

**PENINGKATAN KAPASITAS PT RJH MELALUI PEMBUATAN
PANDUAN KERJA UNTUK ANALISIS OPTIMASI SELLING
MARKETING PADA DIVISI INTERNAL AUDIT PT RJH**

**INCREASING PT RJH'S CAPACITY THROUGH THE CREATION OF
WORK GUIDELINES FOR SELLING MARKETING OPTIMIZATION
ANALYSIS IN PT RJH'S INTERNAL AUDIT DIVISION**

**Agnia Amani^{1*}, Koernia Purwihartuti², Berni Rahman Iskandar³, Restu
Alam Paripurnawaty⁴**

^{1,2,3,4}Politeknik Negeri Bandung

Email: agnia.amani.abs422@polban.ac.id¹, koernia@polban.ac.id²,
berni.iskandar@polban.ac.id^{3*}, restu.paripurnawaty@polban.ac.id⁴

**Corresponding author: agnia.amani.abs422@polban.ac.id*

ABSTRAK

Divisi Internal Audit pada PT RJH menjalankan fungsi pengendalian internal untuk mendukung terciptanya tata kelola perusahaan yang baik. Salah satu bentuk kegiatan pengendalian internal ini melalui evaluasi kemajuan penjualan di berbagai cabang perusahaan dengan menggunakan proses Analisis *Selling Marketing* menggunakan sistem *Source Of Growth* (SOG). Selama kegiatan, teridentifikasi bahwa analisis masih dilakukan secara manual dengan langkah-langkah yang rumit dan melibatkan banyak spreadsheet, sehingga meningkatkan risiko kesalahan, inkonsistensi data, dan memperpanjang waktu penyelesaian. Melalui observasi harian, ditemukan hambatan terkait pengambilan data, pembuatan basis data, proses pivot, serta penyusunan ringkasan hasil analisis. Sebagai respons terhadap masalah ini, dikembangkan sistem analisis baru dengan membuat panduan kerja, merancang formula dan tata letak *file spreadsheet* pada aplikasi *Microsoft Excel* yang sesuai dengan struktur data, serta mengintegrasikan semua kebutuhan analisis ke dalam satu spreadsheet. Inovasi ini memfasilitasi proses belajar, mempercepat eksekusi, serta memastikan konsistensi dan kemudahan interpretasi data. Hasil penerapan menunjukkan bahwa sistem analisis yang diperbaharui membuat Analisis *Selling Marketing* lebih terorganisir, stabil, dan efektif. Dengan optimalisasi ini, Divisi Internal Audit dapat menghasilkan analisis yang lebih mudah dipahami, tepat, dan berguna untuk menunjang evaluasi performa penjualan di masa mendatang.

Kata Kunci: Internal Audit, Analisis Selling Marketing, SOG, Sistem Analisis, Microsoft Excel.

ABSTRACT

The Internal Audit Division at PT RJH performs internal control functions to support the creation of good corporate governance. One form of internal control activities is through the evaluation of sales progress at various company branches using the Selling Marketing Analysis process with the Source Of Growth (SOG) system. During the activity, it was identified that the analysis is still conducted manually with complicated steps and involves many spreadsheets, thereby increasing the risk of errors, data inconsistencies, and prolonging the completion time. Through daily

observations, obstacles related to data collection, database creation, pivot processes, and the compilation of analysis summaries were identified. In response to this issue, a new analysis system was developed by creating a work guide, designing formulas and spreadsheet layouts in Microsoft Excel that align with the data structure, and integrating all analysis needs into a single spreadsheet. This innovation facilitates the learning process, accelerates execution, and ensures consistency and ease of data interpretation. The implementation results show that the updated analysis system makes the Selling Marketing Analysis more organised, stable, and effective. With this optimisation, the Internal Audit Division can produce analyses that are easier to understand, accurate, and useful for supporting the evaluation of future sales performance.

