



# PENGARUH AUDIT INTERNAL DAN INVESTIGASI TERHADAP MARKETING FRAUD PADA PT. XXX DI CABANG SERPONG TANGERANG SELATAN

<sup>1</sup>Zainudin, <sup>2</sup> Iin Rosini

<sup>1,2</sup> Universitas Pamulang  
<sup>2</sup> Hafizh\_iin@yahoo.com

## ABSTRACT

*his study aims to determine the effect of Internal Audit and investigations that have been implemented in order to minimize the risk of fraud. The benefits of this research theoretically the author can apply the knowledge gained during the course so that it can be used as a benchmark in the influence of Internal Audit and investigation of Marketing Fraud PT.Radana Bhaskara Finance Tbk. The result of the research shows that Internal Audit and Investigation is done optimally, supported by valid number of validity calculation. Although there are weaknesses in human resources in the company and not yet optimal implementation of Internal Audit and Investigation to Marketing Fraud.*

*Keywords: Internal Audit and Investigation, Marketing Fraud*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Audit Internal dan investigasi yang telah dilaksanakan dalam rangka meminimalkan risiko kecurangan. Manfaat penelitian ini secara teoritis penulis dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama mengikuti perkuliahan sehingga dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam pengaruh Audit Internal dan investigasi terhadap Marketing Fraud pada PT.Radana Bhaskara Finance Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Audit Internal dan Investigasi cukup dijalankan dengan optimal, didukung dengan angka valid dari perhitungan validitas. meskipun begitu terdapat kelemahan pada sumber daya manusia dalam perusahaan serta belum optimalnya pelaksanaan Audit Internal dan investigasi terhadap Marketing Fraud.

Kata kunci: Audit Internal dan Investigasi, Marketing Fraud.

### A. Latar belakang masalah

Di dalam dunia perusahaan atau pembisnis Audit tidak bisa lepas dari suatu perusahaan karena Audit merupakan suatu proses pengumpulan data, penilaian ataupun pengevaluasian yang dilakukan untuk menilai sesuatu apakah telah sesuai dengan kriteria yang mendasarinya. Audit itu terdiri dari beberapa macam seperti audit keuangan, audit kepatuhan, audit operasional dan audit internal. Di sini, penulis tertarik untuk membahas mengenai audit internal. Audit internal

merupakan pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahaan, baik terhadap laporan keuangan dan catatan akuntansi perusahaan, maupun ketaatan terhadap kebijakan manajemen puncak yang ditentukan dan ketaatan terhadap peraturan pemerintah dan ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi yang berlaku. Efisiensi digunakan untuk sebaik apakah pemakaian sumber daya suatu organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan efektivitas digunakan untuk menilai



seberapa baik kebijakan-kebijakan organisasi tersebut dalam mencapai tujuan. Efisiensi dan efektivitas merupakan dua hal yang saling berkaitan erat satu sama dengan lainnya.

Efisiensi dan efektivitas ini merupakan hal yang sangat berperan penting dalam peningkatan kinerja pelayanan suatu organisasi. Audit internal merupakan tinjauan dari penilaian efisiensi dan efektivitas suatu kegiatan atau prosedur kegiatan, dimana pemeriksaan ini dilaksanakan dengan disertai tanggung jawab untuk mengungkapkan dan memberikan informasi kepada manajemen mengenai masalah operasi dan membantu manajemen dalam memecahkan berbagai masalah tersebut dengan merekomendasikan berbagai tindakan perbaikan yang dibutuhkan. Audit internal sebagai bagian dari fungsi pengendalian merupakan suatu alat bagi manajemen untuk mengukur dan mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Audit internal berfokus pada evaluasi terhadap efisiensi dan efektivitas organisasi.

Dengan diterapkan audit internal maka auditor dapat melihat sejauh mana tujuan organisasi telah tercapai dan apakah kegiatan operasi perusahaan telah dilakukan secara efektif dan efisien. Dari masalah yang terjadi pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk ini Audit internal bahwa temuan-temuan yang dilakukan Auditor sifatnya belum final atau belum fraud karena harus dilakukan investigasi oleh Loan Analisis walaupun pada kenyataannya diperusahaan telah terjadi fraud yang sering dilakukan oleh surveyor atau marketing.

