

**PERAN AUDIT INTERNAL TERHADAP SISTEM PENGENDALIAN
MANAJEMEN PEMASARAN PERUSAHAAN PADA PABRIK KAYU
PERHUTANI *PLYWOOD INDUSTRY* KABUPATEN KEDIRI**

**Oleh :
Norbertus Yunanto Prachyo**

**Dosen Pembimbing :
Nasikin, MM., Ak., CPA**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan audit internal pada perusahaan serta melihat pelaksanaan pengendalian manajemen pada manajemen pemasaran dan peran serta audit internal dalam melihat peran sistem pengendalian manajemen pemasaran perusahaan Pabrik Kayu Perhutani *Plywood Industry* di Kabupaten Kediri Jawa Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Data-data yang dijadikan sebagai bahan penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, pelaksanaan kegiatan audit sudah berjalan sangat baik dan pengendalian internal pada Pabrik Kayu Perhutani *Plywood Industry* sudah berjalan dengan baik. Hal ini dilihat dari beberapa aspek yang diteliti. Sehingga meminimalisasi kemungkinan kesalahan yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut, maka peran audit internal terhadap sistem pengendalian manajemen perusahaan tercermin dari adanya laporan pemeriksaan yang melihat temuan audit dan perusahaan melakukan tindak lanjut atas temuan tersebut sesuai dengan rekomendasi yang diberikan oleh auditor internal.

Kata Kunci : Audit Manajemen, Manajemen Pemasaran

PENDAHULUAN

Semakin cepatnya perkembangan zaman pada saat ini, perusahaan sebagai suatu entitas harus mampu bersaing secara kompetitif terhadap para pesaingnya agar perusahaan tersebut mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama. Dalam mencapai hal tersebut, perusahaan dituntut untuk semaksimal mungkin

menyesuaikan apa yang menjadi keinginan konsumen. Perusahaan harus melakukan perencanaan yang matang dalam upaya memenuhi kebutuhan tersebut. Perencanaan yang matang mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen ini tidak lepas dari peran manajemen pemasaran. Sehingga peningkatan pemasaran diharapkan mampu

menunjang tingkat produksi yang dilakukan oleh perusahaan.

Manajemen pemasaran dalam perusahaan berperan aktif dalam keberhasilan perusahaan dalam menguasai pasar. Manajemen pemasaran merupakan sebuah divisi dalam perusahaan dimana manajemen pemasaran ini bertugas untuk melihat keinginan konsumen dan keadaan pasar yang sering berubah-ubah. Sehingga perusahaan menerima berbagai informasi yang berkaitan dengan pasar yang dimasuki oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan yang memiliki manajemen pemasaran yang baik dapat menguasai pasar dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk yang sejenis. Hal ini dikarenakan manajemen pemasaran mengerti apa yang dibutuhkan oleh pihak konsumen sehingga perusahaan akan merespon secara cepat apa yang menjadi keinginan dari konsumen, selain itu manajemen pemasaran dapat memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan kepada perusahaan mengenai segala perubahan yang terjadi pada pasar.

Dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan termasuk juga kegiatan pemasaran, perusahaan perlu melakukan evaluasi guna melihat bagaimana keberhasilan kerja pada manajemen pemasaran. Evaluasi ini berkaitan dengan apakah manajemen pemasaran telah melakukan kinerjanya secara efektif, efisien dan ekonomis. Evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan dengan audit internal terhadap manajemen

pemasaran. Audit pemasaran ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen pemasaran menjalankan tugasnya apakah sesuai dengan tujuan awal yang ditetapkan oleh perusahaan atau melenceng dari tujuan awal perusahaan, serta melihat sistem pengendalian manajemen pemasaran perusahaan.

Audit manajemen pemasaran ini berkaitan dengan keandalan dari sistem pengendalian manajemen pada bagian pemasaran. Sistem pengendalian manajemen pemasaran ini mengatur keseluruhan kegiatan karyawan pemasaran mulai dari *jobdesk* karyawan serta apa saja yang dilakukan oleh karyawan. Sistem pengendalian ini memuat juga mengenai tujuan perusahaan yang ingin dicapai melalui setiap bagian divisi dalam perusahaan.

Perusahaan melakukan kegiatan evaluasi dengan menggunakan audit internal sangatlah penting, hal ini dikarenakan perusahaan harus mengerti bagaimana perkembangan setiap divisi terlebih divisi pemasaran yang setiap saat terjadi perubahan dalam pasar yang dimasuki oleh perusahaan. Audit pemasaran ini diharapkan mampu memberikan evaluasi terhadap sistem pengendalian pada manajemen pemasaran yang tidak lagi sesuai dengan keadaan sebenarnya dari manajemen tersebut. Audit pemasaran juga akan memberikan rekomendasi kepada perusahaan tentang bagaimana perusahaan dapat melakukan perubahan yang lebih baik untuk manajemen pemasaran tersebut.

Kepatuhan akan rekomendasi yang dikeluarkan oleh audit internal ini sangatlah perlu diperhatikan, karena audit internal menerima semua informasi serta mengolah data yang terdapat pada manajemen pemasaran sehingga auditor dapat mengerti mengenai kelemahan dari sistem pengendalian yang ada pada manajemen pemasaran tersebut. Rekomendasi yang diberikan ini memberikan ruang perubahan bagi manajemen pemasaran untuk membenahi sistem pengendalian manajemen agar sistem pengendalian manajemen dapat berjalan secara efektif, efisien dan ekonomis.

Pada umumnya setiap perusahaan akan mencari keuntungan yang sangat tinggi, hal ini dikarenakan tujuan awal perusahaan adalah bagaimana perusahaan mampu memperoleh laba setinggi mungkin dengan mengeluarkan *budget* seminimal mungkin. Hal ini juga dilakukan oleh Perhutani *Plywood Industry* milik Perhutani yang bergerak dalam bidang pengolahan kayu. Perhutani *Plywood Industry* yang baru didirikan pada tahun 2013 ini diharapkan dapat memasarkan hasil produksinya sampai dengan pasar internasional. Sehingga perlu adanya audit internal yang baik untuk memberikan rekomendasi yang baik pula kepada manajemen pemasaran sehingga Perhutani *Plywood Industry* mampu memasarkan produknya hingga sampai ke ranah internasional. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini dengan judul ”**PERAN AUDIT INTERNAL TERHADAP SISTEM**

PENGENDALIAN MANAJEMEN PEMASARAN PERUSAHAAN PADA PABRIK KAYU PERHUTANI PLYWOOD INDUSTRY KABUPATEN KEDIRI”

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut

- 1 Apa manfaat audit internal dalam perusahaan?
- 2 Bagaimana penerapan Sistem Pengendalian Manajemen manajemen pemasaran dalam perusahaan?
- 3 Berapa besar peran audit internal dalam Sistem Pengendalian manajemen pada perusahaan?

TINJAUAN PUSTAKA

Audit Internal

Audit internal merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Audit internal dirancang secara sistematis untuk mengaudit aktivitas, program-program yang diselenggarakan oleh perusahaan apakah digunakan secara efektivitas dan efisien serta aktivitas dan program yang dilakukan oleh manajemen sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Audit internal dapat diartikan juga sebagai alat pengawasan perusahaan dalam melihat kesalahan yang ada dalam perusahaan.

Sistem Pengendalian Manajemen

Sistem pengendalian manajemen merupakan suatu sistem yang digunakan

oleh para manajer untuk mengarahkan anggota organisasi agar melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien sesuai strategic pokok yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dan sasaran. Aktivitas sistem pengendalian manajemen meliputi aktivitas untuk merencanakan, mengendalikan dan mengarahkan operasi organisasi sesuai rencana dan tujuan perusahaan.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan fungsi organisasi yang sistematis untuk menghantarkan nilai yang terkandung dalam produk yang dihasilkan perusahaan yang sudah direncanakan dan diorganisasikan serta diawasi oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, dimana pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Jogiyanto (2010:6) pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan yang tidak menggunakan model atau teknik statistik untuk menyimpulkan hasil observasi. Pendekatan kualitatif juga dapat disebut dengan studi diskriptif, dimana dalam studi diskriptif ini menjelaskan karakteristik suatu fenomena yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Penelitian deskriptif ini tidak digunakan untuk menguji hipotesis yang dibuat, tetapi pengujian ini memberikan gambaran apa adanya tentang suatu variable, gejala, atau keadaan yang sebenarnya.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan study kasus (*case study*). Studi kasus adalah penelitian yang dilakukan secara insentif, terinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, atau gejala tertentu (Arikunto dalam Amiliya 2008). Studi kasus ini diharapkan mampu melihat gambaran keadaan yang sebenarnya mengenai suatu organisasi maupun perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada “Pabrik Kayu Plywood Kabupaten Kediri”

Metode ini menggunakan metode analisis data deskriptif, yaitu analisa dengan cara mengumpulkan dan mendiskripsikan data non angka (data kualitatif). Dalam metode ini peneliti ingin menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan, serta menganalisis berbagai data yang ditemukan dan kemudian melakukan analisis terhadap sistem pengendalian manajemen sebelum dilakukan audit internal dan sesudah dilakukan audit internal apakah ada perubahan yang terjadi, dan perubahan tersebut sesuai dengan rekomendasi yang diberikan oleh auditor internal. Setelah itu membuat keputusan apakah audit internal berperan dalam memberikan rekomendasi perubahan terhadap sistem pengendalian manajemen pemasaran perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perhutani Plywood Industry

Perum Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara di Indonesia yang memiliki tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan perencanaan, pengurusan, pengusahaan dan perlindungan hutan di wilayah kerjanya.

Sebagai BUMN, perum perhutani mengusahakan pelayanan bagi kemanfaatan umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan. Perum Perhutani didirikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1972, kemudian diubah dengan peraturan pemerintah Nomor 2 Tahun 1978 seterusnya keberadaan dan usahanya ditetapkan kembali berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1986 dan Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2003. Saat ini dasar hukum yang mengatur Perum Perhutani adalah Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2010.

Wilayah kerja Perum Perhutani meliputi seluruh Kawasan Hutan Negara yang terdapat di Propinsi Jawa Tengah (Unit I), Jawa Timur (Unit II), Jawa Barat dan Banten (Unit II), kecuali kawasan hutan yang menjadi tempat konservasi. Total wilayah hutan yang dikelola oleh Perum Perhutani sebesar 2.448.043,34ha, terdiri dari Hutan Produksi Terbatas seluas 409.709,73ha dan Hutan Lindung seluas 632.519,12ha.

Perhutani *Plywood Industry* ini berlokasi di kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri, Propinsi Jawa Timur. perhutani *Plywood Industry* diresmikan oleh Menteri Kehutanan pada 27 Maret Tahun 2013. Perhutani *Plywood Industry* diharapkan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Sebagai bagian dari perusahaan kehutanan Negara dengan pengembangan produk *plywood* dan pasar yang mendukung kebijakan pemerintah untuk peningkatan pendapatan anssional, mulai tahun 2014

Perhutani *Plywood Industry* bergabung dibawah KBM Industri Kayu II yang merupakan unit pengolahan kayu dan rimba dengan produk utama berupa : venner, lamella, kayu gergajian dan *finished flooring*, sedangkan Perhutani *Plywood Industry* telah menghasilkan produk berupa *plywood* dengan memanfaatkan potensi log sengon khususnya sortimen AIII up.

Dalam rangka upaya untuk meningkatkan penghasilan dan nilai tambah, pengembangan Perhutani *Plywood Industry*, kiranya sangat dibutuhkan ergonomis sehingga mampu memberikan nilai tambah dan keuntungan yang berlipat bagi perusahaan pengolahan kayu.

Bidang usaha Perum Perhutani adalah usaha dibidang Kehutanan (khususnya di pulau Jawa dan Maadura) dan mengemban tugas serta wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan pengelolaan Sumber Daya Hutan (SDH) dengan memperhatikan aspek produksi, aspek social, dan aspek lingkungan.

Audit Internal

Dengan berbagai kegiatan audit internal yang dilakukan oleh perusahaan, pihak pabrik mendapat manfaat dari kegiatan audit internal yang dilakukan selama ini, beberapa manfaat yang didapat dalam melakukan audit seperti

1. Pihak auditor memberikan suatu evaluasi yang independen dan tidak bias terhadap program kerja pada perusahaan dan kepada setiap divisi dalam perusahaan

2. Dapat dilakukan identifikasi area-area yang dibutuhkan dalam meningkatkan dan menghasilkan ide pemikiran yang baru bagi pihak pabrik

Membantu pabrik dalam melakukan analisis serta melakukan perubahan terhadap upaya pabrik dalam meningkatkan kualitas.

Sistem Pengendalian Manajemen Pemasaran

Sistem pengendalian manajemen sangat penting diterapkan diperusahaan maupun organisasi karena salah satu fungsi pengendalian manajemen yaitu sebagai alat untuk mengurangi terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan.

1. Pengendalian efektifitas program pemasaran
Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak pabrik sudah dilakukan dengan baik hal ini dilihat dengan adanya analisis yang dilakukan pihak pabrik untuk melihat keadaan pasar dan melakukan evaluasi yang berguna untuk melihat program kerja dapat berjalan dengan baik.
2. Pengendalian strategi pemasaran
Pengendalian strategi pemasaran ini dalam kegiatan pemasaran pabrik dijalankan secara berkala ini dilihat dengan adanya evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen pemasaran setiap bulan untuk melihat perkembangan strategi pemasaran perusahaan.

3. Pengendalian profitabilitas pemasaran

Dalam hal pengendalian profitabilitas pemasaran pihak manajemen pemasaran melihat permintaan pasar terhadap olahan pada perusahaan Perhutani *Plywood Industry* sangat tinggi hal ini dilihat dari peningkatan permintaan yang sudah ada. Dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan, pihak pabrik telah memberikan produk yang sudah berstandar sehingga produk yang ditawarkan merupakan produk yang berkualitas.

