AUDIT MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. SARANA JATI RAYA PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Mailena
NIM : 222018098

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

AUDIT MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. SARANA JATI RAYA PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Nama : Mailena
NIM : 222018098

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Mailena
NIM	:	222018098
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Akuntansi
Konsentrasi	:	Pemeriksaan Akuntansi
Judul Skripsi	:	Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas kinerja Perusahaan (Pada PT. Sarana Jati Raya Palembang)

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 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, Agustus 2022

METERAI TEMPEL 10000 42D38AJX956290576

Mailena

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Audit Manajemen fungsi Sistem Pemasaran dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Sarana Jati Raya Palembang.
Nama	:	Mailena
NIM	:	222018098
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Akuntansi
Konsentrasi	:	Pemeriksaan Akuntansi

Diterima dan disahkan
Pada Tanggal, Agustus 2022

Pembimbing I,	Pembimbing II,
a/n	
Dr. Betri, S.E.,M.Si.,Ak.,CA	**Mella Handayani, SE., Ak., M.Si**
NIDN/NBM:0216106902/944806	**NIDN : 0211128702**

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi

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

MOTTO:

"Hidup itu Harus Hebat, Kuat, besar,Luas dan bermanfaat bagi Orang lain, yang sederhana itu sikap nya."
"Jadi lah seperti air putih, sederhana namun sangat berarti untuk semuanya"

Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....

Skripsi kupersembahkan kepada

- *Ubak dan Umak tercinta*
- *Saudara –saudari*
- *aku*
- *Almamaterku*

بسم الله الرحمن الرحيم

PRAKATA

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alaamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt., karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Sarana Jati Raya 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 (Tarmizi) dan ibuku (Halimah) 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 Bapak Dr. Betri, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. selaku pembimbing I dan Ibu Mella Handayani,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- saudari ku yang telah memberi semangat, mendoakan dan memberikan dorongan baik material maupun spirit yang tiada hentinya. 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 pegawa/staf di PT. Sarana Jati Raya Palembang 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 saudaraku tercinta dan teman-teman seperjuanganku thanks you so much.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah subhanahu wa ta"ala membalas kebaikan kalian semua atas terselesainya penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dan membangun sangat diharapkan baik dari pembaca maupun dari berbagai pihak agar kedepannya lebih sempurna dalam penulisan skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca.

Palembang Agustus 2022

Penulis,

Mailena

DAFTAR ISI

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

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

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

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**

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

PRAKATA ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

ABSRRAK ..... **xv**

ABSTRACT ..... ***xvi***

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Audit Manajemen 11

1. Pengertian Audit Manajemen 11
2. Tujuan Audit Manajemen 13
3. Manfaat Audit Manajemen 14
4. Karakteristik Audit Manajemen 16
5. Ruang Lingkup Audit Manajemen 17

6. Jenis – jenis Audit Manajemen..... 17

7. Tahap - tahap Audit Manajemen 18

8. Teknik-Teknik dalam Audit Manajemen 19

B. Sistem Informasi Pemasaran 20

1. Pengertian Sistem Informasi Pemasaran 20

2. Karakteristik Sistem Informasi Pemasaran 21

3. Indikator Sistem Informasi Pemasaran..... 21

C. Strategi Pemasaran 22

1. Pengertian Strategi Pemasaran 22

2. Karakteristik Strategi Pemasaran 23

3. Indikator Strategi Pemasaran..... 24

D. Program-Program Audit Manajemen Terkait Sistem Informasi..... 25

1. Informasi Pemasaran dan Strategi Pemasaran..... 25

E. Efektivitas..... 31

F. Kinerja Perusahaan 32

1. Pengertian Kinerja..... 32

2. Faktor - faktor Kinerja..... 33

3. Indikator Kinerja 34

G. Penelitian Sebelumnya 35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 40

1. Penelitian Deskriptif..... 40

2. Penelitian Komparatif..... 40

3. Penelitian Asosiatif atau Hubungan 40

B. Lokasi Penelitian 41

C. Operasionalisasi Variabel..... 41

D. Data yang diperlukan 42

E. Metode Pngumpulan Data 42

F. Analisis Data dan Teknik analisis..... 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian..... 46

1. Sejarah Singkat Perusahaan berdiri PT. Sarana Jati Raya Palembang 46

2. Visi dan Misi PT. Sarana Jati Raya Palembang..... 46

3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas 47

4. Kegiatan Umum Perusahaan 54

B. Pembahasan Hasil Penelitian..... 54

1. Audit Pendahuluan 59

2. Review dan Pengujian..... 62

3. Tahap Pemeriksaan atau Evaluasi 71

4. Pelaporan 77

5. Tindak Lanjut Pemeriksaan 78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 80

B. Saran..... 81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Populasi Pendapatan PT. Sarana Jati Raya Palembang 8

Tabel II.1 Program-program Audit Manajemen Terkait Sistem Informasi Pemasaan dan Strategi Pemasaran..... 26

Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya 38

Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel 41

Tabel IV.1 Kuesioner Program Kerja Audit Manajemen Sistem Informasi dan Strategi Pemasaran PT. Sarana Jati Raya Palembang..... 63

Tabel IV Ringkasan Temuan Audit 72

Tabel V.1 Jadwal Penelitian 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Sarana Jati Raya Palembang 48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Fotocopy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 Fotocopy Surat Riset dari Tempat Penelitian

Lampiran 4 Fotocopy Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Qur'an

Lampiran 5 Fotocopy Sertifikat SPSS

Lampiran 6 Fotocopy Sertifikat Komputer

Lampiran 7 Fotocopy Sertifikat Komputer Akutansi

Lampiran 8 Fotocopy Bebas Plagiat

Lampiran 9 Biodata Penulis

ABSTRAK

Mailena / 222018098/ 2022/ Audit Manajemen Sitem Informasi Pemasaran dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan pada PT. Sarana Jati Raya Palembang.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan Audit Sistem Informasi Pemasaran dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemaasaran Perusahaan pada PT.Sarana Jati Raya Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Sumber data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. 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, kuesioner / angket dan observasi. Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Sarana Jati Raya Palembang, ditemukan beberapa kelemahan dari temuan program kerja audit manajemen antara lain, untuk program perencanaan, perusahaan belum membuat suatu anggaran dan anggaran secara periodik serta tidak adanya perbandingan antara pendapatan sebelumnya dengan rencana atau target, untuk program pelaksanaan, perusahaan belum melaksanakan internal control dan sistem otorisasi oleh pejabat yang berwenang atas pemeriksaan bukti pengeluaran unit/barang sehingga dapat mengakibatkan kecurangan bagi karyawan dalam melakukan transaksi penjualan, untuk program pengukuran/evaluasi perusahaan tidak melakukan evaluasi hasil penjualan dan evaluasi secara periodik serta dibandingkan dengan evaluasi penjualan pada tahun sebelumnya, tidak adanya survey kepuasan konsumen, tidak melakukan pelatihan dan rotasi karyawan, serta tidak diadakannya auditor didalam perusahaan baik internal maupun eksternal. Seharusnya perusahaan melakukan evaluasi dengan sebaik mungkin karena evaluasi dapat dijadikan tolak ukur prestasi manajemen yang bertanggung jawab atas kegiatan tersebut serta dapat digunakan untuk mencari penyebab terjadinya penyimpangan apabila hasil akan dicapai tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata Kunci : Audit Manajemen, Sistem Informasi Pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

Mailena / 222018098/2022/ Marketing Information System Management Audit and Marketing Strategy in Improving the Effectiveness of Company Performance at PT. Sarana Jati Raya Palembang.

The purpose of this study was to determine the application of Marketing Information System Audit and Marketing Strategy in Improving Company Marketing Effectiveness at PT. Sarana Jati Raya Palembang. The type of research used is descriptive research. Sources of data needed are primary data and secondary data. The research method used is descriptive qualitative method. Sources of data used are primary data and secondary data. Collecting data used by means of interviews, questionnaires / questionnaires and observation. The results of research conducted at PT. Sarana Jati Raya Palembang, found several weaknesses from the findings of the management audit work program, among others, for the planning program, the company has not made a budget and budget periodically and there is no comparison between previous income and plans or targets, for program implementation, the company has not implemented internal control and authorization system by the authorized official for inspection of evidence of unit/goods expenditure so that it can lead to fraud for employees in conducting sales transactions, for the company's measurement/evaluation program does not evaluate sales results and evaluates periodically and is compared with sales evaluations in the previous year, there is no customer satisfaction survey, no training and employee rotation, and no auditors within the company, both internal and external. The company should evaluate as well as possible because the evaluation can be used as a benchmark for the performance of the management responsible for these activities and can be used to find the cause of deviations if the results achieved are not in accordance with what is expected.

Keywords: Management Audit, Marketing Information System, Marketing Strategy, Company Performance

No	Nama	NIM	Keterangan
	Mailena	222018098	Dr. Betri, S.E.,M.Si.,Ak.,CA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia Usaha sekarang semakin berkembang dengan sangat cepat. Pasar yang dipenuhi oleh banyak jenis produk barang dan jasa yang akan memberikan banyak pilihan kepada para konsumen. Hal ini dapat ditimbulkan karena persaingan yang ketat kepada perusahaan yang sejenis. Tuntutan pelayanan dan produk akan menjadikan sekian kompettitifnya tingkat pesaing dalam dunia usaha atau perusahaan harus mampu membaca peluang pasar dengan memenuhi keinginan para konsumen (Rahmawati 2016 ; 19)

Semakin berkembangnya perusahaan tersebut, menuntut pula perkembangan dalam bidang pemeriksaan. Pemeriksaan yang dilakukan yaitu pemeriksaan keuangan dan juga pemeriksaan yang lebih menekan terhadap penilaian objektif serta sistematis yang harus diorientasikan terhadap sasaran manajemen yang dapat memperoleh informasi mengenai pelaksaan kerja dan meningkatkan prosedur serta meningkatkan hasil agar terciptanya efektivitas dan juga efesiensi dalam kegiatan pemeriksaan khususnya fungsi pemasaran (Rahmawati 2016 ;19).

IBK (2017:2) Mengatakan bahwa audit manajemen adalah evaluasi pada efesiensi dan efektivitas kinerja perusahaan. Dalam isi audit manajemen, manajemen berupa berbagai operasi internal perusahaan yang harus

dipertanggung jawabkan kepada berbagai pihak yang memliki wewenang yang lebih tinggi. Betri (2020:9) Mengatakan bahwa audit manajemen ialah suatu organisasi secara menyeluruh untuk menilai unsur-unsur manajemen apakah telah terencanakan,dijalankan dan dikendalikan dengan prinsip –prinsip manajemen yang baik dan benar sehingga organisasi melalui fungsi-fungsinya dapat mencapai tujuan yang direncanakan yang mencakup dimensi PQCDSME *(productivity, quality, cost, delivery, safety, morale, environment)* secara efektitif dan efesiensi.

Sukrisno (2019 : 14) Manajemen Audit, disebut juga *Operational audit, functional audit, systems audit,* adalah suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasi suatu perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional suatu perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi.

Tujuan dari audit manajemen adalah untuk menilai efektivitas, efisiensi dan ekonomisasi dari perusahaan. Sedangkan secara keseluruhan tujuan audit manajemen adalah untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari organisasi. Evaluasi terhadap kinerja perusahaan ini dilakukan terhadap standar yang dibuat oleh manajemen dan pada saat yang sama digunakan untuk menilai keefektifan dari standar-standar dan kebijakan-kebijakan tersebut (Betri, 2020:10-11).

Ruang lingkup audit manajemen dalam fungsi bisnis sendiri terbagi menjadi: audit manajemen fungsi pemasaran, audit manajamen fungsi produksi dan operasi, audit manajemen fungsi system infromasi, audit manajemen pada fungsi sumber daya manusia, Audit manajemen pada fungsi system kepastian kualitas dan audit manajemen pada fungsi perpajakan (Bayangkara,2017:124)

Pada Penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang audit manajemen fungsi pemasaran Menurut Khothler (Dalam buku Betri 2020:181) Audit Pemasaran merupakan pengujian yang kompherenshif, sistematis, independent, dan periodic atau berkala dari suatu perusahaan atau unit usaha lingkungan pemasaran, tujuan strategi, dan aktivitas dengan maksud untuk menentukan area masalah dan peluang serta merekomendasikan suatu rencana tindakan untuk memperbaiki kinerja perusahaan.

Menurut IBK (2017:164) Audit Pemasaran adalah suatu bentuk pengujian yang komprehensif sistemastis, independen dan dilakukan secara periodic terhadap lingkungan pemasaran baik itu dari segi tujuan, strategi, dan aktivitas perusahaan atau unit bisnis untuk menentukan peluang dan permasalahan yang terjadi, serta memberikan rekomendasi secara tindakan untuk meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan.

Audit Pemasaran lebih menekankan pada evaluasi terhadap bagaimana efektifitas organisasi pemasaran dalam meningkatkan kinerjanya. Seperti halnya audit keuangan, audit pemasaran dilakukan secara berkala sebagai pengganti ketika mekanisme pengendalian tampak keluar dari sistem pengendalia. Audit pemasaran bukan suatu proses pengendalian yang digunakan hanya selama terjadi krisis, akan tetapi dalam bisnis yang mengalami hambatan mungkin digunakan untuk mengisolasi permasalah dan mencarikan solusinya.

Fungsi pemasaran harus dilakukan dengan efesiensi, ekonomiss, dan efektif agar terencana suatu kondisi perusahaan yang sehat karena fungsi ini

biasanya banyak menggerakkan sumber daya dengan jumlah yang besar dan biasanya fungsi yang menggunakan volume penjualan perusahaan, agar bila nanti terjadi kesalahan yang akan mengakibatkan kerugian yang cukup material dan mempengaruhi tingkat penjualan. (Rahmawati : 2016)

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

Menurut Betri (2020:185) strategi pemasaran adalah sekumpulan keputusan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi berbagai rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran - sasaran perusahaan. Strategi pemasaran bertujuan untuk menentukan bahwa perusahaan telah menetapkan strategi yang selaras dengan tujuannya, sesuai dengan lingkungan yang dihadapi.

Mangkunegara (2015) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Efektivitas kinerja adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target Perusahaan (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. (Rizky:2011) Menurut IBK (2017:17) efektivitas kinerja adalah tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, baik dilihat dari bagian kualitas hasil kerja, maupun

target bebas waktu, sedangkan efesiensi adalah membandingkan antara infut (biaya) dan output (hasil) yang diharapkan dalan usaha untuk mencapai target perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novita (2015) yang berjudul Audit Fungsi Pemasaran Untuk Menilai efektivitas dan Efesiensi Kinerja Pemasaran Studi Kasus Pada perusahaan Kecap Murni Jaya Kediri. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kinerja Fungsi Pemasaran perusahaan kecap Murni Jaya Kediri telah berjalan secara efektif,meskipun masih terdapat kelemahan dalam aktivitasnya, antara lain perusahaan belum memiliki auditor internal, perusahaan tidak melakukan rotasi karyawan dan pelatihan karyawan dan pelatihan karyawan secara berkala, terdapat perangkapan fungsi yaitu fungsi pencatatan kas, penerimaan kas, dan akuntansi yang dilakukan oleh satu karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Edy dkk (2015) yang berjudul Perencanaan Strategi Sistem Informasi *Smart Campus* untuk Meningkatkan Pelayanan di Politeknik Indonusa Surakarta. Penelitian ini merekomendasikan perencanaan strategis dan roadmap pengembangan system informasi *smart campus* sebanyak 24 sistem informasi yang mendapatkan prioritas untuk dikembangkan, yang terdiri dari 14 sistem informasi yang sangat diprioritaskan dan 10 sistem informasi yang diprioritaskan.

Penelitian yang dilakukan Rizki (2016) yang berjudul Penerapan Audit Operasional dalam Upaya Meningkatkan Efesiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada Perusahaan PT.KAI Daop VIII Surabaya yang bertempat di

Surabaya. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan audit operasional dapat diketahui penyebab ketidak efektivitas pada fungsi pemasaran yaitu:factor pemesanan untuk kelas kereta api local ekonomi yang belum dapat diakses secara *online*, dan faktor *maintenance* dalam jaringan internet yang tiba-tiba mengalami *trouble*. Dalam proses penjualan tiket *online* sebaiknya meningkatkan jaringan internet yang digunakan oleh perusahaan agar dapat menanggulangi ketidak efesien dan ketidak efektivitas dalam fungsi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, dan Siti (2016) yang berjudul Audit manajemen atas Fungsi Pemasaran Pada Perusahaan 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 efesien, karena masih memiliki beberapa kelemahan yang memerlukan perbaikan segera. Selain itu, perusahaan belum pernah menerapkan audit manajemen sebelumnya, sehingga perusahaan perlu melakukan audit perusahaan dengan mengikuti tahapan audit manajemen yaitu melakukan audit pendahuluan, memeriksa ulang terhadap pengendalian manajemen, melakukan audit lanjutan, dan membuat laporan audit.Tahapan tersebut diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk segera diimplementasikan.

PT. Sarana Jati Raya Palembang yang beralamat di Jalan Kolonel Atmo No. 139 Palembang merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang usaha jasa konstruksi, usaha perdagangan barang dan jasa lainny termasuklah perdangan dalam produk plafon pvc.

