

ABSTRAK

Pemasaran adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Tanpa adanya pemasaran, calon konsumen tidak akan mengenal produk apa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Fungsi pemasaran berfungsi untuk menciptakan *customer value* dalam mengenal produk PT Rajawali Nusindo Cabang Surabaya. Pentingnya evaluasi fungsi pemasaran harus dilakukan secara rutin agar ditemukan kelemahan dalam fungsi pemasaran. Evaluasi pelaksanaan audit manajemen pada fungsi pemasaran dilakukan pada PT. Rajawali Nusindo cabang Surabaya. Evaluasi tersebut berdasarkan lima tahapan audit manajemen tersebut. Penelitian ini dikhususkan pada produk alat kesehatan di PT Rajawali Nusindo cabang Surabaya. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, studi kasus. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survei pendahuluan, studi literatur, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses evaluasi pada audit manajemen fungsi pemasaran telah dilakukan dan dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa secara umum pelaksanaan audit manajemen pada fungsi pemasaran alat kesehatan PT. Rajawali Nusindo cabang Surabaya telah berjalan efektif. Namun perlu adanya penyempurnaan dalam beberapa tahapan dalam audit manajemen fungsi pemasaran. Oleh karena itu, penulis mencoba memberikan saran, agar PT. Rajawali Nusindo lebih meningkatkan efektivitas aktivitas audit manajemennya pada fungsi pemasaran alat kesehatan.

Kata kunci: pemasaran, audit, audit manajemen, fungsi pemasaran