

## ABSTRAK

Pemasaran merupakan fungsi terpenting dalam perusahaan. Sebab pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis yang memberikan kontribusi langsung terhadap tingkat keuntungan yang diraih perusahaan ataupun sebaliknya.

Evaluasi penerapan audit atas fungsi pemasaran pada PT. Petrosida Gresik berdasarkan empat tahapan audit manajemen. Evaluasi tersebut dimaksudkan untuk mengetahui efektifitas penerapan audit manajemennya sehingga mendukung perbaikan aktivitas pemasaran. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat studi kasus, dimana data diperoleh dari lapangan maupun fakta-fakta yang terjadi dalam perusahaan kemudian dianalisis lalu diperbandingkan dengan teori yang ada. Data diperoleh dengan teknik studi kepustakaan, wawancara, kuesioner.

Hasil dari proses evaluasi atas fungsi pemasaran dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan audit manajemen fungsi pemasaran pada PT. Petrosida Gresik telah berjalan efektif . Namun diperlukan penyempurnaan pada beberapa tahapan penerapan audit manajemen. Oleh karena itu, penulis memberikan saran terhadap penerapan audit manajemennya agar dapat meningkatkan efektivitas penerapan audit manajemen atas fungsi pemasaran.

Kata kunci : Fungsi Pemasaran, Audit Manajemen, Efektifitas