

**SKRIPSI**  
**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN**  
**MENGGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN**  
**(Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NAMA : FANY FRINCE SITUMEANG**  
**NIM : 2015644102**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL**  
**JURUSAN AKUNTANSI**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**2024**

**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
MENGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN  
(Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)**

**Fany Frince Situmeang  
2015644102**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi elemen-elemen pemasaran di Hotel Le Meridien Bali Jimbaran. Audit pemasaran yang dilakukan mengungkapkan adanya ketidaksesuaian signifikan antara praktik pemasaran yang diterapkan dengan standar operasional prosedur (SOP) yang ditetapkan oleh hotel. Ketidaksesuaian ini teridentifikasi dalam beberapa aspek, yaitu produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan, strategi harga yang kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaing, distribusi yang tidak optimal dalam mencapai segmen pasar yang diinginkan, serta promosi yang tidak cukup menarik atau tidak konsisten dengan kebutuhan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa hotel perlu melakukan revisi mendalam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan. Rekomendasi utama dari penelitian ini meliputi peningkatan variasi produk, penyesuaian kebijakan harga, pemanfaatan teknologi untuk efisiensi distribusi, dan pengembangan strategi promosi yang lebih inovatif dan terarah. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya perencanaan dan evaluasi pemasaran yang adaptif untuk meningkatkan daya saing hotel di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci: Efektivitas, efisiensi, audit manajemen, pemasaran, strategi promosi.**

JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS AND EFFICIENCY OF  
MARKETING FUNCTIONS USING MANAGEMENT AUDIT STAGES  
(Case Study At Le Meridien Bali Jimbaran Hotel)**

**Fany Frince Situmeang  
2015644102**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

**ABSTRACT**

*This study aims to evaluate the effectiveness and efficiency of marketing elements at Le Meridien Bali Jimbaran Hotel. The marketing audit revealed significant discrepancies between the applied marketing practices and the hotel's established standard operating procedures (SOP). These discrepancies were identified in several areas: products failing to meet the expected quality standards, pricing strategies that are less competitive compared to rivals, suboptimal distribution reaching the desired market segments, and promotional activities that are either not engaging enough or inconsistent with market needs. These findings indicate that the hotel needs a comprehensive revision of its marketing strategies. The main recommendations include enhancing product variety, adjusting pricing policies, leveraging technology for distribution efficiency, and developing more innovative and targeted promotional strategies. The implications of this research highlight the importance of adaptive marketing planning and evaluation to improve the hotel's competitiveness in an increasingly competitive market.*

**Keywords:** *Effectiveness, efficiency, management audit, marketing, promotional strategies.*

JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
MENGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN  
(Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)**

**SKRIPSI**

**Dibuat sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan  
Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Manajerial  
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali**

**NAMA : FANY FRINCE SITUMEANG  
NIM : 2015644102**

**JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Fany Frince Situmeang

NIM : 2015644102

Program Studi : Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi :

Judul : Analisis Efektivitas dan Efisiensi Menggunakan Tahapan Audit Manajemen Pada Fungsi Pemasaran

Pembimbing : I Made Marsa Arsana, SE.,M.M.A,Ak,CA,CRA  
Wayan Hesadijaya Utthavi.S.E.,M.Si

Tanggal Uji : 31 Agustus 2024

Skripsi yang ditulis merupakan karya saya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 31 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink is written over a postage stamp. The stamp is rectangular and features a red and white design with a central emblem. The text on the stamp includes 'MALAYSIA' and 'POSTAGE'. The signature is written in a cursive style.

Fany Frince Situmeang

**SKRIPSI**

**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
MENGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN  
(Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)**

**DIAJUKAN OLEH :**

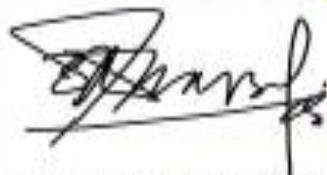
**NAMA : FANY FRINCE SITUMEANG**

**NIM : 2015644102**

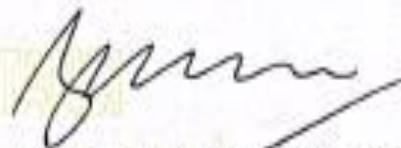
Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik oleh :

**DOSEN PEMBIMBING I**

**DOSEN PEMBIMBING II**



Made Marsa Arsana, SE.,M.M.A.,Ak,CA.CRA  
NIP. 196210181990031003



Wawan Hesadijaya Uthavi,S.E.,M.Si  
NIP. 198511052014041001

**JURUSAN AKUNTANSI  
KETUA**



Made Barliana, SE.,M.Si., Ak  
NIP. 1978022312005011003

**SKRIPSI**

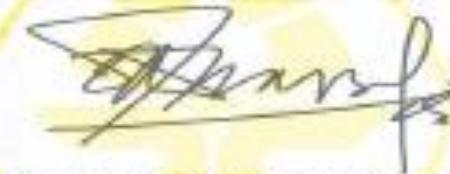
**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
MENGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN  
(Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)**

Tanya Dinuji Dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada :

Tanggal 31 Bulan Agustus Tahun 2024

**PANITIA PENGUJI**

**KETUA :**



**I Made Marsa Arsana, SE., M.M.A., Ak, CA, CRA**  
**NIP. 196210181990031003**

**ANGGOTA**



**1. Ketut Arya Bayu Wicaksana, SE., M.Si, Ak**  
**NIP. 197704172005011002**



**2. Dr. Drs. Paulus Subiyanto, M.Hum**  
**NIP. 196106221993031001**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada TuhanYang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Peneliti skripsi ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial pada Politeknik Negeri Bali. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak di masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali
2. Bapak I Made Bagiada, SE.,M.Si.,Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan juga petunjuk dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali khususnya di Jurusan Akuntansi
3. Bapak Wayan Hesadijaya Utthavi, SE.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial dan dosen pembimbing II, yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan studi di Politeknik Negeri Bali

4. Bapak I Made Marsa Arsana, SE.,M.M.A,Ak,CA,CRA, selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, membantu dan mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini
5. Pihak Hotel Le Meridien Bali Jimbaran yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan dalam proses penyusunan skripsi ini
6. Appah Tokkon Situmeang, Mamak Enika Limbong, Kakak Cindy Ivana Uliarti Situmeang, Adik Sehat Roamman Situmeang, Adik Marissa Cilfini Situmeang dan Adik Leo Supent Two Situmeang yang peneliti sayangi dan yang selalu meberikan bantuan, dukungan material dan agar penelitian ini berhasil, peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Tanpa dukungan dan doa dari kalian, saya tidak mampu mencapai keberhasilan ini.
7. Terimakasih banyak kepada teman-teman, anak Medan, yang telah memberikan dukungan, kebersamaan dan kebahagiaan dalam setiap momen. Semoga kita terus bersama dalam suka dan duka, membangun kenangan indah di masa depan.
8. Terimakasih sudah sama-sama kuat Verawati Sihotang, Anica Sembiring dan Suyenti Saragih dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini juga berjalan dengan lancar atas dukungan, bantuan dan doa dari kalian, perjuangan masih panjang, dimanapun kita nanti tetap semangat dan menjalin komunikasi yang baik.

9. Terimakasih untuk Wilda, Monica, Tudesya yang selalu memberikan semangat, hiburan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Badung, 12 Juli 2024

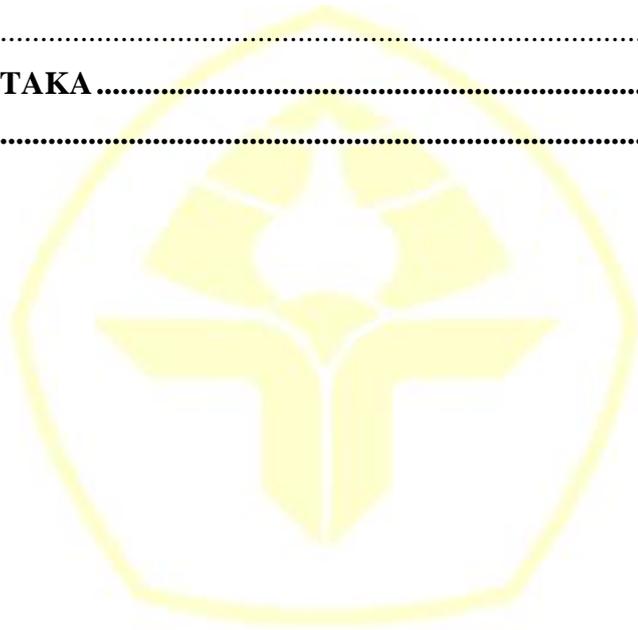
Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PRASYARAT GELAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teori .....	10
B. Efektivitas .....	20
C. Efisiensi.....	21
D. Kajian Penelitian yang Relevan .....	22
E. Alur Pikir.....	29
F. Pertanyaan Penelitian .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi/ Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	32
<b>BAB IV .....</b>	<b>39</b>

<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Hasil-hasil Penelitian .....	39
B. Pembahasan .....	56
C. Keterbatasan Penelitian .....	64
<b>BAB V.....</b>	<b>67</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran/Rekomendasi .....	68
C. Implikasi .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>



JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Budget & Realisasi Penjualan Hotel Le Meridien Bali Jimbaran.....	4
Table 2.1 Tabel Kriteria Tingkat Efektivitas .....	20
Table 2.2 Tabel Kriteria Tingkat Efisiensi .....	21
Table 4.1 Tabel Audit Terinci.....	44
Table 4.2 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Hotel Tahun 2023 .....	47
Table 4.3 Perbandingan Rasio Efektivitas atas Pendapatan Hotel Selama Tahun 2023 .....	48
Table 4.4 Perbandingan Rasio Efisiensi atas Penggunaan Biaya Pemasaran Hotel Selama Tahun 2023 .....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian.....	29
---------------------------------------	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata adalah kegiatan bisnis yang pergerakannya cukup cepat serta melibatkan banyak pihak yang keberadaannya mempengaruhi keberlangsungan hidup berbagai sektor bisnis (Napu et al., 2023). Selain itu, pariwisata di Indonesia mampu menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran, sekaligus dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat. Namun pada kenyataannya, industri pariwisata digunakan sebagai alat untuk menormalkan perekonomian Indonesia saat ini.

Bali merupakan salah satu tempat wisata dan salah satu dari tujuan bisnis dunia khususnya di bidang perhotelan. Banyak perusahaan internasional yang berinvestasi di industri perhotelan di Bali karena potensi pasar yang besar dari sektor pariwisata yang berkembang pesat (Sudjana et al., 2022). Sehingga dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan memerlukan perawatan yang tepat dan akurat agar perusahaan yang didirikan dapat bersaing dan bertahan khususnya di Pulau Bali.

Penerapan strategi penting untuk meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan. Dalam hal ini fungsi pemasaran memegang kunci dan peranan besar dalam memperkenalkan produknya, mengembangkan dan mempertahankan posisi perusahaan, serta meningkatkan volume pendapatan dari suatu perusahaan. Dapat dikatakan bahwa pemasaran sangat berperan dalam

menjalankan kemajuan dan kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha di bidang jasa maupun usaha dagang.

Pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, jasa, dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi (Wibowo, 2019). Jadi dapat diartikan fungsi pemasaran selain dapat memanfaatkan berbagai jalur pemasaran yang telah ada, kita juga dapat menciptakannya, sehingga bukan kita yang aktif untuk memasarkan suatu produk, melainkan pasar yang meminta produk kita.

