

**AUDIT MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN  
FUNGSI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
EFEKTIVITAS KINERJA PERUSAHAAN PADA  
PT. POS INDONESIA (PERSERO) PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Alya Desprians Ramadhini**  
**Nim : 222019141**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

**AUDIT MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN  
FUNGSI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS  
KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Menyusun Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Nama : Alya Desprians Ramadhini**  
**Nim : 222019141**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alya Despriansa Ramadhini  
NIM : 222019141  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Judul : Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan 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 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 2023



Alya Despriansa Ramadhini

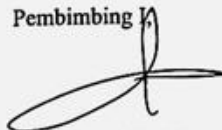
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

### TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang  
Nama : Alya Despriana Ramadhini  
NIM : 222019141  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Mata Kuliah : Pemeriksaan Manajemen

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, 24 Februari 2023

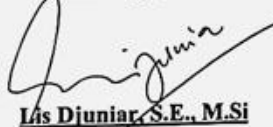
Pembimbing I,



Dr. Betri, S.E., M.Si., Ak., CA

NIDN/NBM:0216106902/944806

Pembimbing II,



Lis Djuniar, S.E., M.Si

NIDN/NBM:0220067101/1115716

Mengetahui,  
Dekan  
d.b. Ketua Program Studi



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

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”*

*(Thomas Alva Edison)*

*“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu“*

*(Ali bin Abi Thalib)*

*“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki“*

*(Bambang Pamungkas)*

*Skripsi ini kupersembahkan kepada:*

- 1. Ayah dan Ibuku tercinta*
- 2. Saudari – saudariku*
- 3. Keluargaku tersayang*
- 4. Dosen pembimbing*
- 5. Almamaterku*



## PRAKATA

### **Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Alhamdulillah rabbil alamiin, segala puji dan syukur kehadiran atas Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang”, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Stara 1 pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab kesimpulan dan saran. Meski penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan, dorongan serta do'a maka skripsi ini tidak dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terima kasih penulis juga sampaikan terutama kepada kedua orang tuaku ayah (Supriyadi) dan ibu (Hj. Mardiana) terkhusus saudariku tercinta (Azzahra Despriana) yang telah mendo'akan dan memberikan semangat sehingga memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pembimbing I Bapak Dr. Betri, S.E., Ak., M.Si.,CA dan Pembimbing II Ibu Lis Djuniar, S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberikan masukan serta

motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Abid Dzajuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Dr. Betri, S.E., Ak., M.Si., CA, selaku Ketua Program Studi Akuntansi dan Pembimbing Akademik Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nina Sabrina, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staff pengajar, serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Palembang.
6. Kepala serta pegawai/staff di PT.POS Indonesia (PERSERO) Palembang yang telah memberikan izin penelitian atas keperluan skripsi penulis.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini sampai selesai yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan atas seluruh bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan

saya ucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT membalas budi untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Aamiin.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh**

Palembang,     Maret 2023

Penulis

**Alya Despriana Ramadhini**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</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>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTARCT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
<b>A. Kajian Kepustakaan</b> .....	<b>10</b>
1. Audit Manajemen .....	10
2. Sistem Informasi Pemasaran.....	22
3. Fungsi Pemasaran .....	29
4. Efektivitas Kinerja Perusahaan .....	42
5. Penelitian Sebelumnya.....	45

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Operasionalisasi Variabel.....	49
D. Data Yang Diperlukan.....	49
E. Metode Pengumpulan Data .....	50
F. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>53</b>
1. Hasil Audit Pendahuluan.....	53
2. Analisis Data .....	67
<b>B. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>85</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Survei Pendahuluan .....	5
Tabel II.1	Program Audit Sistem Informasi Pemasaran.....	26
Tabel II.2	Program Audit Kebijakan Produk .....	34
Tabel II.3	Program Audit Kebijakan Penetapan Harga.....	36
Tabel II.4	Program Audit Kebijakan Distribusi .....	38
Tabel II.5	Program Audit Kebijakan Promosi dan Publikasi .....	40
Tabel II.6	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	47
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel .....	49
Tabel III.2	Jadwal Penelitian .....	53
Tabel IV.1	Program Kerja Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran.....	70
Tabel IV.2	Program Kerja Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran.....	71
Tabel IV.3	Program Kerja Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran.....	72
Tabel IV.4	Program Kerja Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran.....	73
Tabel IV.5	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Produk.....	74
Tabel IV.6	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Produk (Lanjutan)....	75
Tabel IV.7	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Penetapan Harga.....	75
Tabel IV.8	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Penetapan Harga (Lanjutan).....	76
Tabel IV.9	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Penetapan Harga (Lanjutan).....	77
Tabel IV.10	Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Distribusi.....	77

Tabel IV.10 Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Distribusi (Lanjutan).....	78
Tabel IV.10 Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Distribusi (Lanjutan).....	79
Tabel IV.11 Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Promosi dan Publikasi.....	79
Tabel IV.11 Program Kerja Audit Manajemen Kebijakan Promosi dan Publikasi (Lanjutan).....	80
Tabel IV.12 Daftar Temuan Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang.....	84

## **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-Quran
- Lampiran 5 Fotocopy Sertifikat SPSS
- Lampiran 6 Fotocopy Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 7 Fotocopy Sertifikat Komputer Akuntansi
- Lampiran 8 Fotocopy Sertifikat Magang
- Lampiran 9 Fotocopy Sertifikat Pelatihan Audit Atas Siklus Persediaan,  
Penyimpanan dan Pembayaran Utang Usaha
- Lampiran 10 Fotocopy Sertifikat Pelatihan Audit Forensik
- Lampiran 11 Fotocopy Sertifikat PK2MB
- Lampiran 12 Fotocopy Sertifikat Putera Puteri UMP
- Lampiran 13 Fotocopy Sertifikat Bebas Plagiat
- Lampiran 14 Biodata Penulis

## ABSTRAK

**Alya Despriana Ramadhini/ 222019141/ 2023/ Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang**

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara, kuesioner, dan observasi. Hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang, ditemukan beberapa kelemahan dari temuan. Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa fungsi pemasaran di PT. Pos Indonesia (persero) Palembang belum dilakukan secara maksimal. *Customer* merasa pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (persero) Palembang belum baik, pengiriman barang dan surat seringkali terlambat bahkan tidak sampai ketangan penerima. Fenomena tersebut mengakibatkan ketidakpuasan dan turunnya kepercayaan pihak *customer* terhadap PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.

**Kata Kunci : Audit, Sistem, Pemasaran, dan Kinerja**

## **ABSTARCT**

**Alya Despriana Ramadhini/ 222019141/ 2023/ Marketing Information System Management Audit and Marketing Function in Improving the Effectiveness of Company Performance at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang**

*The formulation of this research problem is how the Marketing Information System Management Audit and Marketing Function in Improving the Effectiveness of Company Performance at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang. The type of research used is descriptive research. The data used are primary and secondary data. Data collection used by means of interviews, questionnaires, and observations. The results of research conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang, found some weaknesses of the findings. Based on the results of the study, it was found that the marketing function at PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang has not been carried out optimally. The customer feels that the service provided by PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang is not good, the delivery of goods and letters is often late and even does not reach the recipient's hands. This phenomenon has resulted in dissatisfaction and decreased customer trust in PT. Pos Indonesia (persero) Palembang.*

**Keywords : Audit, System, Marketing, and Performance**

# **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. Rahmawati (2016: 19) Mengemukakan tuntutan pelayanan dan produk akan menjadikan sekian 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 menekan terhadap penilaian objektif serta sistematis yang harus diorientasikan terhadap sasaran manajemen yang dapat memperoleh informasi mengenai pelaksanaan kerja dan meningkatkan prosedur serta meningkatkan hasil agar terciptanya efektivitas dan juga efisiensi dalam kegiatan pemeriksaan khususnya fungsi pemasaran.

Betri (2020: 10) menjelaskan audit manajemen merupakan instrumen bagi manajemen puncak untuk membantu dalam pemastian pencapaian visi, misi dan tujuan organisasi secara keseluruhan. Audit manajemen berorientasi untuk meningkatkan kinerja operasi perusahaan pada masa yang akan datang. Secara keseluruhan audit manajemen bertujuan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan.



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 (2020: 10-11) menjelaskan 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.

Khotler dalam buku Betri (2020: 181) mengemukakan bahwa audit Pemasaran merupakan pengujian yang komprehensif, 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. Pada Penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang audit manajemen fungsi pemasaran.

IBK (2014: 155) menjelaskan audit pemasaran adalah suatu bentuk pengujian yang komprehensif sistematis, independent dan dilakukan secara periodik terhadap lingkungan pemasaran lebih 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.

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

Kotler dan Keller (2012: 5) menjelaskan 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. IBK (2014: 14) mejelaskan eektivitas kinerja 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.

Penelitian yang dilakukan oleh Maya, dkk (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa sistem informasi pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dengan demikian sistem informasi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, dkk (2017) yang berjudul “Peranan Audit Manajemen untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi Fungsi Pemasaran pada PT. Meratus Line Surabaya”. Penelitian ini menggunakan

metode kualitatif, data yang digunakan yaitu menggunakan data sekunder. Hasil penelitian dilihat dari fungsi pemasaran yang kurang efisien karena masih, banyak kelemahan-kelemahan perusahaan pada fungsi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Aziz, Syaiful (2016) tentang Audit Manajemen Sebagai Dasar Untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi pada Fungsi Pemasaran (Studi Kasus Pada PT. Pertani (Persero) Kantor Cabang Malang) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran secara keseluruhan belum bisa dikatakan efektif dan efisien. Penelitian terdahulu diangkat oleh peneliti guna membandingkan dengan penelitian dan permasalahan yang akan diangkat serta menjadikannya sebagai penelitian pendukung.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrian, Cherya (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 Pramijaya Palembang secara umum telah efektif dan ekonomis akan tetapi belum cukup efisien, karena masih memiliki beberapa kelemahan.

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. Di PT. Pos Indonesia itu ada target masing-masing di tiap bagian pemasarannya. Hingga saat ini pemasaran di PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang berjalan dengan baik. Perkembangannya dapat dilihat dari tabel I.1 berikut.

**Tabel I.1**  
**Survei Pendahuluan**

<b>Nama dan Alamat PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang</b>	<b>Hasil Survei Pendahuluan</b>
PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang  (Jalan Merdeka No. 3 19 Ilir Kecamatan Bukit Kecil, 19 Ilir, Ilir Barat I, Palembang, Sumatera Selatan)	Berdasarkan survei yang dilakukan pada PT. Pos Indonesia di Palembang bahwa sistem informasi pemasaran belum berjalan dengan efektif dikarenakan perusahaan belum memiliki sistem alat pendeteksi barang terlarang yang mengakibatkan perusahaan tidak mengetahui paket yang akan dikirimkan kepada konsumen dan juga perusahaan belum memiliki sistem yang berkaitan dengan pengujian dan kesesuaian produk. Selain sistem informasi pemasaran, fungsi pemasaran pada PT. Pos belum berjalan dengan efektif dikarenakan kurangnya informasi tentang penerapan SOP pada beberapa karyawan.

*Sumber: Penulis, 2022*

Berdasarkan survei yang dilakukan dengan ibu Tina selaku staff bagian pemasaran yang dilakukan melalui wawancara di PT. Pos Indonesia Palembang menyatakan bahwa sistem informasi pemasaran belum berjalan dengan efektif

dikarenakan perusahaan belum memiliki sistem alat pendeteksi barang terlarang yang mengakibatkan perusahaan tidak mengetahui paket yang akan dikirimkan kepada konsumen dan juga perusahaan belum memiliki sistem yang berkaitan dengan pengujian dan kesesuaian produk. Selain sistem informasi pemasaran, fungsi pemasaran pada PT. Pos belum berjalan dengan efektif dikarenakan kurangnya informasi tentang penerapan SOP pada beberapa karyawan.

PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang telah melaksanakan SOP dengan baik agar apa yang diharapkan 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 diserahkan kepada penerima, hak atas kiriman masih berada ditangan pengirim, oleh karna itu tuntutan ganti rugi atas kehilangan/kerusakan kiriman hanya dapat diajukan oleh pengiriman, 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 diakibatkan 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 permasalahan yang di alami oleh PT. Pos Palembang yang dilakukan karyawan dalam jasa pengiriman paket yaitu kiriman tidak diantar, setoran *cash on delivery* yang tidak disetor dan salah antar alamat karena 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 dikirim konsumen kepada penerima. Hal tersebut bisa fatal, dikarnakan bisa saja isi paket yang dikirimkan konsumen berupa narkoba dan benda haram lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. POS Indonesia (Persero) Palembang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimanakah Audit Manajemen Sistem Informasi

Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hasil Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan 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 Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan khususnya mengenai Audit Manajemen Sistem Informasi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palembang.

### 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

- Aditya, W. (2021). *Sistem Informasi Manajemen (Pendekatan Konseptual)*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Andrian, C. (2016). Audit Manajemen Terhadap Fungsi Pemasaran untuk menilai efektifitas dan efisiensi Studi Kasus pada PT. Sussam Pramijaya Palembang.
- Aziz, M., & Syaiful. (2016). Audit Manajemen Sebagai Dasar Untuk Menilai Efektivitas Dan Efisiensi Pada Fungsi Pemasaran (Studi Kasus Pada PT. Pertani (Persero) Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Bayangkara, I. (2014). *Audit Manajemen Prosedur Dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Betri. (2020). *Pemeriksaan Manajemen*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Endah, P. W. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep dan Aplikasi*. Indramayu: Penerbit Adab .
- Haryanti, & Sadya, A. (2019). *Sistem Informasi Pemasaran*. Banten: Unpam Press.
- Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., Aristanto, E., Waris, A., & Patalo, R. (2020). Peran Sistem Informasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Enterpreneurial Marketing Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Generasi Milenial Berkunjung ke Tempat Wisata. 14, 74-83.
- Husein, U. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Mahmudi. (2015). *Audit Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahyuddin, Ardhariksa, Z. K., Abdurrozzaq, H., Puspita, P. R., Bonaraja, P., Parlin, D. S., . . . Marisi, B. (2021). *Teori Organisasi* . Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Maya, I., Muhlis, R., & Hasanuddin, R. (2021). Pengaruh Pelayanan dan Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Persaingan Usaha Property PT. Griya Kenari Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*.
- Nuryani, J. (2021). *Pengaruh Non-Finansial Terhadap Kinerja Pegawai*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman Universitas Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiharto, Y., & Susalit, S. W. (2020). *Manajemen Audit Teknologi*. Yogyakarta: Penerbit PT KANISIUS.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Wahyudi, Ali, R., & Arief, R. (2017). Peranan Audit Manajemen untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi fungsi pemasaran Pada PT. Meratus Line Surabaya.
- Zulaikha. (2020). *Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Unitomo Press.