

**AUDIT MANAJEMEN ATAS FUNGSI PEMASARAN  
DI PT. GUNUNG MULIA DISTRIBUSINDO (GMD)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**TRI PUTRA BAKTI  
(NIM. 3011411114)**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2018**

**AUDIT MANAJEMEN ATAS FUNGSI PEMASARAN  
DI PT. GUNUNG MULIA DISTRIBUSINDO (GMD)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**TRI PUTRA BAKTI  
(NIM. 3011411114)**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2018**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Tri Putra Bakti  
NIM : 301 14 11 114  
Jurusan : Akuntansi  
Judul Skripsi : “Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Di  
PT. Gunung Mulia Distribusindo (GMD)”

Pembimbing Utama

**Karmawan, S.E., M.Sc.**  
NP. 507706003

Pembimbing Pendamping

**Anggraeni Yunita, S.E., M.Si.**  
NIP. 198001212014042001

Balunijuk, 10 Juli 2018

Plt. Ketua Jurusan Akuntansi

**Karmawan, S.E., M.Sc.**  
NP. 507706003

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL  
AUDIT MANAJEMEN ATAS FUNGSI PEMASARAN  
DI PT. GUNUNG MULIA DISTRIBUSINDO (GMD)**

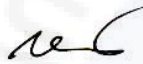
Yang dipersiapkan dan disusun Oleh: **TRI PUTRA BAKTI**

Nomor Induk Mahasiswa: **3011411114**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada tanggal 19 Juli 2018, dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Susunan Dewan Penguji :

(Ketua Tim Penguji/Pembimbing I)



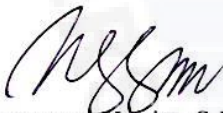
Karmawan, S.E., M.Sc  
NP.507706003

(Sekretaris/ Penguji I)



Suhaidar, S.E., M.Si  
NP.506406001

(Penguji III/ Pembimbing II)



Anggraeni Yunita, S.E., M.Si  
NIP.198001212014042001

( Penguji II)



Erita Rosalina, S.E., M.Si  
NIP.198405072014042001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Balunjuk, 19 Juli 2018

Dekan,



Dr. Reniati, S.E., M.Si  
NP.507206007

Plt. Ketua Jurusan Akuntansi,



Karmawan, S.E., M.Sc  
NP.507706003

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Di PT. Gunung Mulia Distribusindo (GMD)”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Balunijuk, Juni 2018

Penulis,



Tri Putra Bakti

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- a. *“Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Tuhan apapun dan di manapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon”.*
- b. *“Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan tanpa keengganan”.*
- c. *“Berusahalah jangan sampai terlengah walau sedetik saja, karena atas kelengahan kita tak akan bisa dikembalikan seperti semula.*

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dengan segenap rasa kepada:

1. *Kedua orang tua tercinta atas segala dukungannya, pengorbanan baik moral maupun materi dan doa yang tulus tanpa pamrih untuk keberhasilan penulis. Harapanmu menjadi penggerak langkah ku untuk tidak berhenti berusaha dan terus berjuang hingga akhir hayat.*
2. *Kakak-kakak ku tercinta Eka Putra Darma dan Dewi Putri Sari, serta anak-anak dari kakak-kakak ku yang menjadi motivasi dalam hidup ku dan mereka selalu memberikan semangat kepada penulis agar cepat menyelesaikan skripsi dan melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.*
3. *Teman-teman seperjuanganku kelas Akuntansi 4 angkatan 2014 dan teman-teman seperjuangan merantau untuk meraih gelar sarjana yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.*

4. *Seseorang yang tercinta yang telah memberikan support kepada penulis untuk selalu berjuang.*
5. *Almamater ku tercinta Universitas Bangka Belitung.*



## **ABSTRACT**

**Tri Putra Bakti. 3011411114. 2018. *Management Audits on Marketing Function in PT. Gunung Mulia Distribusindo (GMD).***

*The purpose of this study is to examine whether there is good management of the marketing function at PT. Gunung Mulia Distribusindo. The development of era is being faster than ever makes the process to perform an activity more quickly and timely without any constraints faced by a company. Along with these developments, the company is required to improve the quality of products or services it offers, which is intended for the company can maintain and increase its market share. Tighter business competition requires PT. Gunung Mulia Distribusindo to perform extra management on the company's marketing function in order to survive and win in business competition.*

*This research is a qualitative descriptive research with case study approach. Data collection methods in this study are library research, interviews, observation, and documentation, and requested the necessary data to PT. Gunung Mulia Distribusindo. Data analysis used is descriptive qualitative by using elements as data analysis that function measure how far the success of marketing management such condition, criterion, cause, and effect.*

*The results of the research showed that: (1) assessment on the marketing environment of PT. Gunung Mulia Distribusindo has been running effectively, (2) marketing strategy has been running effectively because the company has made a marketing plan as a reference in its marketing activities, (3) marketing system has not been running effectively because the market planning procedures that have been made are not documented, (4) there was still overlap of work so that the performance of the marketing organization has not worked effectively, (5) other marketing function policies have been effective because: the company has clearly defined the products to be marketed and the product lines used; pricing based on costs incurred, governments rules, and market conditions; the establishment of appropriate distribution channels for companies in marketing their products; and the establishment of a clear promotion by way of direct promotion, through events, electronic media, and social networking.*

**Keywords: Audit, Management Audit, Marketing Function.**



## INTISARI

**Tri Putra Bakti. 3011411114. 2018. Audit Manajemen atas Fungsi Pemasaran Di PT. Gunung Mulia Distribusindo (GMD).**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk meneliti apakah terdapat pengelolaan yang cukup baik atas fungsi pemasaran pada PT. Gunung Mulia Distribusindo. Perkembangan zaman yang semakin canggih dibandingkan sebelumnya menjadikan proses untuk melakukan suatu kegiatan semakin cepat dan tepat waktu tanpa terkendala apapun yang dihadapi suatu perusahaan. Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkannya, dimana hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat menjaga serta meningkatkan pangsa pasar yang dimilikinya. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut PT. Gunung Mulia Distribusindo untuk melakukan pengelolaan ekstra pada fungsi pemasaran perusahaan agar mampu bertahan dan menang dalam persaingan bisnis.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah studi keperustakaan, wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta meminta data yang diperlukan kepada PT. Gunung Mulia Distribusindo. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan elemen-elemen sebagai analisis data yang berfungsi mengukur sampai sejauh mana keberhasilan pengelolaan pemasaran yaitu kondisi, kriteria, penyebab, dan akibat.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: (1) penilaian terhadap lingkungan pemasaran PT. Gunung Mulia Distribusindo sudah berjalan efektif, (2) strategi pemasaran telah berjalan dengan efektif karena perusahaan telah membuat *marketing plan* sebagai acuan dalam aktivitas pemasarannya, (3) sistem pemasaran belum berjalan efektif karena prosedur perencanaan pasar yang telah dibuat tidak didokumentasikan, (4) masih terjadi tumpang tindih pekerjaan sehingga kinerja organisasi pemasaran belum berjalan dengan efektif, (5) kebijakan fungsi pemasaran lainnya telah berjalan efektif karena: perusahaan telah menetapkan dengan jelas produk yang akan dipasarkan dan lini produk yang digunakan; penetapan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan, aturan pemerintah, dan kondisi pasar; penetapan saluran distribusi yang tepat bagi perusahaan dalam memasarkan produknya; dan penetapan promosi yang jelas dengan cara promosi secara langsung, melalui *event*, media elektronik, serta jejaring sosial.

**Kata Kunci:** Audit, Audit Manajemen, Fungsi Pemasaran

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “**Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Di PT. Gunung Mulia Distribusindo (GMD)**”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/materi atau susunan kalimatnya, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini ke arah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu:

1. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yusuf, M.Si, selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

3. Bapak Suhaidar, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Karmawan, S.E, M.Sc, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Anggraeni Yunita, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing serta mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Pihak-pihak yang berkepentingan di PT. Gunung Mulia Distribusindo khususnya Bapak Jhony Tanjaya dan Dian Afriandi yang telah memberikan kesempatan dan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Dosen dan seluruh staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya Jurusan Akuntansi yang telah memberikan pelajaran berharga, serta membuka pikiran dan wawasan keilmuan kami.
8. Seluruh staf AAK, AUK, dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang telah membantu dalam proses perkuliahan sampai proses skripsi ini.
9. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Aridin Berahim dan Lie Mie Len yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dan pengorbanannya baik dari segi moril dan materiil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.

