

- MANAGEMENT AUDIT

- MARKETING

**PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN DALAM MELAKUKAN  
PENILAIAN TERHADAP EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS**

**FUNGSI PEMASARAN PADA  
PT. TUNGGAL DJAJA INDAH SIDOARJO**

KK

A 87/03

Nav

P

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH :**

**DHONA ARINDRATI NAVILA  
No. Pokok : 049711444 E**



**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2002**

Surabaya, 19/12/2002

Diterima dengan baik dan siap untuk diuji



DOSEN PEMBIMBING

Drs. BAMBANG SUHARDITO, M.Si., Ak.

NIP. 510053923

MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

SKRIPSI

PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN DALAM MELAKUKAN  
PENILAIAN TERHADAP EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS  
FUNGSI PEMASARAN PADA  
PT. TUNGGAL DJAJA INDAH SIDOARJO

DIAJUKAN OLEH  
DHONA ARINDRATI NAVILA

No. Pokok : 049711444 E

TELAH DISETUIJ DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



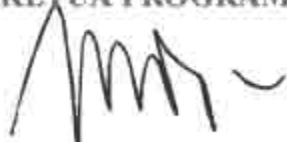
Drs. BAMBANG SUHARDITO, M.Si., Ak

NIP. 510053923

TANGGAL:

16 Feb '03

KETUA PROGRAM STUDI



Drs. M. SUYUNUS, MAFIS. Ak.

NIP.131287542

TANGGAL:

14-3-03

## ABSTRAKSI

Pemasaran dengan kompleksitas kegiatan dalam perusahaan memegang peranan yang cukup penting. Keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan seperti yang diharapkan terutama tergantung pada kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran menyangkut usaha perencanaan dan pengembangan produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen, serta penentuan cara terbaik menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk. Dengan semakin kompetitifnya persaingan, pembangunan yang pesat serta kemajuan teknologi yang sangat cepat merupakan rintangan yang tidak ringan bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan yang diharapkan.

PT. Tunggal Djaja Indah merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi dan menjual cat tembok. Aktivitas pemasaran yang ada merupakan kegiatan yang penting bagi perusahaan sebab dengan pemasaran yang bagus akan dapat meningkatkan penjualan, dan dari hasil penjualan bisa diketahui tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam melanjutkan kegiatan operasinya. Mengingat kenyataan pentingnya fungsi pemasaran, maka perlu diupayakan agar fungsi tersebut dilaksanakan secara efektif dan efisien. Pemeriksaan manajemen diharapkan dapat membantu mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi fungsi tersebut.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus, studi kasus adalah penelitian tentang status subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah survei pendahuluan, studi pustaka, studi lapangan yang terdiri dari praktek audit manajemen, pengamatan, wawancara, kuisioner dan dokumentasi.

Dari hasil pemeriksaan ini ditemukan faktor-faktor yang menyebabkan kegiatan fungsi pemasaran tidak efisien dan efektif, dari faktor-faktor ini diberikan cara penyelesaian sehingga digunakan sebagai alat Bantu untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.