Pada masa sekarang ini, PT. Sarana Jati Raya Palembang produk plafon PVC sangat dibutuhkan manusia untuk mendukung pembangunan. Hal ini membuat para produsen Plafon PVC di Kota Palembang pun berlomba-lomba untuk memproduksi Plafon PVC dengan menawarkan keunggulan yang berbeda dengan harga produk yang bersaing. Disamping itu perusahaan memiliki beberapa kendala ialah dalam memasarkan produk, perusahaan masih menggunakan cara dengan membagikan bowsur, iklan dimedia sosial untuk berita dan pemasarannya pun tidak sampai kemasyarakat yang luas. Selain itu perusahaan belum memiliki auditor internal maupun Auditor eksternal sehimgga organisasi pemasaran belum efektif untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Kegiatan pemasaran Plafon PVC terus berlangsung dalam tahun 2021 Untuk keterangannya dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini:

Tabel I.1
Populasi Pejualan Plafon PVC
PT. Sarana Jati Raya

NO	NAMA BULAN	TARGET	CAPAIAN	%	INDIKASI
1	JANUARI	1,500,000,000	803,089,500	**54%**	**Belum Efektif**
2	FEBRUARI	1,500,000,000	894,593,000	**60%**	**Belum Efektif**
3	MARET	1,500,000,000	904,037,000	**60%**	**Belum Efektif**
4	APRIL	1,500,000,000	783,511,000	**52%**	**Belum Efektif**
5	MEI	1,500,000,000	831,254,000	**55%**	**Belum Efektif**
6	JUNI	1,500,000,000	851,487,000	**57%**	**Belum Efektif**
7	JULI	1,500,000,000	996,299,000	**66%**	**Belum Efektif**
8	AGUSTUS	1,500,000,000	905,115,000	**60%**	**Belum Efektif**
9	SEPTEMBER	1,500,000,000	720,106,200	**48%**	**Belum Efektif**
10	OKTOBER	1,500,000,000	817,680,000	**55%**	**Belum Efektif**
11	NOVEMBER	1,500,000,000	846,980,500	**56%**	**Belum Efektif**
12	DESEMBER	1,500,000,000	759,078,800	**51%**	**Belum Efektif**

Sumber: PT. Sarana Jati Raya Palembang 2022

Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa PT. Sarana Jati Raya belum mampu mencapai target penjualan. Perusahaan memiliki target Pencapaian minimum dalam satu bulan ialah 85% untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, bagian pemasaran mengalami kendala walaupun peningkatan penjualan terus terjadi, kondisi ini di duga disebabkan kurangnya peran audit manajemen atas fungsi pemasaran guna menilai efektivitas sehingga realisasi penjualan tidak mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan Uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Audit manejemen dengan Judul **"Audit Manajemen Sistem Pemasaran dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Sarana Jati Raya Palembang".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hasil audit manajemen sistem informasi pemasaran dalam meningkatkan efektifitas kinerja pada perusahaan?
2. Bagaimana hasil audit manajemen strategi pemasaran dalam meningkatkan efektifitas kinerja pada perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah diidentifikasi diatas, maka tujuan penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil Audit Manajemen sistem informasi Pemasaran untuk Meningkatkan EfektivitasKinerja Perusahaan pada PT. Sarana Jati Raya Palembang
2. Mengetahui Hasil Audit strategi pemasaran untuk Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan pada PT. Sarana Jati Raya Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Sebagai salah satu sarana untuk menyelesaikan studi di Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) dan menambah pengetahuan mendalam khususnya di bidang audit manajemen fungsi pemasaran.

2. Bagi PT. Sarana Jati Raya Palembang

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi (rekomendasi perbaikan) terhadap masalah-masalah yang membuat fungsi pemasaran PT. Sarana Jati Raya Palembang berjalan dengan kurang efesien dan efektif serta menjadi bahan pertimbangan pihak manajemen untuk senantiasa melakukan audit manajemen terhadap fungsi-fungsi yang ada dalam perusahaan

3. Bagi Almamater

   Hasil Penelitian ini dapat dijadikan sebagian bahan referensi perpustakaan, serta dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian bagi peneliti yang memiliki objek penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Betri Sirajuddin. 2020. **Pemeriksaan Manajemen**. Edisi 2. Palembang: CV. Amanah Palembang.

Daniel Serbanica, Violeta Radulescu & Anca Fransisca Cruceru. 2015.*The Role Of Marketing Audit In Evaluation Sutainable Marketing Performance In Romanian Organizations*. **Sutainable Busines Marketing**. Vol 17 No. 40. August 2015.

https://fdokumen.com/document/audit-fungsi-pemasaran-untuk-menilai-efektivitas-akuntansi-vol-3-no-1-jan-2015-issn.html?page=1

Dirgahayu Erri, Ajeng Puji Lestari, & Hasta Herlan Asymar. 2021. Pengaruh Kepemimpinan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Meltel Global Sejahtera Jakarta. **Jurnal Inovasi Penelitian Jakarta**. Vol. 1 No. 9 Februari 2021.

https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/348

Edy Susena, Ema Utami, dan Andi Sunyono. 2015. Perencanaan Strategi Sistem Informasi Smart Campus Untuk Meningkatkan Pelayanan di Politeknik Indonusa Surakarta. **Jurnal Saintech Politeknik Indonusa Surakarta**. Vol. 1 No. 3. 2015.

https://pdfcoffee.com/perencanaan-strategis-sistem-informasi-smart-campus-untuk-meningkatkan-pelayanan-di-politeknik-indonusa-surakarta-pdf-free.html

IBK Bayangkara. 2017. **Audit Manajemen, Prosedur Dan Implementasi**. Edisi 2 Jakarta: Salemba Empat.

I Gusti Agung Rai. 2008. **Audit Kinerja Konsep dan Studi Kasus**. Edisi 2 Jakarta: Salemba Empat

Lipnicka Desina & Dado Jaroslav. 2013. *Marketing Audit and Factors Influencing Its Use in Practice of Companies (From an Expert Point of View)*. **Journal of Competitiveness**. Vol. 5 Issue.4. pp. 26 – 42. Desember 2013.

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.cjournal.cz/files/149.pdf&ved=2ahUKEwjA0OK7hOv3AhXmaGwGHRKpCcgQFnoECAYQAQ&usg=AOvVaw1i7CL0esmZYqZbZW0lKL4I

M. Dayat (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam merebut calon konsumen jasa Pendidikan**. Jurnal Mu'allim** Vol.1 No.2 Juli 2019.

https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim/article/download/1629/1300

Novita Rahmawati. 2015. Audit Fungsi Pemasaran untuk Menilai Efektivitas dan Efesiensi Kinerja Perusahaan**. Cendikia Akuntansi.** Vol. 3 No. 1 Januari 2015

https://fdokumen.com/document/audit-fungsi-pemasaran-untuk-menilai-efektivitas-akuntansi-vol-3-no-1-jan-2015-issn.html?page=1

Novia Ruth Silaen, Syamsuriansyah, Reni Chairunnisah, Maya Rizki Sari, Elida Mahriani, Rahman Tanjun, Diana Triwardhani, Anne Haeranty, Anis Masyuroh, Dewa Gede Striawan, Ambar Sri Lestari, OpanArifudin, Zackharia Rialmi & Surya Puta. 2021.**Kinerja Karyawan.**Bandung: Widina Bakti Persada Bandung.

Putri Wahyuni & Siti Khairan. 2016. Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran.2016.

https://docplayer.info/73218534-Audit-manajemen-atas-fungsi-pemasaran-pada-pt-bumi-sriwijaya-palembang.html

Rizki Nanda Oktavia. 2016. Penerapan Audit Operasional dalam Meningkatkan Efesiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran.**Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi**. Vol 5 No. 12, Desember 2016.

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=penerapan+audit+operasional++dalam+upaya+meningkatkan&oq=penerapan+audit+operasional++dalam+upaya+mening#d=gs_qabs&t=1652942966479&u=%23p%3DtyQ_1dgQJy8J

Rahmawati. 2016. **Manajemen Pemasaran**. Mulawarman Universitas Press. Samarinda

Sukrisno Agoes. 2019. **Auditing.** Edisi 5. Jakarta : Salemba Empat

Sedarmayanti. 2017. **Perencanaan dan Pengembangan SDM untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja dan Produktivitas Kerja**. PT Refika Aditama. Bandung

Tita Rosaliana, Ali Rasyidi & Siti Rosyafah. 2017. Audit Manajemen Atas Fungsi Sumber Daya Manusia untuk meningkatkan kinerja pada Perusahaan PT. PLN (PERSERO). **E-Journal Akuntansi**. Vol. 3 No. 3.

V. Wiratna Sujarweni. 2021. Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.