4. Pengendalian efisiensi pemasaran
Pengendalian efisiensi pemasaran dalam hal promosi, promosi yang dilakukan oleh pihak pabrik sudah mengikuti zaman, hal ini dibuktikan dengan berbagai media cetak dan elektronik digunakan perusahaan dalam melakukan promosi ini. Dalam hal distribusi pihak pabrik bekerjasama dengan pihak ke tiga dalam hal distribusi sehingga pihak pabrik dapat lebih fokus dalam melakukan kegiatan produksi ini.

Peran Audit Internal

Peran audit terhadap sistem pengendalian manajemen pemasaran pada Perhutani *Plywood Industry* sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan setiap kegiatan yang dilakukan. Hal ini dikarenakan audit internal memeriksa keseluruhan dokumen-dokumen serta informasi yang diperoleh mengenai manajemen pemasaran, dan menilai struktur

pengendalian manajemen pada manajemen pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari kegiatan penelitian dan analisis yang dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh yaitu:

1. Kegiatan audit pada Perhutani *Plywood Industry* sudah memadai hal ini terlihat dengan adanya satuan pengawasan internal perusahaan. Selain itu auditor dengan adanya audit internal ini perusahaan dapat mengerti mengenai program kerja yang kurang berjalan sehingga dapat dilakukan evaluasi terhadap program kerja tersebut.
2. Pengendalian manajemen pada bagian pemasaran Perhutani *Plywood Industry* sudah sangat memadai hal ini dilihat dari beberapa unsur pengendalian yang sangat baik meliputi Pengendalian efektifitas program pemasaran, Pengendalian strategi pemasaran, Pengendalian profitabilitas pemasaran, Pengendalian efisiensi pemasaran.
3. Audit internal yang dilakukan oleh pihak Perhutani *Plywood Industry* dalam sistem pengendalian manajemen pemasaran pabrik sangat penting, dengan dilakukan audit internal terhadap sistem pengendalian pihak manajemen mengerti kriteria mana yang memang diperlukan untuk dilakukan

perubahan untuk peningkatan mutu pemasaran pabrik.

Saran

1. Pihak pabrik Perhutani *Plywood Industry* dapat melakukan audit internal secara mendadak tanpa harus memberitahukan terlebih dahulu kepada manajemen pemasaran, hal ini berguna untuk melihat keadaan sebenarnya dari manajemen pemasaran.
2. Manajemen pemasaran dapat membuat pengendalian manajemen yang sudah ada agar lebih akurat dan efisien, sehingga semua karyawan dapat memahami tugas yang diberikan dan aturan yang berlaku.
3. Auditor dapat berperan aktif dalam melakukan pengawasan setelah melakukan kegiatan audit, hal ini diharapkan agar perusahaan dapat berjalan sesuai tujuan awal perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R. N., and Vijay Govindarajan. (2005). *Management control system: Sistem pengendalian manajemen*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Astutik, Amiliya Umi. 2008. *Audit Operasional untuk Menilai Efektivitas dan Efisiensi Fungsi Pemasaran pada PT. Auransi Jasa Indonesia, Kantor Cabang Malang*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Bayangkara, IBK. 2013. *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Gitosudarmo, Indriyo H. 2012. *Manajemen Pemasaran*. BP-FE-YOGYAKARTA. Yogyakarta
- Indriantono, Nur & Bambang, Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta. BPFE
- Jogiyanto. 2010. *Metode Penelitian Bisnis: sSalah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta. BPFE
- Kotler, Philip. 2002 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. PT Erlangga Jakarta.
- Nainggolan, Jefri. 2006. *Audit Manajemen atas fungsi Pemasaran Pada PT. Suryainti Permata*. Tbk. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Proboretno, Devita. 2008, *Audit Manajemen Sebagai Upaya Untuk Menilai Tingkat Kepatuhan dan Efektivitas Kinerja Karyawan pada RSU “Ngudi Waluyo” Wlingi, Blitar*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Supriyono. (2000). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta:Erlangga.
- Susanto, Daniel.2007. *Peranan Audit Internal terhadap Kepatuhan Manajemen Perusahaan pda PT. Otto Parmaceutical Industries. Ltd*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama
- Tunggal, Amin Widaja. 2003. *Audit ManajemenKontemporer*. Jakarta: RinekaCipta
- Wicaksono, Muhammad Erlangga. 2015. *Audit Kepatuhan Atas Pemasaran Pupuk Bersubsidi Berdsarkan Peraturan Menteri Perdagangan dan Peraturan Menteri Pertanian pada PT Pupuk Kalimantan Timur*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Yustanti, Ruth Adi. 2006. *Sistem Pengendalian Intern Terhadap Pengolahan Data Elektronik Pada Siklus Penjualan (Studi Kasus pada PT. Dioma Malang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya