

ABSTRAK

PERANAN AUDIT INTERNAL DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS KINERJA BAGIAN PEMASARAN

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting di dalam perusahaan. Pemasaran dianggap penting karena pemasaran merupakan salah satu aspek yang mendukung terjadinya peningkatan penjualan. Oleh karena itu, apabila terjadi pengelolaan yang kurang tepat akan mengurangi penjualan perusahaan. Untuk menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan maka diperlukan audit internal yang dapat membantu manajemen dalam mengawasi pelaksanaan pengendalian intern dalam aktivitas perusahaan khususnya aktivitas pemasaran.

Dalam pelaksanaan pemasaran tidak cukup hanya mengandalkan kebijakan dan pengendalian intern saja, tetapi harus dengan bantuan dari auditor internal yang dapat mengukur sejauh mana ketaatan pelaksanaan pemasaran, sehingga manajemen dapat memperbaiki kelemahan atau kekurangan yang ada berdasarkan laporan hasil audit. Audit internal sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam perusahaan yang besar.

Melalui audit internal diharapkan dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada PT.Modern Internasional,Tbk yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang fotografi yang berlokasikan di Bandung. Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan analisis deskriptif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penelitian lapangan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan keusioner. Adapun data sekunder diperoleh dengan membaca dan mempelajari buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan audit internal pada PT.Modern Internasional,Tbk sudah memadai, hal ini dapat dilihat dari adanya tujuan dan ruang lingkup audit internal, wewenang dan tanggung jawab audit internal, independensi dan kompetensi audit internal, program audit internal, pelaksanaan audit internal serta laporan dan tindak lanjut audit internal. Dari hasil penelitian yang dilakukan, pelaksanaan peranan audit internal dalam menunjang efektivitas kinerja pemasaran telah memadai. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner sebesar 80,39%, maka dapat disimpulkan bahwa audit internal sangat berperan dalam menunjang kinerja pemasaran.

Kata kunci : audit internal, efektivitas pemasaran, promosi, distribusi.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Rerangka Penelitian.....	5
1.6 Metodologi Penelitian.....	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Peranan.....	10
2.2 Auditing.....	11
2.2.1 Pengertian Auditing.....	11
2.2.2 Jenis-jenis Audit.....	14
2.3 Audit Internal.....	15
2.3.1 Pengertian Audit Internal.....	15

	Halaman
2.3.2 Tanggung Jawab Audit Internal.....	18
2.3.3 Tujuan Audit Internal.....	18
2.3.4 Program Audit.....	18
2.3.5 Pelaksanaan Audit.....	20
2.3.6 Laporan Hasil Audit.....	21
2.3.7 Kriteria Audit Internal.....	22
2.4 Efektivitas.....	22
2.5 Pemasaran.....	23
2.5.1 Pengertian Pemasaran.....	23
2.5.2 Manajemen Pemasaran.....	24
2.5.3 Promosi.....	24
2.5.4 Distribusi.....	30
2.5.4.1 Pedagang atau Distributor.....	31
2.6 Audit Pemasaran.....	31
2.6.1 Komponen Audit Pemasaran.....	33
2.6.2 Pengendalian Pemasaran.....	34
2.7 Hubungan Peranan Audit Internal Dengan Efektivitas Pemasaran.....	36
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.2. Variabel, indikator Variabel, dan Skala Pengukuran.....	39

	Halaman
3.2.3.Responden dan Sampel.....	42
3.2.4.Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum PT.Modern Internasional,Tbk.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 Produk Perusahaan.....	46
4.1.3 Aktivitas Perusahaan.....	47
4.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	48
4.2.1 Struktur Organisasi.....	48
4.2.2 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	48
4.3 Aktivitas Pemasaran Pada PT.Modern Internasional,Tbk.....	57
4.3.1 Prosedur Pemasaran.....	57
4.3.2 Promosi.....	58
4.3.3 Saluran Distribusi.....	61
4.4 Gambaran Sekilas Audit Internal PT.Modern Internasional,Tbk.....	62
4.4.1 Tujuan Audit Internal.....	63
4.4.2 Tanggung Jawab dan Wewenang Audit Internal.....	63
4.4.2.1 Tanggung jawab audit internal.....	64
4.4.2.2 Wewenang audit internal.....	64
4.4.3 Program Kerja Audit Internal.....	65
4.4.4 Pedoman Kerja Audit.....	66

4.4.5 Pelaksanaan Audit Internal.....	66
	Halaman
4.4.5.1 Tahapan persiapan audit.....	66
4.4.5.2 Tahapan pelaksanaan audit.....	67
4.4.5.3 Isi Laporan Audit.....	68
4.4.5.4 Tahap penyusunan laporan hasil audit.....	68
4.4.5.5 Tahap <i>monitoring</i> tindak lanjut.....	69
4.5 Pengujian Hipotesis.....	70
4.5.1 Analisis Deskriptif.....	70
4.5.2 Analisis Statistik.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator, Sub Indikator, Skala Pengukuran, dan Instrumen.....	41
Tabel 4.1 Struktur diskon, wewenang, dan persentase.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	79
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner.....	82
Lampiran 3 Struktur Organisasi.....	84
Lampiran 4 Pedoman Kerja Audit.....	85
Lampiran 5 Prosedur Laporan Hasil Pemeriksaan (Audit).....	87
Lampiran 6 Hasil Laporan Pemeriksaan (Audit).....	94
Lampiran 7 Surat Pernyataan.....	97
Lampiran 8 Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi.....	98
Lampiran 9 Riwayat Hidup.....	99