Menurut pendapat Sawyer's (2005:10)

*“Audit internal adalah sebuah penilaian yang sistematis dan objektif yang dilakukan auditor internal terhadap operasi dan kontrol yang berbeda-beda dalam organisasi untuk menentukan apakah informasi keuangan dan operasi telah akurat dan diandalkan, resiko yang dihadapi perusahaan telah diidentifikasi*

*dan diminimalisasi, peraturan eksternal serta kebijakan dan prosedur internal yang bisa diterima telah diikuti, kriteria yang memuaskan telah dipenuhi, sumber daya telah digunakan secara efisien dan ekonomis, dan tujuan organisasi telah dicapai secara efektif. Semua dilakukan dengan tujuan untuk dikonsultasikan dengan manajemen dan membantu anggota organisasi dalam menjalankan tanggung jawabnya secara efektif.”*

Dalam dunia finance atau lembaga keuangan bukan bank hampir seluruh perusahaan/lembaga/institusi pembiayaan (consumer financing institution) dalam menjalankan produk-produk pembiayaannya yang tentunya berhubungan dengan pemberian jasa keuangan/pemberian kredit kepada nasabahnya menggunakan Jasa tenaga kerja surveyor. Surveyor yang biasa juga dikenal dengan Loan origination officer merupakan ujung tombak dari berhasil atau tidaknya suatu kesepakatan kredit antara calon nasabah dengan perusahaan pembiayaan yang diharapkan menjadikan kesepakatan ini berubah menjadi keuntungan pada kedua belah pihak, keuntungan yang saya maksudkan disini adalah: Keuntungan bagi nasabah dalam mendapatkan pencairan dana dari perusahaan pembiayaan yang bisa dipergunakan untuk kepentingan dan kebutuhannya sesuai dengan pengajuan pinjaman dana dan kemampuan bayarnya, sedangkan untuk perusahaan pembiayaan tentunya mendapatkan nasabah yang membayar angsuran kreditnya tepat waktu sesuai dengan jatuh tempo yang disepakati dan ditanda tangani bersama dalam surat perjanjian kredit ( bukan nasabah yang overdue/wanprestasi apalagi kredit macet).

Akan tetapi masih banyak perusahaan pembiayaan/Multi Finance yang belum, bahkan tidak pernah memikirkan Capacity building Surveyornya yang tentunya demi kemajuan perusahaan dalam memperkecil tingkat resiko kemacetan kredit, seperti mengadakan pelatihan-pelatihan untuk memperdalam pemahaman dan



pengetahuan mengenai tugas-tugas pokok, fungsi dan tanggung jawab dalam melakukan aktifitas pekerjaannya sebagai seorang Surveyor.

Menurut Tuanakotta (2012:322)

“Pengertian Investigasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai upaya pembuktian. Umumnya pembuktian ini berakhir di pengadilan dan ketentuan hukum (acara) yang berlaku, diambil dari hukum pembuktian berdasarkan Kitab Undang-undang Hukum Acara Pidana (KUHAP)”.

Investigasi di PT. Radana Bhaskara Finance Tbk dilakukan oleh seorang LA (loan analis) dimana LA tersebut sebagai pihak yang independen terhadap terjadinya temuan-temuan atas fraud yang dilakukan marketing. Dalam pengambilan keputusannya audit internal tidak semerta-merta laporan temuannya merupakan final keputusan, setiap data temuan yang direkomendasikan oleh audit internal harus diinvestigasi ulang agar diuji kebenarannya. Cara menginvestigasinya LA menginvestigasi rekomendasi data audit secara terjun langsung ke lapangan untuk menguji kebenarannya. Masalah yang sering terjadi pihak Investigasi yang dilakukan oleh Investigasi atau Loan Analisis masih kurang Independed terhadap penemuan Audit Internal karena pihak Investigasi sendiri mempunyai urusan sendiri dalam pencapaian target.

Menurut Amin Widjaja, (2012:1)

*“Kecurangan (fraud) adalah penipuan yang disengaja, umumnya diterangkan sebagai kebohongan, penjiplakan dan pencurian.”*

PT. Radana Bhaskara Finance Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dibidang lembaga keuangan bukan bank. Untuk memenuhi target laba maksimal PT. Radana Bhaskara Finance Tbk, melakukan strategi dengan cara menjual produk-produknya seperti dana pinjaman tunai dan kredit motor. Dimana dalam menjalankan strategi ini PT. Radana Bhaskara Finance Tbk mempunyai beberapa marketing yang biasa disebut sebagai loan orgination

officer (LOO) atau surveyor yang berguna untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produknya ke masyarakat agar terciptanya laba maximal. Oleh karena itu marketing biasanya diberikan target untuk penjualan perbulannya. Dalam dunia finance tentu banyaknya kendala kendala penghambat perusahaan dalam mencapai labanya seperti banyaknya kompetitor-kompetitor. Maka dari itu marketing ditekankan sebagai ujung tombak perusahaan untuk mencapai laba yang maximal, dan akhirnya marketingpun dengan berbagai cara melakukan penjualan tanpa mengindahkan prosedur-prosedur diperusahaan yang berlaku dan sering juga melakukan kecurangan dan manipulasi data yang dapat merugikan perusahaan, oleh karena itu dibutuhkannya audit internal untuk meminimalisir kecurangan-kecurangan tersebut, agar perusahaan terhindar dari resiko kerugian yang besar.

Dalam PT. Radana Bhaskara Finance Tbk. Audit internal sangat membantu mengurangi pemanipulasian dan kecurangan yang dilakukan oleh para marketing. Dan walaupun dilakukan pemantauan dan monitoring setiap harinya oleh audit internal tetap saja banyaknya terjadi pelanggaran-pelanggaran dan manipulasi oleh marketing. Dalam PT Radana Bhaskara Finance Tbk. Auditnya dikenal sangat tegas karena audit internalnya terjun secara langsung ke lapangan. Meski kenyataannya seperti itu, akan tetapi dari pihak pemimpin yang tidak independen maka setiap temuan yang dilakukan Auditor sering dibantah atas temuan-temuan yang dilakukan oleh marketing karena untuk kepentingan pendapatan perusahaan.

Mengingat begitu pentingnya audit internal dalam kegiatan perusahaan di bidang Finance penulis tertarik untuk mengangkat hal tersebut dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Audit Internal dan Investigasi terhadap Marketing Fraud pada PT. XXX di Cabang Serpong Tangerang Selatan”**.



## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Investigasi yang belum independen
2. Pemeriksaan audit yang belum dilaksanakan
3. Pemantauan audit yang belum ditindak lanjuti
4. Lingkup pekerjaan yang tidak stabil
5. Kontrak fiktif yang masih ada
6. Banyaknya konsumen yang tidak memiliki kendaraan jaminan
7. Ditemukannya kendaraan konsumen yang tidak layak
8. Informasi yang diterima tidak sesuai dengan survey lingkungan
9. Terjadinya pemanipulasian data konsumen
10. Masih ditemukan data konsumen yang tidak valid

## C. Pembatasan Masalah

1. Pengertian Judul
  - a. Audit internal  
Menurut Mulyadi (2011:8)  
“Audit internal adalah kegiatan yang sistematis untuk memperoleh, mengevaluasi dan menganalisa data secara objektif mengenai pernyataan-pernyataan atas kegiatan dan kejadian ekonomi dengan tujuan menetapkan pernyataan-pernyataan dengan kriteria yang ditetapkan dan membuat hasil atau laporan untuk disampaikan pada yang berkepentingan”.
  - b. Investigasi  
Investigasi adalah Upaya penelitian, penyelidikan, pengusutan, pencarian, pemeriksaan dan pengumpulan data dan informasi untuk mengetahui/membuktikan kebenaran atau bahkan kesalahan sebuah fakta yang kemudian menyajikan kesimpulan atas rangkaian temuan dan susunan kejadian.

## c. Marketing

“Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan (Venkatesh & Panalozza,2006).

## d. Fraud

Menurut Tuanakotta (2010:194) kecurangan adalah berbagai macam carakecerdikan manusia yang direncanakan dan dilakukan secara individual maupun berkelompok untuk memperoleh manfaat atau keuntungan dari pihak lain dengan cara yang tidak benar sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

## 2. Tempat penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan

## 3. Data penelitian

Data penelitian yang dilakukan kurang lebih selama tiga bulan yakni dengan observasi riset secara langsung ke PT. Radana Bhaskara Finance Tbk dan jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kuantitatif yakni dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, penelitian pustaka dan wawancara.

## D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Audit Internal terhadap Marketing Fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan?
2. Bagaimana pengaruh Investigasi terhadap Marketing Fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan?



3. Bagaimana pengaruh Audit internal dan Investigasi terhadap marketing fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan?

#### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Audit Internal terhadap Marketing Fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Investigasi terhadap Marketing Fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan
- c. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Audit internal dan Investigasi terhadap marketing fraud pada PT. Radana Bhaskara Finance Tbk di cabang Serpong Tangerang Selatan.

##### 2. Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penulisan skripsi ini juga memberikan manfaat penelitian antara lain:

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Bagi penulis Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pamulang di Tangerang Selatan. Dan hasil peneliti ini dapat menambah pengetahuan terapan dari pengetahuan teoritis yang telah penulisan dapatkan semasa dibangku kuliah.
  - 2) Bagi Universitas Hasil penelitian ini dapat menjadi suatu bahan

referensi perpustakaan, serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian yang memiliki konteks yang sejenis.

- 3) Bagi pembaca Sebagai bahan masukan untuk mengetahui pengaruh Audit internal dan investigasi terhadap fraud marketing.
- b. Manfaat Praktis
  - 1) Bagi perusahaan yang bersangkutan Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam hal masukan-masukan guna memperbaiki dan mencegah kelemahan-kelemahan yang telah ditemukan tersebut agar perusahaan dapat berjalan lebih baik dimasa yang akan datang.
  - 2) Bagi pihak lain Bagi lembaga, masyarakat atau pihak yang berkepentingan lainnya dapat memetik manfaat dari hasil penelitian dan sebagai bahan rujukan lebih lanjut.

#### F. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2010 : 89) menyatakan bahwa:

“Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variable yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan”.

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Dalam skripsi ini berdasarkan teori yang ada, penulis akan membahas mengenai pengaruh Audit internal dan investigasi terhadap Marketing Fraud. Pentingnya



audit internal dan investigasi dalam perusahaan, karena marketing berhubungan langsung dengan audit internal dan investigasi sehingga audit internal dapat memantau secara langsung laporan dan dokumen serta bukti-bukti yang terdapat pada marketing. Hal ini berguna untuk meminimaliskan fraud atau kecurangan yang dilakukan oleh pihak marketing dan menghindari resiko-resiko yang merugikan perusahaan. Audit internal dan investigasi berguna agar manajemen memperoleh informasi mengenai efektifitas dan efisiensi dari unit-unit organisasi.

Hipotesis yang digunakan masih sementara yaitu praduga audit internal dan investigasi berpengaruh signifikan terhadap marketing fraud. Yang menjadi variabel bebas ( $X_1$ ) adalah audit internal yang indikatornya yaitu independensi, kemampuan profesional, lingkup pekerjaan, pelaksanaan kegiatan pemeriksaan, manajemen bagian internal audit. Dan yang menjadi variabel bebas ( $X_2$ ) adalah investigasi yang indikatornya yaitu Penelahaan informasi awal, perencanaan, pelaksanaan, pelaporan dan tindak lanjut. Lalu variabel terikat (Y) adalah fraud marketing yang indikatornya yaitu Greed (keserakahan), Opportunity (kesempatan), need (kebutuhan), Exposure (pengungkapan). Dari perhitungan korelasi antara variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y) diharapkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh audit internal dan investigasi terhadap Marketing Fraud, sehingga hipotesis dapat diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Perusahaan

#### 1. Sejarah Singkat PT. Radana Bhaskara Finance Tbk

PT Radana Bhaskara Finance Tbk yang tergabung dalam group Trakindo dan Orangtua. Kami merupakan perusahaan Multi Finance yang terkemuka di bidang

pembiayaan otomotif lembaga keuangan bukan bank, dimana perusahaan ini menggeluti bisnisnya dengan menjual produk-produk / jasa yang berhubungan dengan kredit motor demi memenuhi kebutuhan konsumen.

PT. Radana Bhaskara Finance Tbk yang beralamat di Jl. Pahlawan 1000 Ruko Tol Boulevard blok A No.9 Rawa Buntu Serpong, Tangerang Selatan. Dimana PT. Radana Bhaskara Finance Tbk dulunya adalah perseroan yang didirikan semula dengan nama PT. Indonesia Lease Corporation dengan akta No. 41 tanggal 20 september 1972, dibuat dihadapan Notaris Frederik Alexander Tumbuan, S.H., di Jakarta.

Berdasarkan Akta Berita Acara Rapat No. 39 tanggal 13 desember 2005, dihadapan Notaris Eliwaty Thitra, S.H., di Jakarta PT. Indonesia Lease Corporation berganti nama menjadi PT. HD Finance (sekarang menjadi PT. Radana Bhaskara Finance). PT Radana Bhaskara Finance Tbk, Tbk telah didaftarkan dalam daftar perusahaan pada kantor pendaftaran perusahaan kota Jakarta Barat pada tanggal 9 mei 2006. Pada tahun 2014 jumlah PT. Radana Bhaskara Finance, Tbk mencapai 2400 orang.

PT. Radana Bhaskara Finance, diawali oleh kata '**Ra**' pada Radana mengandung arti '**kesenangan/kebahagiaan**', membuat Radana sebuah penggambaran intitusi pendanaan (dana) yang membawa kebahagiaan, selaras dengan 'mitra andalan dalam meraih impian' sebagai brand essence Radana Bhaskara Finance. Kata **Bhaskara** yang mengandung arti '**memberikan cahaya**' menguatkan arti nama korporasi sebagai intitusi yang memberi cahaya kebahagiaan bagi para mitra dan konsumennya.



**2. Visi dan Misi**

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang hendak dicapai demi kelangsungan hidup perusahaan dan kesejahteraan bersama. Demikian juga dengan PT. Radana Bhaskara Finance, adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Visi  
 “ menjadi salah satu perusahaan pembiayaan yang terdepan dan terpercaya di Indonesia”.
- 2) Misi
  - a. Secara terus menerus menciptakan lapangan kerja yang layak dan berkualitas bagi sebanyak mungkin rakyat Indonesia
  - b. Selalu memastikan pertumbuhan yang akan memaksimalkan nilai pemegang saham
  - c. Senantiasa menyediakan solusi-solusi bernilai tambah yang akan mengoptimalkan kepuasan pelanggan
  - d. Secara aktif terlibat dalam masyarakat sebagai warga korporat yang baik

**3. Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan Perusahaan**

Dengan semakin berkembangnya suatu badan usaha, maka terasa penting pendelegasian wewenang. Hal ini disebabkan faktor keterbatasan manusia dalam melakukan kegiatan dan pekerjaan. Bagi perusahaan struktur organisasi sangat penting artinya, sebab dengan struktur organisasi tersebut akan dapat diketahui adanya pembagian tugas dan tanggung jawab pada masing-masing posisi yang ditempati.

PT. Radana Bhaskara Finance Tbk menggunakan struktur organisasi berbentuk lini dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan. Struktur organisasi yang berbentuk lini menggambarkan saluran wewenang

dan tanggung jawab yang bersumber dari pimpinan tertinggi.

**B. Hasil dan Pembahasan**

**1. Karakteristik Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah PT.XXX di cabang serpong Tangerang Selatan, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah PT.XXX di cabang serpong tangerang selatan, yaitu sebanyak 65 orang. Unit analisis dari populasi tersebut adalah karyawan/i yang bekerja pada PT.XXX di cabang serpong tangerang selatan. Berdasarkan data yang diisi oleh responden yang terdapat pada kuesioner penelitian, dapat diketahui karakteristik responden yang meliputi: Umur, jenis kelamin dan Jabatan.

**2. Deskriptif Statistik**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 1 perusahaan untuk periode tahun 2014 yang menghasilkan 65 observasi. Gambaran umum sampel dengan variabel audit internal, investigasi dan marketing fraud dapat dilihat pada tabel statistik deskriptif berikut:

**Tabel 4.4**

**Descriptive Statistics**

	N	Ran ge	Min imu m	Maxi mum	Su m	Me an	Std. Deviasi on
X1	65	15,0 0	35, 00	50,0 0	271 0,0 0	41, 692 3	3,4365 8
X2	65	19,0 0	31, 00	50,0 0	264 1,0 0	40, 630 8	4,7781 1
Y	65	10,0 0	20, 00	30,0 0	161 8,0 0	24, 892 3	2,4502 7
Valid N (list wise )	65						



1) Pengaruh Audit internal dan investigasi Terhadap marketing fraud

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian dan demografi responden.

Tabel Diatas menjelaskan bahwa jumlah responden (N) yang dapat diproses lebih lanjut sebanyak 65 responden. Nilai minimum menunjukkan nilai akumulasi paling rendah dari masing-masing jawaban responden pada setiap variabel, sedangkan nilai maksimum menunjukkan nilai akumulasi tertingginya. Mean (nilai rata-rata) menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan jawaban pada setiap elemen variabel, dan standard deviasi pada penelitian ini digunakan untuk menilai tingkat *disperse* atau persebaran rata-rata atas jawaban dari keseluruhan responden.

Variabel Integritas menunjukkan nilai rata-rata sebesar 41,6923, dengan nilai terendah 35 dan nilai tertinggi 50. Pada variabel Investigasi nilai rata-rata 40,6308 dengan nilai terendah 31 dan tertinggi 50. Marketing fraud nilai rata-rata 24,8923 dengan nilai terendah 20 dan tertinggi 30.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 65 responden secara langsung kepada PT XXX di Cabang Serpong Tangerang Selatan melalui Auditor. Penelitian ini dilakukan sejak tanggal penyebaran dan pengumpulan data berlangsung selama kurang lebih 3 bulan. Data yang dapat digunakan sebanyak 65 kuesioner. Berikut tabel yang menggambarkan proses penyebaran dan

penerimaan kuesioner dalam penelitian ini.

**Tabel 4.5**  
**Data Distribusi Responden**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner yang dibagikan	65	100%
2	kuesioner yang dapat diolah	65	100%

Sumber : Data yang diolah

responden terdiri dari jenis kelamin, usia dan jabatan. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini responden terdiri dari laki - laki sebanyak 61 responden atau ( 94 % ) dan perempuan sebanyak 4 responden atau ( 6 % ) dengan usia antara 17-24 tahun sebanyak 2 responden atau ( 3% ), usia 25-34 tahun sebanyak 47 responden atau ( 72% ) dan 35-44 tahun sebanyak 16 responden atau ( 25 % ).

Berdasarkan jabatannya, Branch head terdiri dari 1 responden atau (1,5%), Supervisor administrasi sebanyak 1 responden atau ( 1,5% ), Loan dokumen entri/LDE sebanyak 4 responden ( 6% ), Loan quality coordinator/LQC sebanyak 1 responden atau ( 1,5% ), Loan analisis sebanyak 2 responden atau ( 3% ), Loan quality officer/LQO sebanyak 1 responden atau ( 1,5% ), General Affair sebanyak 1 responden atau ( 1,5% ), Administrasi BPKB sebanyak 1 responden atau ( 1,5% ), Kasir sebanyak 2 responden atau ( 3% ), Loan organition officer/LOO sebanyak 21 responden atau ( 32% ), collector sebanyak 30 responden atau ( 42% )





Keterangan	Jumlah	Presentase
<b>Jumlah Responden</b>	65	100%
<b>Jenis Kelamin :</b>		
Perempuan	4	6%
Laki - laki	61	94%
Jumlah	65	100%
<b>Usia :</b>		
17-24 tahun	2	3%
<b>Case Processing Summary</b>	47	72%
	N	%
Valid	65	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	65	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.		
25-34 tahun		
35-44 tahun	16	25%
Jumlah	65	100%
<b>Jabatan :</b>		
Branch Head	1	1,55%
Supervisor Administrasi	1	1,55%
Loan Dokumen Entry/LDE	4	6%
Loan Quality Coordinator/LQO	1	1,55%
Loan Analisis	2	3%
Loan Quality Officer/LQO	1	1,55%
General Affair	1	1,55%
Administrasi BPKB	1	1,55%
Kasir	2	3%
Loan Orgination Officer/LOO	21	32%
Collector	30	46%
Jumlah	65	100%

Tabel 4.6

**Data Deskriptif Responden ( n=65 )**

1) Uji Reabilitas variabel Marketing Fraud (Y)

Uji Reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal teknik yang digunakan adalah dengan mengukur Cronbach's Alpha dengan bantuan SPSS 20. Nilai Alpha bervariasi dari 0-1, suatu pertanyaan dapat dikategorikan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,60 dalam (Ghozali, 2009:48).

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Reabilitas Marketing Fraud**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,607	6

Sumber : Data primer yang diolah

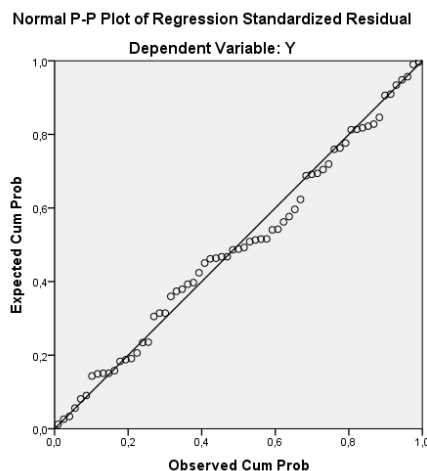
Tabel 4.14 di atas menunjukkan nilai Cronbach's alpha atas Variabel Marketing Fraud sebesar 0,607 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner semua variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60

b. Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih

handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Adapun hasil perhitungan uji normalitas dengan melihat dari segi grafik yang ditunjukkan pada gambar grafik p-p plot berikut ini :



Gambar 4.4  
 Uji Normalitas Data Secara Grafik

Pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas ( Imam Ghozali, (2009:112)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pembahasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa:

1. PT. Radana Bhaskara Finance telah menjalankan Audit internal sesuai dengan pedoman pelaksanaan audit internal yang ditetapkan kantor pusat yang pelaksanaannya dilaksanakan secara rutin setiap hari, baik dilakukan dengan pemberitahuan sebelumnya atau dengan surprise audit (bersifat urgent).PT. Radana Bhaskara Finance memiliki

pelaksanaan audit internal cabang yang dilakukan setiap hari nya oleh 2 orang auditor yang bertanggung jawab kepada manager regional yang fungsinya adalah memeriksa, mengevaluasi, dan memberi solusi, atas marketing. Dimana audit internal yang dimiliki perusahaan mempunyai kedudukan yang independen terhadap bagian-bagian yang diperiksanya. Hal ini terlihat dengan tidak terlibatnya auditor terhadap kegiatan operasional perusahaan. Akan tetapi pada pelaporan atas setiap temuan audit yang didapat harus diklarifikasi terlebih dahulu ke kepala cabang, padahal dalam pelaksanaan pelaporan menurut Standar operasional prosedur yang berlaku setiap pelaporan atas temuan audit harus langsung dirilis atau di laporkan ke direksi terkait. Dalam hal tersebut dapat menjadi kendala dalam audit investigasi yang bisa berlarut penanganannya. Hal ini merupakan masalah yang sangat rumit karena bersinggungan dengan kepentingan penjualan cabang yang selalu dituntut untuk mencapai target yang maksimal.

2. Investigasi yang dilakukan di PT Radana Finance sebenarnya sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi pada suatu waktu tertentu dalam pelaksanaan investigasi masih kurang independen, karena investigasi dilakukan oleh seorang credit analis/ loan analis yang dimana mempunyai kepentingan penjualan dan target cabang, maka dari itu setiap temuan audit dalam proses investigasinya seakan dibuat lamban penanganannya, dan itu sangat berpengaruh pada hasil investigasi dilapangan yang mana nanti akan berefek dengan berbeda nya antara laporan temuan audit dengan hasil investigasi karena temuan audit sudah dikondisikan oleh marketing.
3. Adanya pengaruh yang signifikan antara audit internal dan investigasi



terhadap fraud marketing, hal ini dapat dilihat dari perhitungan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar  $= 0,857$ . Seperti yang tertera pada ketentuan nilai  $r$  dan pada pedoman interpretasi koefisien korelasi yaitu jika  $r > 0$  maka terdapat hubungan yang positif. Dari perhitungan koefisien determinasi ( $R$ ) diperoleh nilai sebesar  $72,6\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi audit internal dan investigasi dengan fraud sebesar  $72,6\%$  sedangkan selebihnya sebesar  $27,4\%$  berkontribusi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini yang tidak penulis teliti. Dan hasil uji  $t$  yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh audit internal dan investigasi dapat mengurangi marketing fraud menghasilkan nilai  $t$  hitung untuk variable Audit Internal ( $X_1$ ) menunjukkan  $2,008$ , berarti  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,008 > 1,999$ ), hal ini berarti menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima. Dengan demikian ini menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis 1 yaitu Audit Internal berpengaruh secara signifikan terhadap Marketing Fraud. Hasil pengujian Investigasi ( $X_2$ ) terhadap Marketing Fraud ( $Y$ ) menunjukkan  $t_{hitung} = 12,857$  berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12,857 > 1,999$  yang menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima. Ini berarti hasil uji hipotesis 2 yaitu Investigasi berpengaruh secara signifikan terhadap Marketing Fraud, hal ini mengandung arti bahwa audit internal dan investigasi sangat diperlukan untuk mengurangi fraud marketing. Dan berdasarkan Hipotesa penulis di BAB I “Pengaruh Audit Internal dan Investigasi sangat efektif dan bermanfaat dalam mengurangi marketing fraud” pada PT.XXX.

#### B. Saran

Berikut ini adalah saran yang dikemukakan oleh penulis:

1. Hendaknya standar operasional prosedur audit internal dalam pelaporan temuan audit dijalankan

seperti adanya untuk mengurangi resiko dengan melakukan pendekatan antara kepala cabang dengan manager audit.

2. Hendaknya investigasi merespon cepat atas setiap temuan audit agar tidak dikondisikan oleh marketing.
3. Hendaknya marketing jangan terlalu sering diberi dispensasi atas temuan fraud dan diberi sanksi yang tegas agar tidak melakukan kesalahan yang sama, karena akan berdampak pada kerugian perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Agoes, Sukrisno, “*Auditing (pemeriksaan Akuntan) oleh kantor Akuntan Publik*”, Jilid I, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.

Amrizal.”*Pencegahan dan Pendeteksian Kecurangan oleh Internal Audit*”.Alfabeta. Bandung,2004

Amin Widjaja, “*Forensic & Investigative Accounting Pendekatan Kasus*”, (Jakarta: Harvarindo, 2012),hlm. 1.

Amalia, R. “*Pengaruh Audit Internal terhadap Pencegahan dan Pendeteksian Kecurangan*”. Skripsi.Universitas Pasundan,2013.

Mulyadi, “*Auditing*”, Edisi 6, Universitas Gadjah Mada, Salemba Empat, Jakarta, 2011.  
Novriyani, Rien.”*Keandalan efektivitas internal audit dalam pencegahan dan deteksi kecurangan (fraud) pada PT.Semen Padang*”.Skripsi. Universitas Andalas.Padang,2011.

Pertiwi. ”*Analisis pengaruh komponen keahlian internal auditor terhadap pendeteksian dan pencegahan kecurangan(fraud) di linspektorat Jendral Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*”.Skripsi.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.2010.



Sawyer, Lawrence B.A., Dittenhofer, Mortiner H., Scheiner, James., "*Internal Audit Sawyer*", Edisi Ke lima, Salemba Empat, Jakarta, 2005.

Sawyer, B, Lawrence. Dittenhofer A, Mortimer., dan Scheiner H, James. 2" *Internal Auditing*". Buku 1: Jakarta: Salemba Empat, 2006

Sari, Herty Safitri Yuninta. "*Pengaruh independensi dan profesionalisme auditor internal dalam upaya pencegahan dan pendeteksian terjadinya fraud*". Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2010

Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*", Alfabeta, Bandung, 2010.

Theodorus M Tuanakotta, "*Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif*", (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 194

Theodorus M Tuanakotta, *Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif*, (Jakarta: Lembaga Pendidikan Fakultas Ekonomi-Universitas Indonesia, 2007)

Tugiman, Hiro. "*Standar Profesional Audit Internal*". Yogyakarta: Kanisius, 2006.

Tunggal, Amin Widjaja. "*The Fraud Audit Mencegah dan Mendeteksi Kecurangan Akuntansi*". Jakarta: Harvarindo, 2012.

Trijayanti, S. "*Pengaruh Peran dan Tanggung jawab Auditor Intern Terhadap Pencegahan Kecurangan*". Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011.

Wardhini. "*Peranan Audit internal dalam pencegahan kecurangan*". Skripsi Sarjana Ekonomi. Skripsi. Universitas Widyatama. 2010.