



**AUDIT SISTEM INFORMASI FUNGSI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. NR
HERBALCARE, JOMBANG**

SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program S-1
Bidang Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh:

Yosua Ngurah Sugianto
112.21.025

PEMBIMBING

Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si.
NIP. 112/01.80/02.06/006

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
2024**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur dan hormat hanya bagi Allah, oleh karena anugerah dan kasih setia-Nya yang melimpah yang senantiasa menyertai kita semua sampai selama-lamanya. Peneliti sangat bersyukur kepada Allah, oleh karena kasih dan kebijaksanaan-Nya dalam membimbing peneliti hingga peneliti dapat menulis dan menyelesaikan penelitian yang berjudul: "Audit Sistem Informasi Fungsi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. NR Herbalcare, Jombang" dan senantiasa menyertai kita semua.

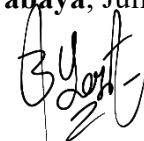
Penelitian skripsi ini memiliki maksud sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Program Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika, Surabaya. Peneliti menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini banyak memperoleh dukungan dan bantuan dari Allah melalui banyak pihak. Untuk itu, Peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada banyak pihak dengan rasa penuh syukur peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. F. Priyo Suprobo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Yulius Hari, S.Kom., MBA., M.Kom., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya
3. Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si., selaku Wakil Rektor II Bidang Non-Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya dan selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dengan sepenuh hati, sehingga peneliti dapat belajar banyak dan menyusun skripsi dengan baik.
4. Arief Budiman, B.S., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.
5. Yulia Setyarini, S.E., M.A., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Widya Kartika Surabaya.

6. A An Arief Jusuf, S.E., M.M. dan Revi Arfamaini, S.E., M.A, selaku dosen penguji yang menguji peneliti dalam pengetahuan dan keterampilan, sehingga peneliti dapat mengerti dan memahami untuk menjadi lebih baik.
7. Ayah dan Ibu peneliti yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa, serta segala kebutuhan peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Farolyne Andriani, S.M., yang selalu memberikan semangat, dukungan, kasih sayang, dan doa, serta banyak sekali bantuan yang tidak dapat terucapkan sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
9. Pihak CV. NR Herbalcare, Jombang karena telah bersedia menjadi objek penelitian dan sangat kooperatif dalam memberikan informasi, sehingga peneliti dapat memenuhi kebutuhan penelitian skripsi dengan baik.
10. Terima kasih juga kepada semua orang yang telah membantu peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

Peneliti berharap agar penelitian yang dilakukan dalam bentuk skripsi dapat bermanfaat bagi pembaca. Peneliti meminta maaf bila terdapat kesalahan dan peneliti bersedia menerima kritik dan saran agar peneliti dapat memberikan lebih lagi. Segala puji, syukur, hormat, dan kemuliaan hanya bagi Allah, karena Dia-lah Allah yang rela mengorbankan diri-Nya untuk mempersatukan kembali hubungan kita dengan-Nya. Serta, Tuhan memberkati engkau dan melindungi engkau, Tuhan menyinari engkau dengan wajah-Nya dan memberi engkau kasih karunia, Tuhan menghadapkan wajah-Nya kepadamu dan memberi engkau damai sejahtera.

Surabaya, Juli 2024



Peneliti

ABSTRAK

Yosua Ngurah Sugianto. 2024. *Audit Sistem Informasi Fungsi Pemasaran Pada CV. NR Herbalcare, Jombang*. Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya. Dosen Pembimbing : Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si.

N203R menerapkan sistem informasi pemasaran untuk mengelola pemasaran. Namun sistem informasi tersebut belum dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan. Tujuan dilaksanakannya audit sistem informasi pada fungsi pemasaran adalah untuk memberikan laporan tentang penilaian kinerja sistem informasi pada fungsi pemasaran dan memberikan rekomendasi dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi terhadap bagian-bagian sistem informasi yang masih terbilang kurang.

Fokus pada penelitian ini adalah mengacu pada audit sistem informasi fungsi pemasaran pada CV. NR Herbalcare, Jombang. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif deskriptif dan sumber data merupakan data primer. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian adalah observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan perencanaan audit, pelaksanaan pengujian audit, serta pelaporan dan rekomendasi audit.