Keywords: *Internal Audit, Selling Marketing Analysis, SOG, System Analysis, Microsoft Excel.*

PENDAHULUAN

PT RJH merupakan perusahaan nasional yang bergerak dalam industri cat dan bahan bangunan, didirikan sejak 21 Agustus 1973 di Bandung. Seiring perkembangan usaha, perusahaan telah memiliki jaringan distribusi yang mencakup 32 cabang dan 3 depo yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia, dengan lini produk yang meliputi cat Decorative Water Based, Solvent Based, Automotive Paint, hingga produk Chemical Construction. Luasnya jangkauan distribusi tersebut menuntut kemampuan pemantauan kinerja penjualan yang andal, sistematis, dan berbasis data. Dalam konteks inilah Divisi Internal Audit PT RJH menjalankan fungsi strategis melalui pelaksanaan Analisa Selling Marketing menggunakan sistem Source of Growth (SOG), yaitu suatu pendekatan evaluasi yang digunakan untuk memetakan perkembangan penjualan toko pada setiap cabang berdasarkan klasifikasi pelanggan, mencakup New Customer, Repeated Customer, dan Loss Customer. Analisa ini menjadi dasar pengambilan keputusan strategis manajemen dalam mengevaluasi

konsistensi performa setiap cabang serta merumuskan langkah perbaikan yang tepat sasaran (Pratama, 2021).

Berdasarkan hasil observasi langsung selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di Divisi Internal Audit PT RJH, teridentifikasi sejumlah permasalahan mendasar yang secara signifikan menghambat efektivitas proses Analisa Selling Marketing. Permasalahan pertama adalah keseluruhan proses analisis masih dikerjakan secara manual melalui rangkaian langkah yang panjang dan kompleks. Proses tersebut mencakup penarikan data dari sistem internal perusahaan bernama “ORANGE”, penyusunan database, pembentukan hingga empat lapis pivot table, klasifikasi transaksi berdasarkan 14 kriteria berbeda (Repeated Up Lift, Repeated Down Lift, Win Back, Need Attention, dan sebagainya), hingga rekapitulasi akhir per cabang dan per region. Setiap bulan, seluruh tahapan ini harus diulang untuk semua cabang yang aktif bertransaksi, dengan volume data yang terus meningkat seiring bertambahnya jumlah toko. Menurut Susanto et al. (2025), volume data

transaksi yang tinggi menuntut pendekatan analitik yang lebih terotomatisasi karena metode manual tidak lagi memadai dalam menghadapi kompleksitas data modern.

Permasalahan kedua adalah format dan data pendukung analisis tidak tersedia dalam satu file standar yang terpusat, melainkan tersebar di berbagai lembar kerja Microsoft Excel periode sebelumnya. Setiap kali analisa baru akan dilakukan, pengguna harus terlebih dahulu menyalin format dari file lama, menghapus seluruh data lama, lalu menyesuaikan kembali format tersebut untuk periode baru. Kondisi ini, sebagaimana terlihat dari adanya perbedaan format antar periode yang ditemukan selama observasi, meningkatkan risiko inkonsistensi data dan kesalahan input yang dapat memengaruhi akurasi hasil analisis. Bandung Conference Series (2025) mengonfirmasi bahwa konsolidasi format dan digitalisasi proses audit secara langsung meningkatkan akurasi, konsistensi, serta menurunkan risiko kesalahan input.

Permasalahan ketiga adalah tidak tersedianya panduan kerja yang terstandarisasi yang mendokumentasikan seluruh alur proses Analisa Selling Marketing secara tertulis dan sistematis. Pengetahuan mengenai alur pengerjaan hanya dimiliki oleh satu karyawan senior dan satu peserta PKL, sehingga pengguna baru harus meminta penjelasan berulang kali kepada pihak yang berpengalaman.

Ketergantungan ini menghambat efisiensi, mengingat karyawan senior juga memiliki beban pekerjaan lain yang harus diselesaikan secara bersamaan. Kondisi serupa ditegaskan oleh Jenita dan Zurman (2024) yang menyatakan bahwa ketiadaan standarisasi prosedur memperlambat proses pembelajaran dan meningkatkan ketergantungan pengguna baru pada tenaga kerja berpengalaman.

Ketiga permasalahan tersebut secara kumulatif berdampak pada tiga aspek kritis proses kerja Divisi Internal Audit. Pertama, dari sisi akurasi: klasifikasi transaksi yang dilakukan secara manual berpotensi menghasilkan kesalahan identifikasi, sehingga laporan performa penjualan cabang menjadi tidak dapat diandalkan sebagai dasar keputusan manajerial. Kedua, dari sisi efisiensi: penyelesaian satu siklus analisa yang mencakup seluruh cabang memerlukan waktu yang panjang karena setiap tahap dikerjakan secara manual dan berulang setiap bulannya. Ketiga, dari sisi keberlanjutan: tanpa panduan kerja dan sistem yang terstandarisasi, proses regenerasi pengetahuan di dalam divisi menjadi sangat terbatas, sehingga risiko gangguan operasional meningkat apabila tenaga yang berpengalaman tidak tersedia. Sebagaimana dikemukakan oleh Rozana et al. (2025), analisis data internal yang sistematis berperan penting dalam menilai performa bisnis dan mendukung pengambilan keputusan berbasis

bukti; namun manfaat tersebut hanya dapat diraih apabila sistem analisa yang berjalan memenuhi standar keandalan dan efisiensi yang memadai.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, kegiatan PkM ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas Divisi Internal Audit PT RJH melalui tiga tahapan: (1) pengembangan rumus otomatis berbasis Microsoft Excel untuk mengotomatisasi klasifikasi transaksi yang sebelumnya dilakukan secara manual; (2) penyusunan Master Excel sebagai data support terpusat yang mengintegrasikan seluruh format analisa ke dalam satu file terstruktur; serta (3) penyusunan guidebook sebagai panduan kerja terstandarisasi yang memungkinkan pelaksanaan analisa secara mandiri oleh setiap staf divisi. Ketiga intervensi ini diharapkan mampu menjawab permasalahan mitra secara holistik dan berkontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas tata kelola internal perusahaan (Rahmawati & Nugroho, 2023).

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan menggunakan metode kemitraan dengan pendekatan partisipatif dan pendampingan teknis yang melibatkan tim pengabdian serta pihak Divisi Internal Audit PT RJH. Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas:

1. Analisis Situasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan manajemen serta Divisi Internal Audit PT RJH untuk mengidentifikasi kondisi eksisting proses analisis selling marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi, kebutuhan informasi, serta kesenjangan dalam pelaksanaan audit dan evaluasi kinerja pemasaran.

Hasil observasi langsung terhadap proses Analisis Selling Marketing yang dilakukan secara harian di Divisi Internal Audit PT RJH dan hasil wawancara dan diskusi dengan manajer serta staf terkait mengenai kendala dan alur kerja yang berlaku.

Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen internal PT RJH berupa format standar lembar kerja pada *Microsoft Excel* yang digunakan dalam proses Analisa Selling Marketing periode sebelumnya, Laporan Transaksi Harian (LTH) dari sistem database internal yang digunakan sebagai basis data analisis, struktur organisasi dan dokumen prosedur operasional Divisi Internal Audit PT. RJH dan literatur ilmiah dan jurnal penelitian yang relevan dengan topik audit internal, analisis data penjualan, dan optimalisasi sistem kerja berbasis *Microsoft Excel*.

2. Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui studi dokumen perusahaan, wawancara dengan pemangku kepentingan, serta telaah terhadap

prosedur kerja yang telah berjalan. Selanjutnya dilakukan analisis untuk menentukan indikator-indikator yang relevan dalam optimasi selling marketing yang dapat digunakan oleh Divisi Internal Audit.

3. Penyusunan Draft Panduan Kerja

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim PKM menyusun draft panduan kerja yang berisi:

- a) Tujuan dan ruang lingkup analisis.
- b) Alur kerja dan prosedur audit.
- c) Indikator kinerja selling marketing.
- d) Format pengumpulan data.
- e) Metode analisis dan pelaporan hasil audit.
- f) Rekomendasi tindak lanjut perbaikan.

4. Sosialisasi, evaluasi dan implementasi

Sosialisasi dilakukan melalui koordinasi dengan pihak mitra untuk mendapatkan umpan balik atas draft panduan kerja yang telah disusun sebelumnya. Pada sesi sosialisasi, pihak mitra juga memberikan evaluasi secara menyeluruh atas draft panduan kerja. Kemudian setelah adanya perbaikan berdasarkan hasil sesi evaluasi, panduan kerja diimplementasikan pada unit kerja terkait di perusahaan mitra secara menyeluruh.

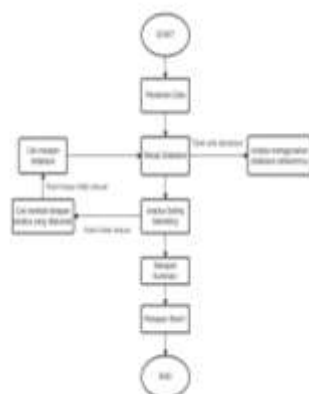
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa *Selling Marketing* merupakan pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dan

kinerja penjualan suatu perusahaan. Pada PT RJH, Divisi Internal Audit memanfaatkan analisa ini untuk memantau tren penjualan antar toko di setiap cabang serta memastikan strategi pemasaran yang diterapkan di setiap cabang berjalan sesuai target yang telah ditetapkan perusahaan. Menurut Andrian et al. (2025), efektivitas kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh integrasi antara elemen bauran pemasaran meliputi harga, promosi, pelayanan, dan lokasi yang disesuaikan dengan karakteristik konsumen di masing-masing wilayah. Melalui Analisa *Selling Marketing*, Divisi Internal Audit dapat menilai konsistensi data transaksi penjualan yang masuk, mengidentifikasi pola perilaku pelanggan, dan mendeteksi potensi ketidaksesuaian antara laporan cabang dengan hasil penjualan aktual. Pendekatan ini tidak hanya berfungsi untuk evaluasi kinerja, tetapi juga menjadi dasar penyusunan rekomendasi strategis bagi manajemen agar setiap cabang mampu mempertahankan daya saing dan mencapai target penjualan yang optimal.

Pada PT RJH, Analisa *Selling Marketing* menggunakan sistem SOG (*Source of Growth*) untuk mengidentifikasi sumber pertumbuhan penjualan pada setiap toko di berbagai cabang. Melalui sistem ini, Divisi Internal Audit dapat menelusuri secara lebih spesifik dari mana peningkatan atau penurunan penjualan berasal, apakah

dari pelanggan baru (*new customer*), pelanggan lama yang melakukan pembelian ulang (*repeated customer*), atau pelanggan yang sudah tidak aktif (*lost customer*). Sejalan dengan temuan Afifah dan Rahmawati (2023), penerapan analisis SOG memungkinkan perusahaan memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi perubahan kinerja penjualan, baik dari sisi perilaku konsumen maupun aktivitas strategi pemasaran yang dijalankan. Bagi PT RJH, informasi ini sangat krusial untuk memastikan bahwa setiap toko tidak hanya mengalami peningkatan nominal penjualan, tetapi juga memiliki pertumbuhan yang sehat dan berkelanjutan berdasarkan data pelanggan yang valid dan terverifikasi melalui proses audit internal. Dengan demikian, sinergi antara Analisa *Selling Marketing* dan SOG (*Source of Growth*) membantu PT RJH dalam membangun sistem pengawasan penjualan yang akurat, transparan, dan berbasis data nyata.



Gambar 1: Proses Analisa Selling Marketing

Permasalahan utama yang dihadapi Divisi Internal Audit PT RJH terletak pada sistem kerja Analisa *Selling Marketing* yang masih dilakukan secara manual. Gambaran proses Analisa *Selling Marketing* yang terapkan oleh Divisi Internal Audit pada PT RJH dapat dilihat pada Gambar 1.

Setiap bulan, jumlah data transaksi yang dianalisis terus meningkat seiring bertambahnya toko yang aktif melakukan penjualan. Seluruh data tersebut perlu diidentifikasi, diverifikasi, dan diklasifikasikan satu per satu untuk menentukan kondisi penjualan masing-masing toko. Proses ini tidak hanya memerlukan waktu yang panjang, tetapi juga melibatkan rangkaian langkah kerja yang kompleks, mulai dari ekstraksi data, penyaringan, hingga penelusuran anomali transaksi. Menurut Susanto et al. (2025), volume data transaksi yang tinggi menuntut pendekatan analitik yang lebih terotomatisasi karena metode manual tidak lagi memadai dalam menghadapi kompleksitas data modern.

Kerumitan alur tersebut menyulitkan pengguna baru untuk memahami seluruh proses secara cepat. Banyak tahapan yang harus dihafalkan dan setiap langkah memiliki ketergantungan tertentu terhadap format atau rumus yang digunakan pada lembar kerja berbeda. Kondisi ini menyebabkan proses pelatihan menjadi kurang efisien, karena pengguna baru perlu berulang kali bertanya kepada

karyawan yang sudah berpengalaman. Di sisi lain, karyawan senior tidak mungkin memberikan pendampingan intensif setiap hari mengingat karyawan juga memiliki beban kerja lain yang harus diselesaikan. Jenita dan Zurman (2024), menegaskan bahwa ketiadaan standarisasi prosedur membuat proses pembelajaran menjadi lebih lambat dan meningkatkan ketergantungan pengguna baru pada tenaga kerja berpengalaman.

Selain itu, format dan data support kerja yang digunakan belum terpusat dalam satu file standar. Pengguna masih harus menyalin format dari lembar kerja excel Analisa Selling Marketing periode sebelumnya, kemudian menghapus seluruh isi lama sebelum dapat dipakai kembali. Pola kerja seperti ini tidak hanya memakan waktu, tetapi juga meningkatkan risiko kesalahan akibat ketidakteraturan format antarperiode. Bandung Conference Series (2025) menunjukkan bahwa konsolidasi format dan digitalisasi proses audit secara langsung meningkatkan akurasi, konsistensi, serta menurunkan risiko kesalahan input.

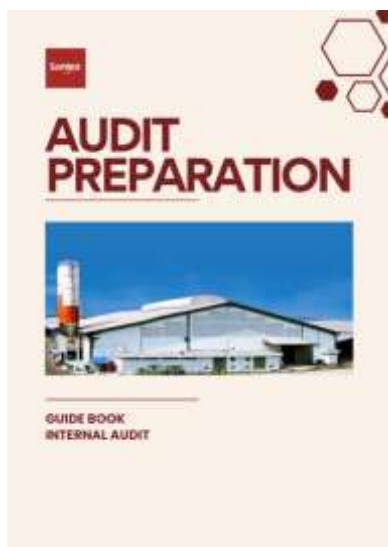
Salah satu pengembangan yang dilakukan adalah penerapan rumus otomatis dalam *Microsoft Excel* untuk membantu proses identifikasi dan klasifikasi transaksi. Penggunaan rumus otomatis memungkinkan proses klasifikasi berlangsung lebih cepat, terstandar, dan konsisten dibandingkan metode

manual. Menurut Fadillah (2023), penerapan rumus-rumus lanjutan pada *Microsoft Excel* terbukti mampu meningkatkan efektivitas proses input data karena dapat mempercepat pekerjaan, meminimalkan kesalahan entri, serta menghasilkan pengolahan informasi yang lebih akurat dan terstandarisasi. Dengan penerapan ini, hasil analisa menjadi lebih akurat dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pengecekan dapat ditekan secara signifikan.

Lalu dikembangkan pula sebuah lembar kerja pendukung bernama *Master Excel* yang berfungsi sebagai data support dalam proses Analisa *Selling Marketing*. File ini dirancang untuk memuat seluruh format dan informasi yang dibutuhkan dalam kegiatan analisa, seperti informasi pengisian pivot, rumus klasifikasi transaksi, format perhitungan, serta format tabel yang dibutuhkan. Dengan adanya *Master Excel*, pengguna tidak perlu lagi membuka berbagai lembar kerja untuk mengambil format dari periode sebelumnya, karena seluruh kebutuhan analisa telah terhimpun di dalam satu file pendukung yang terstruktur. Menurut Bestari (2021), sentralisasi data dalam satu sistem terpusat mampu mempermudah proses pengumpulan dan pengelolaan informasi karena seluruh data dari berbagai unit kerja dapat diakses melalui satu antarmuka yang sama, sehingga proses kerja menjadi lebih efisien dan risiko ketidakkonsistenan data dapat diminimalkan. Melalui

penerapan *Master Excel* sebagai data support, proses Analisa Selling Marketing di PT RJH menjadi lebih terarah, efisien, dan mudah dioperasikan, baik oleh tim internal audit maupun karyawan perusahaan lainnya.

Selain itu, dilakukan penyusunan sebuah *guidebook* yang berfungsi sebagai panduan kerja terstandarisasi.



Gambar 2 : *Guidebook* Analisa Selling Marketing PT. RJH

Guidebook ini menjelaskan seluruh tahapan analisa secara runtut mulai dari pengunduhan data, proses penyaringan, langkah identifikasi transaksi, penggunaan rumus klasifikasi hingga tahapan rekapitulasi akhir. Setiap prosedur dilengkapi contoh visual dan shortcut yang biasa dipakai, sehingga pengguna dapat mempelajari proses secara mandiri tanpa harus selalu meminta pendampingan dari karyawan senior. Menurut Pratama (2021), penyusunan panduan kerja

yang terdokumentasi secara sistematis dapat meningkatkan pemahaman pengguna baru, mempercepat proses adaptasi, dan memastikan konsistensi dalam pelaksanaan prosedur operasional. Dokumentasi yang baik memungkinkan alur kerja kompleks dapat dipelajari secara berulang dengan cara mudah diakses, sehingga mengurangi ketergantungan pada penjelasan lisan dari karyawan berpengalaman. Dengan adanya *guidebook* ini, alur Analisa Selling Marketing di PT RJH menjadi lebih terstruktur, mudah dipahami, dan dapat dijalankan secara mandiri oleh siapapun yang terlibat dalam proses tersebut, baik tim internal audit maupun peserta PKL.

Ketiga pengembangan tersebut menggambarkan penarapan prinsip *process improvement* dalam kegiatan audit internal. Menurut Hammer dan Stanton (2020), menegaskan bahwa peningkatan kinerja organisasi dapat dicapai dengan cara menyederhanakan proses kerja dan memanfaatkan teknologi untuk mengurangi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah.

Selanjutnya, tim melaksanakan sosialisasi draft panduan kerja (*guidebook*) yang telah disusun oleh kepada pihak mitra. Sosialisasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi dalam panduan selaras dengan kebutuhan mitra di lapangan. Dalam sesi koordinasi ini, tim menjelaskan langkah-langkah sistematis, mulai dari pengunduhan data, penyaringan, hingga rekapitulasi akhir. Umpan

balik dari mitra sangat penting karena sebelumnya prosedur kerja di divisi ini lebih banyak mengandalkan instruksi lisan. Hal ini sering kali menyebabkan inkonsistensi saat terjadi rotasi karyawan atau pengerjaan laporan oleh personel yang berbeda.

Pada sesi sosialisasi tersebut, pihak mitra melakukan evaluasi menyeluruh terhadap setiap bagian dalam draft panduan kerja. Evaluasi difokuskan pada aspek teknis penggunaan instrumen pendukung, yaitu *Master Excel* yang menjadi inti dari penawaran solusi yang sudah disusun oleh tim. Beberapa poin evaluasi utama meliputi:

- i. Kejelasan Instruksi Teknis: Penyesuaian bahasa dalam panduan agar lebih mudah dipahami oleh staf dari berbagai tingkatan senioritas.
- ii. Otomatisasi Data: Peninjauan kembali rumus-rumus otomatis untuk memastikan data dapat diklasifikasikan dengan akurat
- iii. Reduksi Proses Manual: Evaluasi terhadap instruksi penghapusan langkah-langkah *copy-paste* yang redundan.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, tim melakukan revisi akhir untuk menyempurnakan panduan. Setelah melalui tahap perbaikan, panduan kerja final diimplementasikan pada unit kerja terkait di PT RJH selama satu bulan.

Hasil observasi tim atas pelaksanaan implementasi solusi selama satu bulan menunjukkan

perubahan signifikan pada performa kerja sebagai berikut:

- i. Peningkatan Efisiensi Operasional: Implementasi panduan bersama sistem *Master Excel* berhasil memangkas durasi pengerjaan analisa yang sebelumnya membutuhkan waktu hingga dua jam per file karena proses manual yang repetitif menjadi selama satu jam per *file*.
- ii. Kemandirian Personel: Dengan tersedianya panduan kerja yang bersifat *step-by-step*, ketergantungan staf terhadap penjelasan lisan dari atasan atau rekan kerja senior dapat diminimalisir.
- iii. Standardisasi Output: Penerapan panduan secara menyeluruh memastikan bahwa laporan analisa *selling marketing* memiliki standar kualitas yang seragam terlepas dari tingkat pengalaman kerja staf.

SIMPULAN

Melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat pada Divisi Internal Audit PT. RJH, diperoleh pemahaman mendalam mengenai proses Analisa Selling Marketing (*Source Of Growth*) terbentuk melalui keterlibatan langsung dalam setiap tahap, mulai dari pengumpulan data, pengolahan, hingga penyajian hasil analisis. Keterlibatan tersebut menunjukkan

bahwa ketelitian, konsistensi, dan pengaturan data yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas hasil yang diperoleh. Selama kegiatan berlangsung, terlihat bahwa penggunaan prosedur manual serta format kerja yang tersebar di beberapa lembar menambah tingkat kerumitan pekerjaan. Setiap penyesuaian data memerlukan pengecekan ulang secara berulang, sehingga diperlukan penataan sistem agar alur kerja lebih teratur dan mudah dijalankan.

Sebagai bentuk pengembangan, dilakukan penyusunan pedoman kerja, pembuatan rumus Excel yang mendukung kebutuhan analisis, serta penyatuan format dalam satu lembar. Langkah ini membantu mempercepat proses, mempermudah pemahaman alur kerja, dan menjaga keteraturan data sehingga analisa dapat diselesaikan dengan lebih stabil dan terarah. Melalui penyempurnaan tersebut, kegiatan Analisa Selling Marketing berjalan dengan struktur yang lebih jelas dan efisien setelah dilakukan kegiatan sosialisasi, evaluasi dan implementasi solusi. Hal ini terlihat dari durasi pengerjaan analisa yang sebelumnya membutuhkan waktu dua jam menjadi hanya selama satu jam per satu *file*, berkurangnya ketergantungan staf atas instruksi lisan dan adanya standardisasi *output* memudahkan pemantauan oleh manajemen terkait aktivitas *selling* dimana pada kondisi sebelumnya analisa selling berjalan tidak efektif dan memakan tenaga dan waktu yang berlebih.

Sistem yang disusun beserta transfer pengetahuan dari tim

memberikan dukungan bagi peningkatan kualitas kerja Divisi Internal Audit PT RJH dan dapat menjadi dasar pengembangan lebih lanjut terkait sistem informasi yang terintegrasi dengan divisi lain di perusahaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Rahmawati, D. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Kinerja Penjualan pada Perusahaan Retail. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Modern*, 5(1), 44–57.
- Andrian, M., Prakoso, B., & Lestari, F. (2025). Pengaruh Marketing Mix terhadap Efektivitas Penjualan pada Perusahaan Distribusi. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 13(2), 88–99.
- Bandung Conference Series. (2025). Pengaruh Transformasi Digital dan Big Data terhadap Efektivitas Audit Internal.
- Bestari, D. A. (2021). Sentralisasi data unit-unit kerja untuk meningkatkan efisiensi pelaporan ke pemerintah di Universitas Multimedia Nusantara (Tesis). Universitas Multimedia Nusantara.
- Burns, A. (2010). *Doing Action Research in English Language Teaching: A Guide for Practitioners*. Routledge.
- Fitriani, R., & Siregar, D. (2022). Optimalisasi Pengolahan Data Menggunakan Otomatisasi Rumus Spreadsheet. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputerisasi*, 11(2), 56–63.

- Gunawan, T., & Putri, A. (2022). Analisa Data Pemasaran Berbasis Teknologi Digital dalam Mendukung Pengambilan Keputusan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(2), 101-112.
- Hammer, M., & Stanton, S. (2020). *The Reengineering Revolution: Handbook*. HarperBusiness.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2021). Peran Praktik Kerja Lapangan dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Vokasi. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Vokasi*, 11(2), 145-154.
- Jenita & Zurman. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Teknologi Audit Data Analytics dalam Peningkatan Kualitas Audit Keuangan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(2).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, S. (2022). Pengaruh Experiential Learning terhadap Employability Skills Mahasiswa Pendidikan Vokasi. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(1), 33-44.
- Pratama, R. A. (2021). Analisis Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) dalam Meningkatkan Efektivitas Proses Kerja pada Organisasi. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 8(2), 145–154.
- Pratama, Y. (2021). Peran Analisa Data dalam Pengambilan Keputusan Bisnis pada Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 7(1), 45-56.
- Rahmawati, D. (2023). Kesiapan Kerja Mahasiswa melalui Program Praktik Kerja Lapangan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 25(3), 201-213.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2023). Strategi Pemasaran Berbasis Data dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 8(3), 233-247.
- Rozana, A. S. A., Winarningsih, S., & Yadiati, W. (2025). The Impact of Big Data Analytics on Audit Quality in the Digital Era. *JASa: Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi*, 9(2), 368–377.
- Siregar, E. (2019). Strategi Pembelajaran Vokasi di Era Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(1), 12-24.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Susanto, V. G., Wanialisa, M., Reinita, I., & Nursina. (2025). Pengaruh Big Data Analytics, Artificial Intelligence, dan Kompetensi Auditor terhadap Kualitas Audit. *IKRAITH-Ekonomika*, 8(3), 210–220.
- Wahyuni, L., & Wibowo, T. (2020). Implementasi Program Praktik Kerja Langan dalam Penguatan Keterampilan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 26(2), 188-197.

- Wibowo, A. (2023). Integrasi Sistem Informasi untuk Efisiensi Proses Bisnis. *Jurnal Administrasi dan Teknologi Informasi*, 8(1), 22–30.
- Wijayanti, R., & Hidayat, N. (2020). Data-driven Marketing Strsategy for Competitive Advantage. *Jurnal Pemasaran Kontemporer*, 9(1), 55-67.
- Anwar, H. 2008. Teori Vygotsky Tentang Pentingnya Strategi Belajar.