Kegiatan memasarkan atau mempromosikan suatu produk secara umum memiliki sasaran. Sasaran dari pemasaran dilakukan untuk menarik pelanggan baru dengan membangkitkan minat dan bakat yang lebih besar dari pengguna kepentingan terhadap perusahaan yang bersangkutan, sedangkan untuk menilai kinerja fungsi pemasaran telah berjalan efektif dan efisien di suatu perusahaan dibutuhkan adanya audit manajemen (Wibowo, 2019).

Audit manajemen merupakan audit terhadap manajemen suatu organisasi secara keseluruhan untuk menilai unsur-unsur manajemen suatu organisasi tersebut apakah telah direncanakan, dilaksanakan, dan dikendalikan dengan prinsip-prinsip manajemen yang baik dan benar sehingga fungsi-fungsi pada suatu organisasi tersebut dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan ekonomisasi serta kesesuaian terhadap kebijakan setiap operasi yang dilaksanakan. Audit manajemen adalah suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasi suatu perusahaan, termasuk kebijakan

akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan oleh manajemen, untuk mengetahui apakah kegiatan operasi tersebut sudah dilakukan efektif, efisien, dan ekonomis (Natsir et al., 2024).

Audit manajemen yang dilakukan pada suatu perusahaan akan berperan untuk membantu pihak manajemen untuk mengetahui letak kesalahan atau kekurangan yang menjadi kendala perusahaan dalam kegiatan operasionalnya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dan memberikan saran untuk memperbaiki kekurangan tersebut.

Sesuai dengan informasi yang diperoleh dari *Human Resource Department*, Le Meridien didirikan pada tahun 1972 oleh *Air France*, bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para tamu dari daerah asal mereka. Nama Le Meridien diambil dari kata *Meridien* yang berarti garis bujur yang mengelilingi bumi. Properti Le Meridien pertama dengan 1000 kamar hotel di Paris – Le Meridien *Etoile*. Pada tanggal 24 November 2005, bisnis layanan dan manajemen Le Meridien diakuisisi oleh *Starwood Hotel & Resort*. Le Meridien Bali Jimbaran adalah hotel bintang lima yang resmi dibuka pada tanggal 9 Mei 2013. Hotel ini dimiliki oleh Richard Wiriahardja yang merupakan perusahaan PT. Tiara Raya Bali *International*. Seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2016 manajemen *Marriot International* membeli saham dari manajemen Marriot International dan manajemen *Starwood Hotel & Resort* resmi bergabung dan menjadikan Le Meridien Bali Jimbaran di bawah manajemen *Marriot International*. Hotel Le Meridien Bali Jimbaran merupakan hotel berbintang lima yang merupakan industri akomodasi yang menjual jasa penginapan (kamar) sebagai

kegiatan utamanya serta jasa penunjang lainnya seperti restaurant, *meeting venue*, bar dan lainnya. Hotel Le Meridien berada dilokasi yang sangat strategis dan dikelilingi pesaing kompetitif. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk meningkatkan dan memaksimalkan fungsi pemasaran agar sesuai dengan target pendapatan yang telah ditentukan oleh manajemen perusahaan.

**Table 1.1 Budget & Realisasi Penjualan Hotel Le Meridien Bali Jimbaran**

<b>Tahun 2021-2023</b>			
<b>Tahun</b>	<b>Budget Penjualan</b>	<b>Realisasi Penjualan</b>	<b>Selisih</b>
	<b>Rp</b>	<b>Rp</b>	<b>Rp</b>
2021	1.020.249.998	1.540.236.144	519.986.146
2022	4.305.306.492	5.044.373.286	739.066.794
2023	5.382.574.995	5.313.386.305	(69.188.690)

Sumber : Hotel Le Meridien Bali Jimbaran (Data diolah)

Berdasarkan tercapainya realisasi dari tahun 2021 yang sebesar Rp 1.540.236.144 dan memiliki selisih sebesar Rp 519.986.146 melewati realisasi yang dianggarkan. Pada tahun 2022 sebesar Rp 5.044.373.286 dan memiliki selisih Rp 739.066.794 melewati realisasi yang dianggarkan. Pada tahun 2023 sebesar Rp 5.382.574.995 dan memiliki selisih – Rp 69.188.690 tidak memenuhi realisasi yang sudah dianggarkan. Atas hasil data tersebut pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan sehingga melewati realisasi yang sudah di anggarkan. Namun pada tahun 2023 realisasi penjualan kamar tidak tercapai, hal ini mengindikasikan bahwa fungsi pemasaran tidak berjalan dengan efektif dan efisien untuk Hotel Le Meridien Bali Jimbaran.

Mengingat pentingnya peranan fungsi pemasaran bagi perusahaan, maka diperlukan adanya suatu pemeriksaan atau fungsi tersebut. Fungsi pemasaran adalah tentunya meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan laba (Wibowo, 2019). Semakin banyak aktivitas pemasaran, maka akan semakin besar jasa terjual. Dengan pemasaran, maka bisa diketahui secara detail target pasar yang akan didapatkan, untuk memenangkan persaingan pasar maka perusahaan harus melakukan strategi pemasaran dengan menonjolkan keunggulannya dengan para pesaing.

Promosi adalah proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial (Mulyana, 2019). Produk berhasil dipasarkan karena adanya kontribusi besar yang diberikan dari kegiatan promosi. Sedangkan tujuan promosi yaitu untuk membantu tercapainya tujuan pemasaran dan perusahaan secara luas. Dalam hal ini kalangan marketing tidak sekedar promosi saja, sebab tidak semua kegiatan promosi bisa menghasilkan peningkatan pendapatan maupun citra perusahaan. Tetapi *event-event* promosi tetap menempati posisi lebih strategis dalam dunia marketing. Promosi yang baik selalu disiapkan dengan strategi tertentu, sehingga sangat penting menjalankan strategi promosi yang efektif untuk memasarkan produk melalui periklanan terkini.

Berdasarkan hasil observasi awal, Hotel Le Meridien Bali Jimbaran berupaya meningkatkan promosi penjualan agar tingkat hunian dapat meningkat. Le Meridien Bali Jimbaran sendiri memiliki *Brand Program*, *Brand Activation* dan *Hotel Activation* yang merupakan kegiatan promosinya serta program yang harus

dilakukan setiap tahunnya seperti *creative* program dan *family* program. Berdasarkan data yang diperoleh pada bulan Januari-Februari 2024 terjadi peningkatan jumlah sebesar 13%, Februari-Maret 2024 juga mengalami peningkatan sebesar 5%. Namun, pada bulan Maret-April 2024 mengalami penurunan -1% dari yang sudah ditargetkan. Melihat kondisi seperti ini sangat dipengaruhi oleh promosi penjualan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar. Dari data tersebut menunjukkan bahwa kurang efektifnya kegiatan promosi yang telah dilakukan pada bulan Maret-April cenderung kurang efektif. Dengan demikian, maka perlu dilakukan evaluasi sebagai upaya menghasilkan tindakan korektif atas terjadinya penurunan jumlah kunjungan tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat efektifitas dan efisiensi dalam sebuah fungsi pemasaran khususnya pada fungsi promosi dengan menggunakan tahapan audit manajemen yang ada pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran. Audit manajemen pada fungsi pemasaran khususnya pada fungsi promosi digunakan untuk menilai area masalah dan peluang yang sedang atau akan dihadapi. Selain itu audit manajemen juga memberikan langkah rekomendasi dan tindakan korektif yang sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga dapat menciptakan suatu fungsi promosi yang efektif dan efisien.

Berdasarkan pemikiran tersebut dan mengingat bahwa audit manajemen fungsi pemasaran sangat penting, maka selanjutnya peneliti bermaksud mengambil topik untuk melakukan penelitian ini dengan judul ***“ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN MENGGUNAKAN TAHAPAN AUDIT MANAJEMEN (Studi Kasus Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran)”***

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran menggunakan tahapan audit manajemen pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran ?

## C. Batasan Masalah

Agar pokok permasalahan yang telah dirumuskan tidak menyimpang terlalu jauh, maka untuk menilai efisiensi dan efektivitas fungsi pemasaran, permasalahan dibatasi pada :

1. Audit manajemen yang dilakukan adalah untuk menilai efektivitas dan efisiensi kinerja pemasaran.
2. Efektivitas dan efisiensi kinerja pemasaran dianalisis dan dievaluasi menjadi tiga bagian, yaitu :
  - a. Prosedur Audit

Menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan untuk memperoleh penjelasan atau data yang akan ditulis dalam hasil audit.

- 1) Hasil Audit, terdiri dari :

- a) *Criteria* merupakan standard bagaimana seharusnya para individu dalam organisasi melakukan aktivitasnya sebagai pertanggung jawaban atas wewenang yang dilimpahkannya. *Criteria* digunakan sebagai tolak ukur.

- b) *Causes*, digunakan untuk mencari penyebab adanya inefektivitas dan inefisiensi berdasarkan komponen atau area pemasaran yang diaudit.

- c) *Effect*, digunakan untuk menelaah akibat yang ditimbulkan dari temuan audit pemasaran.
- b. Rekomendasi, merupakan tindakan korektif atau alternative lain yang diusulkan yang akan meningkatkan kinerja yang lebih efektif.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran menggunakan tahapan audit manajemen pada fungsi pemasaran di Hotel Le Meridien.

##### 2. Manfaat Penelitian

- a) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi ilmu pengetahuan serta pengembangan teori bagi dunia akademik terutama yang berhubungan dengan audit manajemen.
- b) Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah agar manajemen dapat mengetahui sejauh mana efektivitas dan efisiensi pemasaran pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran, serta mendapatkan masukan mengenai hal-hal apa saja yang masih harus lebih diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan pemasaran yang selanjutnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dalam memperbaiki kinerja pemasaran di masa yang akan datang.
- c) Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah agar penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan teori, serta dapat menambah

pengetahuan penulis mengenai praktik khususnya dalam hal audit manajemen yang sesungguhnya dan sampai sejauh mana teori yang dipelajari dan dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang ad



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel Le Meridien Bali Jimbaran menghadapi beberapa tantangan dalam penerapan elemen pemasaran yang efektif. Melalui audit pendahuluan dan audit terinci, ditemukan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara praktik di lapangan dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan, khususnya dalam hal produk, harga, distribusi, dan promosi. Masalah-masalah ini berdampak pada kualitas produk, daya saing harga, efisiensi distribusi, serta efektivitas strategi promosi yang dijalankan. Hasil dari penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi strategis untuk Hotel Le Meridien Bali Jimbaran dalam meningkatkan efektivitas elemen pemasaran mereka. Rekomendasi ini didasarkan pada temuan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara praktik di lapangan dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan, khususnya dalam aspek produk, harga, distribusi, dan promosi.

1. Produk, irekomendasikan untuk meningkatkan variasi produk agar lebih menarik bagi segmen pasar yang berbeda. Pengembangan produk baru yang mengikuti tren pasar juga penting untuk tetap kompetitif.
2. Harga, penyesuaian kebijakan harga perlu dilakukan agar tetap bersaing tanpa mengorbankan margin keuntungan. Strategi harga dinamis yang

mempertimbangkan musim dan tingkat permintaan dapat membantu mengoptimalkan pendapatan.

3. Distribusi, pemanfaatan teknologi dalam distribusi, seperti sistem reservasi online yang lebih terintegrasi, akan meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas bagi pelanggan. Penggunaan saluran distribusi yang lebih luas juga dapat memperluas jangkauan pasar.
4. Promosi, perbaikan dalam strategi promosi diperlukan, termasuk pengembangan kampanye yang lebih kreatif dan efektif. Pemanfaatan media digital dan sosial sebagai sarana promosi yang lebih aktif diharapkan dapat meningkatkan engagement dengan target pasar dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

## **B. Saran/Rekomendasi**

Berikut adalah beberapa rekomendasi untuk peneliti selanjutnya dalam konteks studi mengenai efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran di hotel, dengan fokus pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran:

1. Peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan berbagai metodologi penelitian, seperti studi kasus komparatif dengan hotel lain, untuk membandingkan efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran. Penggunaan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau kelompok diskusi terfokus (*focus group discussions*) dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Penelitian lebih lanjut perlu mempertimbangkan faktor eksternal yang mempengaruhi efektivitas pemasaran, seperti kondisi ekonomi makro, perubahan dalam industri

pariwisata, dan faktor sosial budaya. Analisis dampak dari faktor-faktor ini dapat membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan responsif.

2. Manajemen hotel, manajemen harus meninjau kembali dan menyesuaikan target pemasaran yang ditetapkan. Target yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk mencapainya, terutama jika tidak ada acara khusus atau puncak musiman yang mendukung. Penetapan target harus realistis dan disesuaikan dengan kondisi pasar dan tren musiman. Berikutnya adalah perlu dilakukan pembaharuan program promosi secara berkala untuk menjaga relevansi dan daya tarik. Pertimbangkan untuk mengembangkan promosi yang lebih unik dan menarik yang dapat membedakan hotel dari pesaing, seperti penawaran eksklusif untuk segmen pasar tertentu.

### **C. Implikasi**

Temuan dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting:

1. Peningkatan manajemen pemasaran, penelitian ini menegaskan pentingnya perencanaan dan evaluasi yang realistis dalam manajemen pemasaran. Perencanaan yang baik akan memastikan target yang lebih *achievable* dan efisiensi yang lebih baik dalam penggunaan sumber daya.
2. Strategi promosi yang adaptif, implikasi dari kurangnya inovasi dalam program promosi menunjukkan kebutuhan untuk strategi yang lebih dinamis dan adaptif. Pembaharuan yang konsisten dalam penawaran promosi dapat meningkatkan daya tarik hotel di pasar yang kompetitif.

3. Pengembangan sumber daya manusia, kualitas pelayanan dan efektivitas pemasaran sangat dipengaruhi oleh keterampilan dan pengetahuan staf. Implikasi ini menyoroti pentingnya investasi dalam pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan performa tim pemasaran.
4. Pendapatan terdiversifikasi, diversifikasi dalam strategi pemasaran dapat mengurangi risiko dan meningkatkan stabilitas finansial hotel. Penekanan pada berbagai sumber pendapatan akan membantu dalam mencapai hasil yang lebih konsisten dan mengurangi ketergantungan pada satu segmen pasar.
5. Penggunaan data untuk pengambilan keputusan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan data eksternal dalam perencanaan pemasaran dapat memberikan keuntungan kompetitif dan membantu hotel dalam merespons tren pasar dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admantyasyahri, I. F. (2018). Analisa efektivitas dan efisiensi menggunakan teknik audit manajemen pada fungsi pemasaran (Studi Kasus Pada Pt Madu Kembang Joyo Sriwijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- Affan, N. (2021). Audit manajemen atas piutang dan pendapatan jasa layanan pendidikan. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(2), 346–352.
- Arum Ardianingsih, S. E. M. A. A. C. A. (2021). *Audit laporan keuangan*. Bumi Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=uJ5OEAAAQBAJ>
- Audiyanto, D. (2018). Audit manajemen untuk menilai efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran (Studi Kasus Pada PT. Bank Cimb Niaga Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1).
- Badewin, S. E. M. S., Si, R. S. E. M., & Ranti Melasari, S. E. M. S. (2023). *Audit Manajemen Petunjuk Bagi Praktisi*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=oA-mEAAAQBAJ>
- Gieovanie, B. B. (2021). *Analisis efektivitas dan efisiensi menggunakan tahapan audit manajemen pada fungsi pemasaran (Studi Kasus Pada Hotel Borobudur Jakarta di Masa Pandemi Covid-19)*. 1–30 [Skripsi yang tidak dipublikasi]. STIE Indonesia Jakarta.
- Dharma, I. G. N. S., Yasa, I. B. A., & Suardani, A. A. P. (2020). Management audit As A Basis To Assess The Efficiency And Effectiveness Of Marketing Function At The Inaya Putri Bali Hotel. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax*, 3(2), 125–130.
- Utama, A.P. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=BzCzEAAAQBAJ>

- Duluhalang, R., & Saman, S. (2020). Analisis audit manajemen atas fungsi pemasaran pada PT. PLN (PERSERO) ULP Namrole Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku. In *ACCOUNTING Journal STIE YPUP Makassar* 253 *ACCOUNTING* (Vol. 01, Issue 01).
- Simanjuntak, E.S., J., Wilujeng, Y., & Sitepu, P.A. (2022). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis fungsi pemasaran untuk menilai efektivitas dan efisiensi pada masa wabah pandemi covid 19 (Studi pada Sari Bintang Hotel Tanjung Uban). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 56–62. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.358>
- Liska, I.M.A.P. (2022). *Audit manajemen untuk menilai efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran pada PT PSN*. 1–26, [Skripsi yang tidak dipublikasikan]. Politeknik Negeri Bali
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>
- Istanti, E. (2013). Audit manajemen dan penilaian kinerja pemasaran. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 3(1), 35–42.
- Karini, R. S. R. A., Martini, R., Suprayitno, D., Sihwinarti, D., Sunny, M. P., Saraswathi, I. A. A., Amrita, N. D. A., Dewi, I. A. S., & Pratama, O. S. (2024). *Buku ajar audit manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=8Jr5EAAAQBAJ>
- Sp, L. G. Y. R. (2022). *Audit manajemen atas fungsi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan di Era New Normal pada PT Bali Alus*. 1–27, [Skripsi yang tidak dipublikasikan]. Politeknik Negeri Bali
- Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S. A., Baswarani, D. T., Novianto, U., Fadlina, S., & Desmanty, P. S. (2023). *Pengantar bisnis pariwisata : Perhotelan, Food and Beverage*

- Service, dan pengembangan Destinasi Wisata*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=0TvBEAAAQBAJ>
- Natsir, S., Arsyad, M., & Dinhi, Z. D. (2024). *Audit Dasar*. Nas Media Pustaka. [https://books.google.co.id/books?id=\\_p32EAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=_p32EAAAQBAJ)
- Putri, N. P. B. W. A. (2023). *Audit Manajemen atas Strategi Pemasaran terhadap Tingkat Omzet pada Cafe Melati*. 1–28.
- Karunia, N. P. M. S. (2023). *Audit manajemen fungsi pemasaran pada departemen sales and marketing di Hotel Maison Aurelia Sanur*. 1–28.
- Putra, A. O., & Widijoko, G. (2013). Audit manajemen sebagai sarana untuk menilai efektivitas fungsi sumber daya manusia (Studi Kasus Pada Auto 2000 Cabang Malang Sutoyo). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(1).
- Putri, S. E. P., & Ratnawati, T. (2023). Audit manajemen pemasaran untuk menilai efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran pada bisnis level marketing. *ACCOUNTIA JOURNAL (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)*, 7(01), 73–88.
- Rahmawati, N. (2018). Audit fungsi pemasaran untuk menilai efektivitas dan efisiensi kinerja pemasaran (Studi Kasus pada Perusahaan Kecap MURNI JAYA Kediri). *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 3(1), 38–49.
- Sudjana, I. M., Koerniawaty, F. T., Nariani, N. K., Pribadi, F. S., Astina, M. A., Wati, I. A. O. P., Susanti, P. H., Arianto, P. H., Madjid, R., & Efendi, M. N. (2022). *Pengembangan dan Pengelolaan Pariwisata di Indonesia*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=oJCnEAAAQBAJ>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo. <https://books.google.co.id/books?id=vgywDwAAQBAJ>