

**Efektivitas Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran**

**(Study Kasus PT. Telkomsel cabang Palembang)**



Skripsi Oleh:

**Siti Rahmadona Fazrilah**

**01031181320011**

**Akuntansi**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2017**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**Efektivitas Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran  
Study Kasus pada PT. Telkomsel Cabang Palembang**

Disusun oleh:

Nama : Siti Rahmadona Fazrilah  
NIM : 01031281320011  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Konsentrasi : Pengauditan Manajemen

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Pembimbing Skripsi

26/1 - Januari 2017,  
Ketua :

  
Drs. H. Harun Delamat, M. Si., Ak  
195501131990031002

27-1 - Januari 2017,  
Anggota :

  
Hj. Rina Tiandekrana DP, S.E., M.M., Ak  
196503111992032002

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SREWIJAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**INDERALAYA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN**  
**STUDY KASUS PADA PT. TELKOMSEL CABANG PALEMBANG**

Nama : Siti Rahmadona Fazlilah  
NIM : 01031181320011  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Bidang Kajian : Pergaulitan Manajemen

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 13 Maret 2017 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif  
Indralaya, 14 Maret 2017

Ketua

Drs. Harun Dj., M.Si., Ak. Hj. Rina Tjandrakijana-Dr., S.E.Ak., M.M. Hj. Rochmanawati Deud, M.Si., Ak.

NIP 195501131990031002

Anggota

NIP 196503111992032002

Anggota

NIP 196409031994032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA.

NIP 19730317 199703 1 002

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Rahmadona Fazrilah

NIM : 01031181320011

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

Efektivitas Audit Manajemen Fungsi Pemasaran (Study Kasus Pada PT. Telkomsel Cabang Palembang)

Pembimbing

Ketua : Drs. Harun DL., M.Si., Ak.

Anggota : Hj. Rina Ujandrakirana DP.,S.T.Ak., M.M

Tanggal dituji : 13 Maret 2017

Adalah benar-benar hasil karya saya dibawah bimbingan tim pembimbing. Isi skripsi ini tidak ada hasil karya orang lain yang saya salin keseluruhan atau sebagai tanya menyebutkan sumber aslinya.

Demikianlah surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan, termasuk pembatalan gelar keserjanaan saya.

Indralaya, 13 Maret 2017



Yang memberi pernyataan,

Siti Rahmadona Fazrilah

NIM. 01031181320011

## SURAT PERNYATAAN ABSTRAKSI

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa:

Nama : Siti Rahmadona Fazilah  
NIM : 01031181320011  
Jurusan : Akuntansi  
Mata Kuliah : Pengauditan Manajemen  
Judul Skripsi : Efektivitas Audit Manajemen Fungsi Pemasaran (Study Kasus Pada PT. Telkomsel Cabang Palembang)

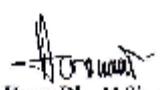
Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *teses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Indralaya, 13 Maret 2017

Pembimbing Skripsi

Ketua,

Anggota,

  
Drs. Harun DL., M.Si., Ak.  
NIP 195501131990031002

  
Hj. Rina Jandrakirana DP., S.E.Ak., M.M.  
NIP 196503111992032002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

  
Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA.  
NIP 19730317 199703 1 002

## MOTTO

*"Dan ingatlah tatkala Tuhanmu memaklumkan: 'Sesungguhnya jika kamu bersyukur, Kami pasti akan menambah nikmat kepadamu, dan jika kamu mengingkari nikmat-Ku maka sesungguhnya azab-Ku amatlah pedih!'"*

(QS. Ibrahim: 7)

## PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta, Masayo Fadillah Indah dan Firdaus Fibry yang senantiasa mengiringi penulis dalam doa, kasih sayang, bimbingan serta dorongan semangat yang tiada henti.
2. Adik-adik, dan teman-teman ku Siti Maudina Fitriah, Siti Maureta Fazrilah Fitriah, Muhammad Ismail Albuchory, Nyai, Datuk, Nenek, Kakek, Oom-oom, Tante-rante, Sepupu-sepupu, Keponakan-keponakan, Odite, Yayak, Monic, Yeni, Nisa, Kiki, Rio, Bayu, Maman, Cici, Suci, Dedi, Indah, Gea, Difa, Wati, yang selalu memberikan semangat, perhatian dan kasih sayang.
3. Almanterku, Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini yang berjudul "Efektivitas Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Study Kasus Pada PT. Telkomsel Cabang Palembang" dengan Lancar. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program Sata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori, Bab III Metodologi Penelitian, Bab IV Hasil dan Pembahasan dan Bab V Kesimpulan dan Saran

Data utama yang digunakan adalah data primer dengan cara pengambilan data langsung ke perusahaan dan wawancara langsung yang berisikan daftar pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan data-data yang diinginkan yang dapat diperoleh dari pihak Telkomsel cabang Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa aktivitas fungsi pemasaran yang sudah berjalan baik, tetapi masih ditemukan beberapa kelemahan pada bagian rekrutmen, seleksi dan pencampatan, dan pelatihan dan pengembangan.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pihak Telkomsel dan bahan masukan akademisi bagi penelitian pangaudit manajemen.

Penulis,



Siti Rahmadona Fazrilah

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini penulis banyak menemui kendala. Namun kendala tersebut dapat diatasi dengan kerja keras serta dukungan dan doa dari berbagai pihak yang menyertai penulis. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahuata'ala tuhan semesta alam yang tak henti-hentinya memberikan nikmat di dunia.
2. Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah membawa islam dan mencerangi gelapnya dunia jahiliyah.
3. Kedua orang tuaku, . Dan yang sudah menjadi sumber inspirasi, semangat, dan motivasi penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, atas semua perjuangan dan pengorbanan kalian baik moril maupun materil dan tiada henti mendukung penulis supaya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik..
4. Terima kasih kepada adik-adik ku yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penulisan skripsi.
5. Bapak, Prof.Dr. Taufiq Marwah, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Ibu Umi Kalsum, S.E., M.Si., Ak selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. Bapak selaku dosen pembimbing skripsi 1. Drs. H. Harun Delamat, M. Si., Ak
9. Ibu selaku dosen pembimbing skripsi 2. Hj. Rina Ejanrukirana S.E, M.M, Ak, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak/ Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran semasa perkuliahan.
11. Seluruh staff kepegawaian Universitas Sriwijaya, khususnya Fakultas Ekonomi.
12. Pihak PT. Telkomsc) cabang Palembang, terima kasih telah bersedia membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
13. Sahabat-sahabatku yang niah mau jadi apa kalian sukses semua untuk kalian.

14. Teman-teman seperjuangan di Akuntansi 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih banyak keluargaku semuanya.
15. Adik-adikku akuntansi 2014, 2015, dan 2016 yang selalu memberikan keceriaan dan pengalaman berharga, sukses untuk kalian semua.
16. Kakak-kakak Akuntansi dari 2010 – 2012 yang sampai saat ini masih menjaga silaturahmi dengan saya, terima kasih banyak ilmu, pengalaman yang telah diberikan sehingga membantu saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya.
17. Teman-teman di BEM FE UNSRI Kabinet Progress dan Kabinet Tangan IMA
18. Almarterku tercinta Universitas Sriwijaya. Semoga Allah Yang Maha Esa membalas budi baik dan memberikan berkat-Nya untuk kita semua.

Indralaya,

Penulis,



Siti Rahmadona Fazralah

**ABSTRAK**

**EFEKTIVITAS AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN  
STUDY KASUS PADA PT. TELKOMSEL CABANG PALEMBANG**

Oleh:

Siti Rahmadona Fazrilah

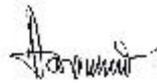
Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi atas fungsi pemasaran serta memberikan saran dan rekomendasi dari temuan kelemahan yang terdapat pada PT. Telkomsel cabang Palembang. Aktivitas Pemasaran yang diteliti meliputi: rekrutmen, seleksi dan penempatan, dan pelatihan dan pengembangan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan cara mendeskripsikan penilaian pada audit manajemen atas pemasaran berdasarkan hasil perbandingan antara kondisi, kriteria, penyebab, dan akibat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa aktivitas fungsi pemasaran yang sudah berjalan baik, tetapi masih ditemukan beberapa kelemahan pada bagian rekrutmen, seleksi dan penempatan, dan pelatihan dan pengembangan.

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

Ketua Pembimbing,



Drs. Harun Dj., M.Si., Ak.

NIP. 195501131990031002

Anggota,



Hj. Rina Tjandjirana DP., S.F.Ak., M.M.