Berdasarkan hasil penelitian sistem informasi pemasaran pada N203R tidak terintegrasikan dengan sistem informasi akuntansi, dokumen yang ada pada sistem informasi pemasaran hanya ada laporan pantauan toko, tidak melakukan *offline backup* data, strategi pemasaran tidak tercatat dalam bentuk laporan, hasil penjualan merupakan alat ukur satu-satunya untuk menentukan tingkat keberhasilan pemasaran, tolak ukur harga produk hanya berdasarkan beban pokok produk, riset pasar berdasarkan penjelasan dari distributor dan toko, terjadi ketidaksinkronan antara prosedur dengan yang terjadi pada lapangan, dan banyak dokumen terkait pemasaran tidak ada. Sehingga peneliti menyarankan sebaiknya sistem informasi pemasaran diintegrasikan dengan sistem informasi akuntansi, laporan terkait pemasaran dilengkapi sesuai dengan kebutuhan pemasaran, data pada *cloud* juga dilakukan *backup* dalam *offline storage*, strategi pemasaran dicatat dalam bentuk laporan, diadakan alat ukur pemasaran jangka pendek, tolak ukur harga jual ditambahkan, riset pasar untuk produk secara meluas, kegiatan pelaporan tetap sesuai dengan prosedur dan melakukan sosialisasi peraturan serta penerapan penghargaan dan sanksi pada karyawan untuk meningkatkan kedisiplinan karyawan.

Kata Kunci: Akuntansi, Audit, Audit Sistem Informasi, Pemasaran, Sistem Informasi Pemasaran.

ABSTRACT

*Yosua Ngurah Sugianto. 2024. **Information System Audit On The Marketing Function at CV. NR Herbalcare, Jombang.** Thesis. Accounting major. Faculty of Economics, Widya Kartika University, Surabaya. Supervisor: Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si.*

N203R implements a marketing information system to manage marketing. However, the information system has not been able to produce the required information. The purpose of carrying out a marketing information system audit is to provide a report on the performance assessment of the marketing information system and provide recommendations for improving the effectiveness and efficiency of parts of the information system that are still considered deficient.

The focus of this research is referring to the marketing function information system audit at CV. NR Herbalcare, Jombang. The type of data used is descriptive qualitative data and the data source is primary data. The methods used in research are observation and interviews. In this research, researchers will carry out audit planning, carry out audit testing, as well as audit reporting and recommendations.

Based on research results, the marketing information system in N203R is not integrated with the accounting information system, the only documents in the marketing information system are monitoring reports, do not perform offline data backup, marketing strategies are not recorded in report form, sales results are the only measuring tool to determine the level of marketing success, product price benchmarks are only based on product cost, market research based on explanations from distributors and shops, there is a lack of synchronization between procedures and what happens in the field, and many marketing related documents are missing. So researchers suggest that marketing information systems should be integrated with accounting information systems, marketing related reports are completed according to marketing needs, data in the cloud is also backed up in offline storage, marketing strategies are recorded in report form, short-term marketing measurement tools are held, benchmark selling price is added, extensive market research for products, reporting activities remain in accordance with procedures, and socializing regulations also applying rewards and sanctions to employees to increase employee discipline.

Keywords: Accounting, Audit, Information Systems Audit, Marketing, Marketing Information Systems.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS & PERSETUJUAN PUBLIKASI	
AKADEMIK SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	ii
BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Definisi dan Judul.....	1
1.2. Latar Belakang.....	1
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Ruang Lingkup.....	7
1.7. Sistematika Pelaporan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Tinjauan Penelitian.....	9
2.1.1. Hasil Penelitian Kesuma (2021).....	9
2.1.2. Hasil Penelitian Haerudin (2021).....	9
2.1.3. Hasil Penelitian Daneshjo (2019).....	10
2.1.4. Hasil Penelitian Masdaini (2022).....	10
2.1.5. Hasil Penelitian Hidayatullah (2019).....	11
2.2. Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu.....	12
2.3. Landasan Teori.....	14
2.3.1. Audit.....	14
2.3.1.1. Pengertian Audit.....	14
2.3.1.2. Tujuan Audit.....	14
2.3.1.3. Jenis-jenis Audit.....	16
2.3.1.4. Bukti dan Proses (Tahapan) Audit.....	17
2.3.2. Sistem Informasi.....	19
2.3.2.1. Pengertian Sistem Informasi.....	19
2.3.2.2. Konsep Dasar Sistem Informasi.....	20
2.3.2.3. Komponen Sistem Informasi.....	20
2.3.3. Audit Sistem Informasi.....	21
2.3.3.1. Pengertian Audit Sistem Informasi.....	21
2.3.3.2. Jenis-jenis Audit Sistem Informasi.....	21
2.3.3.3. Tujuan Audit Sistem Informasi.....	22
2.3.4. Pemasaran.....	24
2.3.4.1. Pengertian Pemasaran.....	24
2.3.4.2. Alur Pemasaran.....	24
2.3.4.3. Komponen Pemasaran.....	25
2.3.4.4. Sumber Informasi Pemasaran.....	26
2.3.5. Sistem Informasi Pemasaran.....	26
2.3.5.1. Pengertian Sistem Informasi Pemasaran.....	26

2.3.5.2.	Jenis Sistem Informasi Pemasaran	26
2.3.5.3.	Hubungan Sistem Informasi Pemasaran	27
2.3.6.	Penjualan.....	30
2.3.6.1.	Pengertian Penjualan.....	30
2.3.6.2.	Tujuan Penjualan.....	30
BAB 3	METODE PENELITIAN	31
3.1.	Pendekatan Penelitian	31
3.2.	Fokus Penelitian.....	31
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4.	Metode Pengumpulan Data	32
3.5.	Langkah-Langkah Pembahasan	32
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1.	Sejarah Umum Perusahaan	35
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.2.	Produk Perusahaan.....	43
4.3.	Data Informan	44
4.4.	Perencanaan Audit	45
4.4.1.	Pemahaman Bisnis	45
4.4.2.	Analisa Bisnis	45
4.4.3.	Tujuan Pelaksanaan Audit.....	46
4.5.	Pelaksanaan Audit.....	46
4.5.1.	Wawancara	46
4.5.2.	Flowchart	52
4.5.3.	Observasi.....	57
4.6.	Temuan Audit.....	59
4.7.	Rekomendasi Dokumen	65
4.8.	Rekomendasi <i>Flowchart</i>	71
4.8.1.	Pemasaran Produk Yang Sudah Ada	71
4.8.2.	Pemasaran Produk Baru	79
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1.	Kesimpulan	88
5.2.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101
DRAFT ARTIKEL ILMIAH	102
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gross Income N203R Pada Distributor.....	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.2.1 Produk N203R.....	43
Tabel 4.3.2 Data Informan	44
Tabel 4.4.1 Profil Perusahaan	45
Tabel 4.4.2 <i>Gross Income</i> N203R.....	45
Tabel 4.4.3 Perbandingan N203R dengan <i>brand</i> lain di Shopee	46
Tabel 4.5.1 Hasil Wawancara	47
Tabel 4.5.3 <i>Flowchart</i> Pemasaran Produk Baru.....	52
Tabel 4.5.4 <i>Flowchart</i> Pemasaran Produk Yang Sudah Ada.....	56
Tabel 4.5.2 Hasil Observasi	57
Tabel 4.6.1 Temuan Wawancara dan Observasi.....	63
Tabel 4.8.1 Rekomendasi <i>Flowchart</i> Pemasaran Produk Yang Sudah Ada	73
Tabel 4.8.2 Rekomendasi <i>Flowchart</i> Pemasaran Produk Yang Sudah Ada	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Analytics Shopee CV. NR Herbalcare.....	4
Gambar 1.2 Produk dan Harga Pada <i>Marketplace</i>	5
Gambar 2.1 Piramida Sistem Informasi.....	27
Gambar 2.2 <i>Login Page</i> ATENA	28
Gambar 2.3 Contoh <i>user interface</i> ATENA.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi N203R dalam CV. NR Herbalcare	38

