

**PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN  
DALAM MENDUKUNG PENCAPAIAN  
EFEKTIVITAS PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PT. TIRTA BAHAGIA)**

**SKRIPSI**

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

KK  
A 67/03  
Kus  
P



**DIAJUKAN OLEH :**

**PRAFITA AINURRYAH KUSUMA  
No. Pokok : 049715580**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

SKRIPSI

**PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN FUNGSI PEMASARAN  
DALAM MENDUKUNG PENCAPAIAN  
EFEKTIVITAS PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PT TIRTA BAHAGIA)**

**DIAJUKAN OLEH :**  
**PRAFITA AINURRYAH KUSUMA**  
**No. Pokok : 049715580**

**MILIK**  
**PERPUSTAKAAN**  
**UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Prof. Dr. PARWOTO WIGHJOHARTOJO, SE, Ak**

**TANGGAL. 25-2-2003**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Drs. M. SUYUNUS, MAFIS, Ak**

**TANGGAL. 26-2-03**

Surabaya...<sup>22-11</sup>.....2002

Skripsi ini telah disetujui dan siap diujikan



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Parwoto Wighjohartojo', is written over a large, faint, circular watermark of the University of Airlangga seal. The seal features a central figure and is surrounded by a decorative border.

**Prof. Dr. PARWOTO WIGHJOHARTOJO, SE, Ak**

## ABSTRAKSI

Pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Bukan hanya dalam arti kemampuan mempertahankan eksistensi perusahaan, tetapi dikaitkan dengan situasi persaingan yang dihadapi. Dengan adanya suatu konsep pemasaran yang jelas dan kemampuannya untuk membaca pasar, maka diharapkan fungsi pemasaran dapat berjalan dengan baik.

PT Tirta Bahagia merupakan salah satu perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang berada di Indonesia. Perusahaan ini harus melaksanakan kegiatan pemasaran secara efektif dalam rangka memenangkan persaingan sekaligus mencapai sasaran yang ditetapkan, sehingga perlu dilakukan pemeriksaan atas kegiatan pemasaran.

Manajemen audit adalah suatu tehnik untuk melakukan penilaian secara sistematis terhadap keefektifan suatu organisasi, unit atau fungsi. Tujuan manajemen audit adalah untuk memastikan terlaksananya sistem perencanaan, mengidentifikasi peluang-peluang penyempurnaan dan mengajukan rekomendasi tentang langkah-langkah korektif yang perlu dilakukan. Manajemen audit perlu dilakukan secara teratur, baik sebelum dirasakan adanya masalah, maupun sesudah terlanjur terjadi masalah. Manajemen audit yang teratur dapat mencegah terjadinya masalah, mengidentifikasi masalah yang sebenarnya, sumber-sumber penyebabnya dan langkah-langkah yang efektif untuk mengatasinya.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus, yaitu digunakan untuk menjawab "bagaimana". Pengumpulan data yang digunakan adalah survey pendahuluan, studi pustaka, studi lapangan yang terdiri atas pengamatan, wawancara, kuisisioner dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh selama melakukan penelitian dapat disimpulkan bahwa secara umum PT Tirta Bahagia telah menjalankan kegiatan pemasaran secara efektif. Keberhasilan fungsi pemasaran ditentukan berdasarkan realisasi penjualan yang dicapai dibandingkan dengan anggaran yang telah ditetapkan. Namun demikian, manajemen audit pada PT Tirta Bahagia harus dilakukan secara teratur untuk memperoleh keyakinan bahwa perusahaan telah melaksanakan kegiatan pemasaran sesuai dengan ketentuan yang berupa standar atau rencana yang digunakan dan bila terjadi penyimpangan saran-saran apa yang dapat dilakukan untuk memperbaikinya.