NIP. 196503111992032002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA.  
NIP 19730317 199703 1 002

ABSTRAK

**THE EFFECTIVENESS OF THE AUDIT MANAGEMENT MARKETING  
FUNCTION CASE STUDY AT TELKOMSEL LTD. BRANCH PALEMBANG**

By: Siti Rahmadana Fazrilah, Rina Tjandrakirama, Harun Delamat

This study aimed to evaluate the function of marketing, as well as providing advice and recommendations from the findings of weaknesses on Telkomsel Ltd. Branch Palembang. Marketing activities research included: recruitment selection and placement, and training and development.

This research is a qualitative descriptive method. The data collection used in this assessment are documentation, observation and interviews. The Data analysis used is qualitative analysis by describing the assessment on the audit management of marketing based on the results of the comparison between the conditions, criteria, cause and effect.

Based on the research that has been carried out, it is known that the activity of the marketing function is already well. But, still found some weaknesses in the recruitment, selection and placement, and training and development.

**Keywords:** *audit management, audit marketing and the effectiveness of audit marketing.*

First Advisor,

Member,



Drs. Harun DL., M.Si., Ak.

NIP. 195501131998031002



Hj. Rina Tjandrakirama DP., S.E., Ak., M.M.

NIP. 196503111992032002

Head of Accounting Department



Arista Ilakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA.

NIP 19730317 199703 1 002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Siti Rahmadona Fazrilah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang / 25 Januari 1996  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah (Orangtua) : Jln. Musi Raya Timur no. 505 perumahan kecamatan sako-  
kelurahan sialang simpang 3 bombat Palembang Sum-Sel  
Alamat Email : rahmadona.dona@gmail.com  
Pendidikan Formal :  
Sekolah Dasar : SD Negeri 119 Palembang  
SMP : SMP IT Raudhatul Umm Sakatiga Ogan Ilir  
SMA : MAN 3 Palembang  
Pengalaman Organisasi : Ikatan Mahasiswa Akuntansi 2014-2015

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....	iv
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ABSTRAKSI .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	viii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFYAR BAGAN .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9

### BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Audit .....	10
2.1.2 Jenis-Jenis Audit .....	11
2.1.3 Pengertian Audit Manajemen .....	12

2.1.4	Tujuan Audit Manajemen.....	12
2.1.5	Manfaat-Audit Manajemen .....	14
2.1.6	Ruang Lingkup Audit Manajemen .....	14
2.1.7	Karakteristik Audit Manajemen .....	15
2.1.8	Pelaksanaan Audit Manajemen.....	16
2.1.9	Tahap-Tahap Audit Manajemen.....	17
2.1.10	Audit Pemasaran .....	21
2.1.11	Tujuan Dan Manfaat Audit Pemasaran.....	24
	2.1.11.1 Tujuan Dan Manfaat Audit Pemasaran.....	24
	2.1.11.2 Manfaat Audit Pemasaran.....	24
2.1.12	Bentuk Audit Pemasaran .....	24
2.1.13	Tipe Audit Pemasaran .....	25
2.1.14	Ruang Lingkup Audit Pemasaran.....	26
2.1.15	Tahapan-Tahapan Dan Langkah-Langkah Audit Pemasaran.....	31
	2.1.15.1 Tahapan-Tahapan Audit Pemasaran.....	31
	2.1.15.2 Langkah-Langkah Audit Pemasaran.....	34
2.2	Penelitian Terdahulu .....	35

### **BAB III. METODELOGI PENELITIAN**

3.1	Ruang Lingkup .....	39
3.2	Rancangan Penelitian.....	39
3.3	Jenis Dan Sumber Data.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5	Metode Analisis Data .....	43

### **BAB IV. PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan .....	44
	4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	44
	4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	45
	4.1.3 Produk Telkomsel .....	46
	4.1.4 Good Corporate Governace .....	47

4.1.4.1 Good Corporate Governance .....	47
4.1.4.2 Code Of Conduct.....	49
4.1.5 Struktur Organisasi .....	50
4.2 Pelaksanaan Fungsi Pemasaran PT. Telkomsel Cabang Palembang.....	54
4.2.1 Tahapan, Tugas Pokok, Fungsi Pemasaran.....	54
4.2.2 Tugas Pokok Auditor Pemasaran.....	56
4.2.3 Fungsi Auditor Manajemen Pemasaran .....	57
4.3 Perhitungan Efektivitas Fungsi Pemasaran Pada PT. Telkomsel .....	58
4.3.1 Sebab Dan Akibat Masalah .....	60
4.3.2 Analisis Masalah.....	62
4.3.3 Pemecahan Masalah .....	65
4.4 Rencana Audit Pemasaran Dan Program Audit Pemasaran .....	69
4.5 Prosedur Audite .....	69
4.6 Laporan Hasil Audit Pemasaran .....	71
4.7 Temuan Atas Bagian Manajemen Pemasaran PT. Telkomsel Palembang.....	72
4.8 Tindak Lanjut ( <i>Follow Up</i> ) Atas Audit Pemasaran.....	73
4.9 Analisis Tindak Lanjut ( <i>Follow Up</i> Audit) Atas Temuan Audit Pemasaran Atas Pemasaran dan Penjualan di PT. Telkomsel Palembang.....	75

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pemasaran Tahun 2012-2014.....	5
Tabel 4.1 Anggaran (Target) dan Realisasi Penjualan Tahun 2012-2014.....	59
Tabel 4.2 Anggaran Biaya Pemasaran Tahun 2012 – 2014.....	59
Tabel 4.3 Perhitungan Efisiensi Pendapatan Periode Tahun 2012-2014.....	63
Tabel 4.4 Uji Perhitungan Efisiensi Biaya Periode Tahun 2012-2014.....	64

## DAFTAR BAGAN

4.1 Struktur organisasi telkomsel regional <i>Regional Account Management</i> Sumbagsel Palembang.....	50
4.2 Tahapan audit pemasaran PT. Telkomsel Palembang.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian .....	85
--------------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Besarnya kebutuhan untuk berkomunikasi kian meningkat terlebih pada era ini masyarakat sudah sangat disibukkan oleh pekerjaan masing masing, saat ini dunia sudah semakin terhubung, komunikasi adalah terhubungnya satu individu dengan individu lain agar segala urusan tercapai dan terselesaikan, komunikasi terjadi bisa secara langsung maupun tidak langsung dan melalui jarak yang dekat ataupun jarak jauh.

Dibutuhkan wadah dimana masyarakat dapat berkomunikasi secara mudah dalam keadaan apapun, banyaknya produsen yang menangani bidang komunikasi pun semakin membantu dalam keadaan seperti ini sehingga banyak pengusaha dalam bidang operator pun berlomba menghadirkan fasilitas terbaik guna kenyamanan pelanggan.

Dalam menghadirkan produk yang ditawarkan para produsen menggunakan berbagai macam strategi pemasaran. Strategi pemasaran menurut Kotler (Kotler and Amstrong, 2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran

secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan.

Pada umumnya permasalahan yang sering dihadapi oleh manajemen fungsi pemasaran yaitu bagaimana upaya-upaya fungsi pemasaran perusahaan dikelola dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Apakah strategi dan rencana pemasaran yang disusun oleh fungsi pemasaran yang disusun oleh fungsi pemasaran sudah diimplementasikan secara memadai, apakah rencana yang telah dibuat oleh fungsi pemasaran telah mencerminkan upaya pemasaran yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan pemasaran, apakah kinerja fungsi pemasaran perusahaan sesuai dengan yang direncanakan.

Fungsi pemasaran sendiri merupakan penghubung antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan oleh produsen, dirasakan sangat penting. Kebutuhan manusia yang banyak dan beraneka ragam merupakan tantangan bagi para produsen untuk mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Keadaan ini menciptakan suatu kondisi persaingan diantara para pemasar atas produk yang dipasarkannya. Pemasar sebaiknya mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk dan pelayanan yang paling memuaskan akan diminati oleh konsumen sehingga akan menghasilkan laba dari penjualan dan pemasaran produk yang dilakukannya. Dengan demikian kegiatan pemasaran akan menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu memperoleh kepuasan bagi konsumen dan memperoleh laba dari produk yang laku di pasar.

Audit pemasaran merupakan audit yang bertujuan untuk memeriksa apakah kegiatan pemasaran perusahaan sudah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada sehingga dapat dicapainya target pada bagian pemasaran pada perusahaan, namun apabila terdapat kegiatan pemasaran yang belum maksimal, maka pemeriksa dapat memberikan masukan kepada manajemen Perusahaan agar dapat dilakukan perbaikan agar kegiatan manajemen perusahaan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang ada. Audit pemasaran sangat penting bagi Perusahaan, agar Perusahaan dapat mencapai target yang telah ditetapkan dan melaksanakan peraturan yang telah di buat.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan akan komunikasi yang sangat penting, PT. Telkomsel (Persero) melaksanakan berbagai usaha salah satu usaha yang di laksanakan ialah menghadirkan fasilitas kartu perdana prabayar dengan layanan yang sangat menarik, menarik dalam artian tidak hanya memberikan kenyamanan bagi penggunanya pihak telkomsel juga memberikan fasilitas komunikasi dengan jaringan yang sangat memuaskan, walaupun dibandrol dengan harga yang cukup tinggi untuk tarif dibanding pesaingnya pihak telkomsel sendiri memberikan kualitas terbaik. Tidak hanya itu telkomsel sendiri meluncurkan berbagai ragam kartu perdan prabayar maupun pascabayar dengan banyak merk dagang antara lain Simpati, AS, dan HALO. Selain itu penggunaan kartu pada alat komunikasi genggam di zaman sekarang juga bekerja sama dengan bank bank yang ada, sehingga fasilitas pembayaran dilakukan pada akhir bulan

untuk tagihan telfon genggam pun dapat dinikmati, pada tahap ini telkomsel juga memberikan fasilitas terbaiknya pada pelanggan.

PT. Telkomsel (Persero) adalah operator seluler terbesar di Indonesia dan memiliki jaringan terluas yang mampu menjangkau lebih dari 95% populasi Indonesia di seluruh penjuru Nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi berbagai lapisan masyarakat mulai dari kawasan perkotaan, ibukota kecamatan, daerah perintis, hingga desa perbatasan negeri, baik di gugusan pulau kecil ataupun di hutan pedalaman. Dengan berbagai cabang di seluruh kota Indonesia telkomsel menghadirkan pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan tertinggi, salah satu cabang operator seluler ini yang di hadirkan di kota Palembang adalah salah satu gambaran tersebarnya kantor cabang dengan baik, pengguna dari operator ini sendiri di kota Palembang sangat pesat dimulai dari kalangan dewasa hingga kaula muda, berdasarkan data yang di peroleh telkomsel menjadi operator dengan jumlah pelanggan terbanyak.

Pelaksanaan dari kegiatan didalam perusahaan apapun bentuknya tentu pernah dihadapkan pada suatu masalah sehubungan dengan kegiatan yang telah dijalankan. Sebagaimana telah diketahui bahwa dalam suatu perusahaan dapat terjadi masalah yang disadari ataupun tidak disadari keberadaannya, yang dapat mengakibatkan terhambatnya tujuan perusahaan yang akan dicapai. Sistem pemasaran PT. Telkomsel secara keseluruhan dikatakan baik, walaupun sistem pemasaran PT. Telkomsel sudah dikatakan baik tetapi pencapai pemasaran yang diharapkan tidak tercapai. Permasalahan yang ada pada PT. Telkomsel adalah tidak tercapainya realisasi penjualan pada tahun 2014 dari target (anggaran)

penjualan yang telah ditetapkan, hal ini dimungkinkan bahwa pihak divisi pemasaran tidak dapat memaksimalkan anggaran biaya pemasaran yang sudah dianggarkan oleh perusahaan.

Dibawah ini merupakan target atas manajemen pemasaran yang ada pada PT. Telkomsel cabang Palembang serta realisasi yang tercapai atas penjualan terhadap proses pemasaran yang dilakukan.

**Tabel 1.1**

**Data Pemasaran tahun 2012-2014 :**

2012		2013		2014	
Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
121.000.000	121,1(jt)	131.000.000	131,5(jt)	141.00.000.000	140,6(jt)

Sumber : PT. Telkomsel

Dapat kita lihat dari data diatas bahwa kenaikan terus terjadi terhadap pemasaran atas penjualan yang ada pada perusahaan, namun kenyataanya pada tahun-tahun tertentu pencapaian tidak sesuai dengan target yang ditetapkan perusahaan.

Walaupun peningkatan penjualan terus terjadi, namun target pemasaran pada PT. Telkomsel cabang Palembang sendiri terutama pada bagian manajemen pemasaran tidak mencapai target pada tahun-tahun tertentu, bagian pemasaran

mengalami kendala sehingga dibutuhkan audit manajemen atas fungsi pemasaran guna menilai efektivitas pada fungsi pemasaran.

Ada beberapa penelitian tentang audit pemasaran yang pernah dilakukan sebelumnya, salah satunya adalah penelitian Iil Solilah (2008), yang berjudul “Audit Pemasaran Pada CV. Bimandiri Lembang-Bandung”. Penelitian sebelumnya ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan taktik pemasaran yang ditetapkan perusahaan, selain itu menggambarkan persaingan yang dihadapi perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini perusahaan berada pada posisi *Selling Oriented Company* menuju *Marketing Oriented Company*, hal ini berdasarkan nilai CAI yang dicapai yaitu sebesar 2.8. Pada perusahaan yang berorientasi penjualan, perusahaan menitikberatkan pada cara penjualan yang persuasif, melakukan perbaikan produk dan melakukan promosi secara massal, setelah itu untuk menghadapi situasi perusahaan yang berorientasi pemasaran, maka perusahaan dapat memfokuskan kegiatannya untuk mencari peluang pasar baru, yaitu dengan memilih segmen yang paling efektif untuk dilayani, melakukan peningkatan inovasi dan diferensiasi produk, serta bauran promosi yang efektif.

Penelitian Bety Nofitasari (2013) tentang AUDIT MANAJEMEN ATAS FUNGSI PEMASARAN Studi Kasus Pada Wisata Agro Gondang Winangoen Klaten berkesimpulan bahwa Perusahaan telah menetapkan strategi yang jelas melalui *bussines plan* atau *marketing plan*. Strategi yang dilakukan perusahaan, yaitu perusahaan selalu berusaha melihat peluang yang ada dan 90

mengembangkannya untuk menyesuaikan kebutuhan pengunjung. Adanya strategi pemberian *discount* (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 Suryo Dhanti, Atmanto, dan Jaswadi (2015) mengenai ANALISIS AUDIT OPERASIONAL FUNGSI PEMASARAN (Studi Kasus pada PT. Pardic Jaya Chemicals) penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Fokus pada penelitian ini adalah tahapan audit operasional fungsi pemasaran yang dilakukan oleh auditor internal serta kegiatan pemasaran yang berlangsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan audit operasional fungsi pemasaran secara berkala, namun audit yang dilakukan oleh perusahaan tersebut masih belum mencakup keseluruhan lingkup pemasaran, sehingga penilaian efektivitas, efisiensi dan ekonomisasi fungsi pemasaran pada PT. Pardic Jaya Chemicals belum sepenuhnya maksimal. Namun, setelah dilakukan analisis secara menyeluruh terhadap kegiatan pemasaran dan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, ternyata masih terdapat beberapa aktivitas yang berjalan belum efektif, dan efisien. Seperti halnya profit yang diperoleh belum maksimal, pencapaian target *quantity* penjualan yang belum terpenuhi, dan tenaga kerja pemasaran Dian Rahmawati dan Diah Aristina yang terlalu sedikit.

Dian Rahmawati dan Aristina (2013) PENGARUH TINDAK LANJUT TEMUAN AUDIT FUNGSI PEMASARAN TERHADAP MINAT KONSUMEN

PENGGUNA KERETA API EKSEKUTIF PT. KERETA API INDONESIA (Studi pada PT. KAI Daop 8 Surabaya), Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausalitas, penelitian yang mencari hubungan sebab akibat atau pengaruh dari variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi serta melalui kuesioner. Analisis data yang digunakan ada dua pendekatan, pendekatan kualitatif dilakukan melalui triangulation test yang diwujudkan dalam bentuk review audit dan pendekatan kuantitatif melalui uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak lanjut temuan audit fungsi pemasaran yang berupa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen pengguna kereta api eksekutif meskipun kebijakan-kebijakan baru terkait tindak lanjut audit tersebut baru dan masih dalam proses pelaksanaan. Secara parsial hanya ada dua variabel yang berpengaruh terhadap minat konsumen yaitu promosi dan orang/karyawan perusahaan, sedangkan untuk produk, harga, tempat, proses dan bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat konsumen pengguna kereta api eksekutif. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. KAI Daop 8 Surabaya senantiasa berusaha untuk terus melakukan perbaikan dalam manajemen perusahaan melalui audit manajemen dan dari rekomendasi atas hasil audit tersebut, PT. KAI melakukan tindak lanjut untuk meningkatkan minat konsumen khususnya bagi pengguna kereta api eksekutif. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT, TELKOMSEL Cabang Palembang dengan judul **Efektivitas**

## **Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran “(Study Kasus pada PT. Telkomsel cabang Palembang)”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Masalah yang dibahas penulis sehubungan dengan penelitian yang dilakukan pada PT. Telkomsel cabang Palembang adalah menilai efektivitas Audit Manajemen atas fungsi pemasaran pada PT. Telkomsel cabang Palembang.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Peranan Audit Pemasaran pada PT. Telkomsel cabang Palembang itu sendiri apakah telah berjalan dengan baik.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu bagi :

1. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengevaluasi Peranan Audit Pemasaran pada PT Telkomsel cabang Palembang.
2. Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam bidang audit pemasaran serta dalam meningkatkan pengendalian manajemen di bidang pemasaran.
3. Sebagai bahan masukan (refrensi) bagi penelitian selanjutnya.

## Daftar Pustaka

- Agoes, S. (2004). *Auditing (Pemeriksaan Akuntan) oleh Kantor Akuntan Publik, Edisi Ketiga*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.
- Amstrong, K. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Arens, A Alvin, Randal J. Elder, Mark S. Beasley. 2001. *Auditing and Ansurance Services – An Integrated Approach, 9<sup>th</sup> Edition*, New Jersey : Prentice – Hall, dialih bahasakan oleh Ford Lumban Gaol. 2006. *Auditing dan Pelayanan Verifikasi edisi kesembilan*. Jakarta : PT Indeks, Kelompok Gramedia
- Bayangkara, I. (2008). *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bayangkara, I. (2014). *AUDIT MANAJEMEN PROSEDUR DAN IMPLEMENTASI*. Jakarta: Salemba Empat.
- Boynton.W.C., Johnson. R. N., Kell, WG. 2003. *Modern Auditing jilid 1 (edisi 7)*. (alih bahasa: Paul A. Rajoe, Gina Gania, Ichsan Setiyo Budi). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Devachibitha. (n.d.). *Devachibitha blogspot*. Retrieved Oktober 30, 2010, from Devachibitha blogspot Web Site: <http://devachibitha.blogspot.co.id>

- Dirmansyah. (2004). PERANAN AUDIT INTERNAL SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN. *Jurnal Ekonomi*, 1-15.
- HOLILAH, I. (2008). AUDIT PEMASARAN PADA CV. BIMANDIRI. *Jurnal Ekonomi*, 2-33.
- Imelda Dian Rahmawati, D. A. (2013). PENGARUH TINDAK LANJUT TEMUAN AUDIT FUNGSI PEMASARAN.
- Jusup, H. (2001). *Auditing I Buku I*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Kurniawati, Y. (2011). *Blogna Neeia*. Retrieved from Blogna Neeia Web Site: <http://yuliakurnia.blogspot.co.id>
- Lioe, L. W. (2013). AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN PADA PT. GRAHA MITRA SUKARAMI PALEMBANG. *Jurnal Ekonomi*, 1-8.
- Mulyadi. (2002). *Auditing Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nofitasari, B. (2013). AUDIT MANAJEMEN ATAS FUNGSI PEMASARAN (Studi Kasus Pada Wisata Agro Gondang Winangoen Klaten). *Jurnal Ekonomi*, vii-29.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- shering tips hidup sehat blogspot*. (n.d.). Retrieved from shering tips hidup sehat blogspot Web Site: <http://sheringtipshidupsehat.blogspot.co.id>

- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET.
- Tuggal, A. W. (2012). *Intisari Internal Auditing*. Jakarta: Harvarindo.
- Umar, H. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta:  
PT Gramedia Pustaka.
- Wijaya, K. K. (n.d.). *TECHINASIA*. Retrieved November 25, 2014, from  
TECHINASIA Web Site: <https://id.techinasia.com>
- Yoshi Suryo Dhanti, D. A. (2015). *ANALISIS AUDIT OPERASIONAL  
FUNGSI PEMASARAN (Studi pada PT. KAI Daop 8 Surabaya)*.
- YUNIATI, A. (2016). *Pengauditan Manajemen*. Retrieved January 10, 2016,  
from Pengauditan Manajemen Web site: <http://pmdums.blogspot.co.id>
- [www.bumn.go.id](http://www.bumn.go.id)
- [www.google.com](http://www.google.com)
- [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)