10. Kakak-kakak ku tersayang, Eka Putra Darma dan Dewi Putri Sari, serta anak-anak dari kakak-kakak ku tercinta.
11. Seseorang yang spesial, Stella Widjaya yang selalu membantu dan memberi penulis motivasi serta dukungannya kepada penulis.
12. Teman-temanku, Akuntansi 4 (AK 4) angkatan 2014, khususnya Tessa Lonika Limbong, Suwanti, Yanti, Sulastri, Siti Mahya, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Teman-teman angkatan 2014, maupun beberapa adik tingkat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
14. Teman-teman di Ridho Fotocopy dan Copycell, terima kasih telah membantu selama awal semester sampai pada akhir semester ini.
15. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu penulisan dalam memperoleh gelar sarjana.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah wawasan pengetahuan kita.

Balunijuk, 21 Juni 2018

Penulis,

Tri Putra Bakti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kontribusi Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Audit .....	7
2.1.1 Pengertian Audit .....	7
2.1.2 Jenis-Jenis Audit.....	8
2.1.3 Langkah-langkah Audit .....	9
2.1.4 Standar Audit .....	11
2.2 Audit Manajemen .....	13
2.2.1 Pengertian Audit Manajemen .....	13
2.2.2 Tujuan Audit Manajemen .....	13
2.2.3 Ruang Lingkup dan Sasaran Audit Manajemen .....	14

2.2.4 Prinsip Dasar Audit Manajemen.....	17
2.2.5 Perbedaan Audit Manajemen dan Audit Keuangan.....	20
2.2.6 Tahap-Tahap Audit Manajemen .....	23
2.3 Fungsi Pemasaran .....	25
2.3.1 Pengertian Pemasaran .....	25
2.3.2 Tujuan Pemasaran.....	26
2.3.3 Proses Manajemen Pemasaran.....	27
2.4 Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran.....	31
2.5 Penelitian Terdahulu .....	34
2.6 Rerangka Berpikir.....	38
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	40
3.2 Fokus Penelitian.....	40
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.4 Sumber Data .....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6 Instrumen Penelitian .....	43
3.7 Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Data Umum .....	47
4.1.1 Profil Perusahaan .....	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	47
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	48
4.2 Deskripsi Data Khusus .....	59
4.2.1 Audit Pendahuluan.....	59
4.2.2 Review dan Pengujian Pengendalian Manajemen.....	60
4.3 Analisis Data.....	63
4.3.1 Audit Lingkungan Pemasaran.....	63
4.3.2 Audit Strategi Pemasaran .....	67
4.3.3 Audit Sistem Pemasaran .....	71
4.3.4 Audit Organisasi Pemasaran.....	74

4.3.5 Audit Fungsi Pemasaran Lainnya .....	75
4.4 Pembahasan .....	80
4.4.1 Penilaian Lingkungan Pemasaran yang Dilakukan PT. Gunung Mulia Distribusindo .....	80
4.4.2 Strategi Pemasaran Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo .....	91
4.4.3 Sistem Pemasaran Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo .....	81
4.4.4 Kinerja Organisasi Pemasaran Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo.....	82
4.4.5 Kebijakan Fungsi Pemasaran Lainnya Pada PT. Gunung Mulia Distribusindo.....	82
<b>BAB 5 PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	86
5.3 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	88
<b>LAMPIRAN</b> .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III.1 Pedoman Observasi dan Wawancara .....	43





## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Rerangka Berpikir.....	39
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Gunung Mulia Distribusindo.....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1    Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2    Program Audit
- Lampiran 3    Laporan Audit Manajemen Pemasaran
- Lampiran 4    Harga Produk Semen Tiga Roda
- Lampiran 5    Foto-Foto Kegiatan Penelitian
- Lampiran 6    Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7    Surat Permohonan dan Izin Penelitian
- Lampiran 8    Kartu Bimbingan Skripsi

