

**PENERAPAN PEMERIKSAAN MANAJEMEN
ATAS FUNGSI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN PENGENDALIAN MANAJEMEN
PADA PT X SURABAYA
SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



DIAJUKAN OLEH

**DINING RETNOWATI
NIM : 049922500 - E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

**PENERAPAN PEMERIKSAAN MANAJEMEN
ATAS FUNGSI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN PENGENDALIAN MANAJEMEN
PADA PT X SURABAYA**



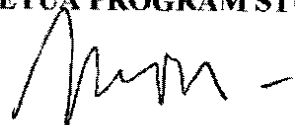
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Drs. H. WIDI HIDAYAT, M.Si., Ak

TANGGAL 17 Juni 2004

KETUA PROGRAM STUDI,


Drs. M. SUYUNUS, MAFIS. Ak.

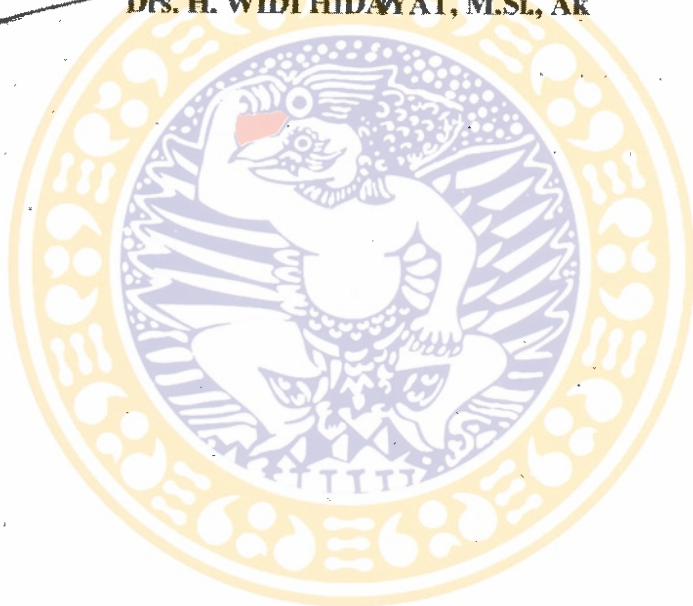
TANGGAL 17-6-04

Surabaya, 8 April 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing


Drs. H. WIDI HIDAYAT, M.Si., Ak



ABSTRAKSI

Manajemen audit dapat didefinisikan sebagai suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasi suatu perusahaan termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan secara standar oleh manajemen dengan tujuan untuk mengetahui apakah kegiatan operasional atau fungsi tertentu tersebut telah dilakukan secara efektif, efisien dan ekonomis. Perbedaan yang prinsip dengan pemeriksaan keuangan adalah terletak pada cara pandang, pemeriksaan manajemen berpandangan ke depan yaitu untuk melihat bagaimana sebaiknya manajemen mencapai tujuannya dan untuk melihat kesulitan operasional sebelum faktanya terjadi, dibanding cara pandang pemeriksaan keuangan yang melihat setelah faktanya terjadi (historis).

Dalam perkembangannya lazimnya suatu perusahaan semakin memiliki rentang pengendalian (*span of control*) yang makin luas sehingga mengakibatkan top level manajemen tidak dapat secara langsung mengikuti dan mengawasi jalannya operasional perusahaan sehingga keterbatasan ini membutuhkan alat bantu untuk melaksanakan pengendalian manajemen. Salah satu wujud dari pelaksanaan pengendalian manajemen adalah dengan cara melakukan pemeriksaan manajemen karena hasil pemeriksaan berupa temuan audit dan rekomendasi dari auditor dapat dipakai sebagai acuan untuk melakukan tindakan korektif sehingga manajemen dapat meningkatkan pengendaliannya.

PT X Surabaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *internet service provider* (ISP) dengan produk dan layanan berupa dial-up akses dan home page. Berdasarkan pengamatan terhadap laporan keuangan dan pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan, di PT X Surabaya terjadi indikasi dari kondisi yang tidak baik yaitu tidak tercapai realisasi penjualan dibandingkan targetnya, omzet penjualan yang semakin menurun, margin laba yang semakin rendah, kehilangan pangsa pasar dan kepastian layanan infrastruktur serta teknologi yang tidak menjamin kualitas layanan, belum dapat ditindak lanjuti dan cenderung terulang pada periode berikutnya.

Keterbatasan tersebut dapat diatasi salah satunya dengan menerapkan pemeriksaan manajemen atas fungsi pemasaran sehingga hasil audit tersebut dapat digunakan sebagai alat bantu untuk dapat menilai hasil kerja fungsi marketing sehingga manajemen dapat mengidentifikasi masalah mendasar yang sedang terjadi, mengambil keputusan atas langkah penyelesaian masalah tersebut dan melakukan pengendalian kegiatan operasional.

Dengan melakukan pemeriksaan manajemen fungsi pemasaran, perusahaan dapat melakukan analisis kinerja fungsi pemasaran sebagai ujung tombak perusahaan dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan oleh manajemen, sehingga dapat diketahui penyebab penyimpangan antara fakta dan standar dan dapat segera diambil tindakan perbaikan bila memang diperlukan. Dengan demikian penerapan pemeriksaan manajemen atas fungsi pemasaran berguna untuk meningkatkan pengendalian manajemen.

(Kata kunci : Manajemen Audit, Fungsi Marketing, Pengendalian Manajemen)