# BAB V

# SIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Simpulan

Pelaksanaan audit manajemen di KPDG-RI dalam mengevaluasi efektivitas kegiatan penjualan pada unit usaha *ticketing* telah dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu audit pendahuluan, penelaahan dan pengujian pengendalian manajemen, audit terinci, pelaporan audit, serta tindak lanjut. Pada tahap audit pendahuluan, auditor internal mampu mengidentifikasi berbagai kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam operasional unit ticketing, seperti konsistensi dalam pelaksanaan kebijakan kredit dan responsivitas layanan, namun di sisi lain masih ditemukan kelemahan berupa kurangnya kelengkapan dokumentasi kebijakan, belum optimalnya sistem digitalisasi, serta pengelolaan risiko piutang yang masih terbatas.

Pada tahap penelaahan dan pengujian pengendalian manajemen, ditemukan bahwa meskipun prosedur penjualan telah tersedia dan dijalankan, sistem pengukuran kinerja belum dilakukan secara formal dan belum terdokumentasi secara kuantitatif, sehingga menyulitkan manajemen dalam melakukan evaluasi kinerja secara objektif dan berkelanjutan. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya fungsi pengendalian, terutama dalam mendeteksi penyimpangan prosedur dan memantau pencapaian target penjualan.

Selanjutnya, pada tahap audit terinci, auditor memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kondisi operasional unit ticketing, termasuk faktor-

faktor yang memengaruhi pencapaian penjualan. Tahap pelaporan audit kemudian menghasilkan berbagai rekomendasi strategis yang berorientasi pada perbaikan sistem, seperti penyusunan indikator kinerja berbasis outcome, peningkatan sistem pencatatan aktivitas penjualan, serta penguatan koordinasi antarbagian. Pada tahap tindak lanjut, sebagian besar rekomendasi telah diimplementasikan oleh manajemen, termasuk perbaikan SOP dan sistem pemantauan transaksi, yang menunjukkan adanya komitmen organisasi dalam meningkatkan kinerja.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan audit manajemen di unit usaha ticketing KPDG-RI telah berjalan secara sistematis dan cukup efektif dalam mengevaluasi kegiatan penjualan. Audit manajemen tidak hanya berfungsi sebagai alat pengawasan, tetapi juga sebagai sarana evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Meskipun demikian, masih diperlukan peningkatan terutama dalam aspek dokumentasi, digitalisasi sistem, serta penguatan pengukuran kinerja agar proses audit dapat memberikan hasil yang lebih optimal.

Tingkat efektivitas penjualan pada unit usaha *ticketing* KPDG-RI menunjukkan bahwa kinerja penjualan berada pada kategori cukup efektif, dengan tingkat pencapaian sekitar 80% dari target penjualan tahunan yang telah ditetapkan. Capaian ini mengindikasikan bahwa unit ticketing telah mampu menjalankan aktivitas penjualan secara relatif baik dan konsisten, namun belum sepenuhnya mencapai tingkat efektivitas yang optimal.

Tingkat efektivitas penjualan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan dalam sistem pengendalian manajemen, kurang optimalnya pengukuran kinerja, serta belum

maksimalnya pemanfaatan sistem digital dalam mendukung aktivitas penjualan. Sementara itu, faktor eksternal yang memengaruhi antara lain keterbatasan kapasitas (seat) dari mitra penyedia tiket, tingginya tingkat persaingan dengan penyedia layanan sejenis, serta perubahan pola kerja menjadi sistem hybrid yang mengurangi intensitas interaksi langsung antara tenaga penjualan dan pelanggan, khususnya pelanggan institusional.

Di sisi lain, terdapat faktor pendukung yang berkontribusi positif terhadap efektivitas penjualan, seperti penerapan sistem pelayanan berbasis digital, fleksibilitas dalam mekanisme pemesanan, serta kemampuan unit dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Faktor-faktor tersebut berperan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan menjaga stabilitas transaksi penjualan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas penjualan unit ticketing KPDG-RI sudah berada pada kondisi yang cukup baik, namun masih memerlukan upaya peningkatan agar dapat mencapai target secara optimal. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui penguatan sistem pengendalian manajemen, optimalisasi strategi pemasaran, peningkatan kualitas pelayanan, serta pemanfaatan teknologi informasi secara lebih maksimal guna mendukung efektivitas dan efisiensi kegiatan penjualan.

## 5.2 Saran-saran

Secara khusus, untuk meningkatkan efektivitas penjualan pada unit usaha *ticketing*, diperlukan saran yang lebih teknis terkait audit manajemen penjualan sebagai berikut:

1) Penyusunan SOP Terstandar

Koperasi perlu menyusun dan memperbarui Standar Operasional Prosedur (SOP) di setiap unit usaha, khususnya pada unit *ticketing*. SOP ini harus mencakup seluruh proses layanan, mulai dari pemesanan hingga pelaporan transaksi. Keberadaan SOP yang terdokumentasi tidak hanya mempermudah pelaksanaan tugas operasional, tetapi juga menjadi acuan penting dalam pelaksanaan audit internal dan eksternal. SOP yang baik memungkinkan penilaian efektivitas dan efisiensi kerja secara objektif, serta meminimalisir deviasi prosedural yang dapat merugikan koperasi.

2) Penerapan Sistem *Monitoring* dan Evaluasi (MONEV)

Manajemen koperasi disarankan untuk mengembangkan sistem *Monitoring* dan Evaluasi (MONEV) terhadap tindak lanjut audit. Sistem ini dapat berupa jadwal evaluasi berkala, indikator progres tindak lanjut, serta penunjukan penanggung jawab di tiap unit. Dengan adanya sistem MONEV, seluruh rekomendasi audit dapat dimonitor secara sistematis dan akuntabel, sehingga tidak hanya selesai di tahap pelaporan, melainkan betul-betul diterapkan di lapangan. Hal ini juga mendukung budaya organisasi yang berorientasi pada perbaikan berkelanjutan.

3) Peningkatan Digitalisasi Data

Digitalisasi merupakan langkah strategis dalam mempercepat proses audit dan pengambilan keputusan. Koperasi sebaiknya membangun sistem informasi manajemen yang mencakup pencatatan transaksi, kunjungan, laporan penjualan, serta *feedback* pelanggan secara *real-time*. Penggunaan *spreadsheet* konvensional perlu digantikan dengan *dashboard* digital agar informasi tersedia

secara cepat dan akurat. Digitalisasi ini juga dapat meningkatkan transparansi serta memperkuat sistem dokumentasi yang dibutuhkan dalam audit.

4**)**. Pengembangan Ilmu Pengetahuan di Bidang Audit Manajemen dan Koperasi Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang audit manajemen dan pengelolaan koperasi. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek penelitian, tidak hanya pada unit usaha ticketing, tetapi juga pada unit usaha lain dalam koperasi atau pada koperasi yang berbeda. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

4) Pembentukan Tim Audit Internal

Pembentukan tim audit internal yang independen sangat diperlukan guna memastikan objektivitas dalam proses evaluasi. Tim ini tidak hanya bertugas memeriksa laporan keuangan, tetapi juga melakukan penilaian terhadap aspek operasional, termasuk efektivitas penjualan. Dengan keberadaan tim audit internal, koperasi memiliki kontrol tambahan yang berkelanjutan terhadap jalannya usaha, sekaligus mampu mengidentifikasi masalah sejak dini sebelum menjadi hambatan besar bagi pencapaian tujuan koperasi.

5) Pengembangan KPI Penjualan yang Relevan

Untuk menilai efektivitas penjualan secara lebih tepat, koperasi perlu menetapkan *Key Performance Indicator* (KPI) yang relevan dan terukur. Indikator ini dapat mencakup jumlah kunjungan ke pelanggan potensial, rasio konversi kunjungan menjadi transaksi, target volume penjualan per periode, serta efisiensi biaya promosi. Dengan adanya KPI tersebut, tim penjualan memiliki acuan kinerja yang jelas dan dapat dievaluasi secara berkala untuk perbaikan strategi.

6) Evaluasi Strategi Promosi

Evaluasi terhadap strategi promosi sangat penting untuk mengetahui efektivitas biaya yang dikeluarkan terhadap hasil yang diperoleh. Alih-alih mengandalkan diskon atau promosi konvensional, koperasi disarankan untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas layanan, seperti kemudahan pemesanan melalui aplikasi, sistem pembayaran non-tunai, dan kemudahan pengambilan tiket. Pelayanan

yang praktis dan efisien terbukti lebih mendorong peningkatan jumlah pesanan dibandingkan promosi yang bersifat sementara.

7) Audit Kepuasan dan Respons Pelanggan

   Melakukan audit terhadap tingkat kepuasan dan respons pelanggan secara berkala sangat penting dalam menjaga loyalitas dan kualitas layanan. Koperasi dapat menggunakan survei digital atau formulir umpan balik untuk menilai pengalaman pengguna, keluhan, dan usulan perbaikan. Hasil dari audit kepuasan ini dapat menjadi masukan penting dalam menyusun strategi pelayanan, serta menjadi bukti konkret bagi audit manajemen Tentang upaya koperasi dalam memperbaiki diri.

8) Laporan Pemantauan Tindak Lanjut Audit

   Perlu adanya laporan khusus yang memantau progres tindak lanjut terhadap setiap rekomendasi hasil audit. Laporan ini harus mencantumkan daftar temuan, rencana aksi, waktu pelaksanaan, serta pihak yang bertanggung jawab. Dengan dokumentasi yang tertata rapi, manajemen dapat dengan mudah menilai sejauh mana hasil audit telah dilaksanakan.