atau struk pengiriman,
- b) Bertanggung jawab terhadap kiriman yang dikirim bila pengiriman telah membayar lunas semua biaya pengiriman dan biaya lainnya,
- c) Selama belum di serahkan kepada penerima, hak atas kiriman masih berada ditangan pengirim, oleh karna itu tuntutan ganti rugi atas kehilangan/kerusakan kiriman hanya dapat di ajukan oleh pengirim,
- d) Pernyataan tertulis pengirim tentang isi kiriman pada formulir pengiriman harus sama dengan isi sebenarnya,
- e) PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang berhak membuka dan memeriksa dihadapan pengirim untuk meyakinkan kebenaran informasi terkait isi kiriman,
- f) PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang hanya bertanggung jawab terhadap kerusakan fisik isi kiriman, dan tidak bertanggung jawab serta memberikan ganti rugi atas kiriman yang di akibatkan oleh kerugian atau kerusakan yang disebabkan unsur kesengajaan unsur kesengajaan oleh pengirim, isi kiriman tidak sesuai dengan pernyataan tertulis pada bukti/formulir pengiriman dan semua resiko teknis yang terjadi selama dalam pengangkutan, yang menyebabkan barang

yang dikirim tidak berfungsi atau berubah fungsinya, baik yang menyangkut mesin atau sejenisnya maupun barang-barang elektronik seperti handphone, kamera, radio, dan lain-lain.

Berdasarkan fenomena pada PT.Pos Indonesia (PERSERO) Palembang perkembangan dibidang jasa ini sendiri saat ini berjalan dengan baik. Namun, adapun masalah yang di alami oleh kantor PT.POS Palembang yang dilakukan karyawan dalam jasa pengiriman paket yaitu kiriman tidak di antar, *setoran cas on delivery* yang tidak disetor dan salah antar alamat karna kurang jelas. PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang juga tidak memiliki alat pendeteksi barang-barang terlarang seperti heroin, ganja dan obat-obatan terlarang . Sehingga perusahaan tidak bisa tahu apakah isi paket yang di kirim konsumen kepada penerima. Hal tersebut bisa fatal, dikarnakan bisa saja isi paket yang dikirimkan konsumen berupa narkoba dan benda haram lainnya. Dari uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Peranan Audit Manajemen Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Fungsi Pemasaran Pada PT.POS Indonesia ( PERSERO ) Palembang**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan diteliti ialah Bagaimanakah Peranan Audit Manajemen untuk menilai efektifitas dan efisiensi fungsi pemasaran pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan audit manajemen untuk menilai efektifitas dan efisiensi fungsi pemasaran pada PT. POS Indonesia (Persero) 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 manajemen (audit), penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi untuk menambah wawasan mengenai Audit Manajemen Fungsi Pemasaran untuk Meningkatkan Efektivitas dan efisien Penjualan pemasaran pada PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang.

2. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam Peranan Audit Manajemen untuk Menilai Efektifitas dan Efisiensi Pada Fungsi Pemasaran Pada PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang. Manfaat penelitian ini juga merupakan aspek praktis yaitu penelitian ini dapat digunakan sebagai suatu sarana untuk menambah wawasan keilmuan, khususnya kajian di bidang referensi pengauditan dan pedoman yang dapat dijadikan acuan khususnya bagi PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang itu sendiri sebagai masukan bagi pihak manajemen untuk bisa lebih meningkatkan efektivitas, efisiensi, pada fungsi

pemasaran

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

Albert 2020. *Sistem Pengelolaan 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.

Bayangkara 2017 *Audit Manajemen Prosedur dan Impelementasi* : Edisi 2 : Salemba Empat

Betri.2020. *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 Politik*. 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.

Mahmudi 2015 *Audit Manajemen*, Jakarta : Salemba Empat

Mardiasmo 2011 *Akuntansi Sektor Publik*, Jakarta : Salemba Empat

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2012 *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2017 *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga

Rizki 2016 *Penerapan Audit Operasional Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi*

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

Sumber lain :

[www.katadata.com](http://www.katadata.com)

[www.posindonesia.com](http://www.posindonesia.com)