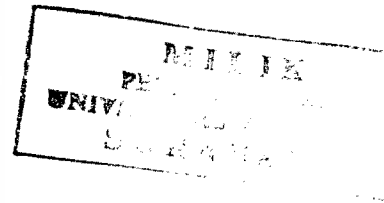


**PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN UNTUK MENILAI  
EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
(STUDI KASUS PT. LIPPO GENERAL INSURANCE, Tbk. SURABAYA)**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**DYAH PUSPITASARI SUNARYO PUTRI  
No. Pokok : 049711548 E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN AUDIT MANAJEMEN UNTUK MENILAI  
EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PEMASARAN  
(STUDI KASUS PT. LIPPO GENERAL INSURANCE, Tbk. SURABAYA)**

**DIAJUKAN OLEH  
DYAH PUSPITASARI SUNARYO PUTRI  
No. Pokok : 049711548 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

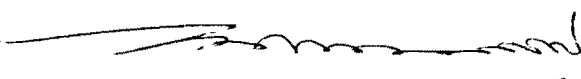
**DOSEN PEMBIMBING**

  
**Drs. BAMBANG SUHARDITO, M.Si., Ak.**  
**NIP. 510053923**

**TANGGAL:**

*19/10/2011*

**KETUA PROGRAM STUDI**

  
**Dr. ARSONO LAKSMANA, SE.Ak.**  
**NIP. 130783542**

**TANGGAL:**

Surabaya, *20 Sept.* ..... 2001

Diterima dengan baik dan siap untuk diuji

DOSEN PEMBIMBING

Drs. Bambang Suhardito, M.Si., Ak.

NIP. 510053923

## ABSTRAKSI

Jasa asuransi merupakan salah satu bidang usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan pada masa-masa yang akan datang. Selama ini, bidang usaha jasa asuransi sudah cukup berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat akan jaminan resiko yang semakin kompleks. Namun, semakin kompetitifnya persaingan dalam industri asuransi, disamping kemajuan dibidang teknologi merupakan rintangan yang tidak ringan bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan premi yang diharapkan. Kegiatan pemasaran menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan asuransi dan merupakan bagian penting dari perusahaan jasa asuransi untuk meningkatkan penjualan perusahaan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan, sehingga perlu dilakukan pemeriksaan atas kegiatan pemasaran. Audit manajemen suatu pemeriksaan yang digunakan sebagai alat bantu untuk menilai kegiatan pemasaran secara sistematis, kritis dan tidak memihak dari tujuan, kebijakan dasar operasi, serta asumsi dan prosedur yang mendasari.

Metode penelitian yang digunakan 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 efektif dan efisien, dari faktor-faktor ini diberikan cara penyelesaian sehingga digunakan sebagai alat bantu untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaan.