

## ABSTRAKSI

Pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Bukan hanya dalam arti kemampuan dalam 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.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan audit operasional dalam menilai efektivitas dan efisiensi kegiatan pemasaran pada PT. Prima Alloy Stell Universal Tbk. Sehubungan dengan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana usaha pemasaran yang dilakukan PT. Prima Alloy Steel Universal Tbk agar pelaksanaannya bisa berjalan secara efektif dan efisien serta menunjukkan kepada manajemen manfaat peranan audit operasional sebagai alat bantu manajemen dalam menilai efektivitas dan efisiensi usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Sejalan dengan masalah dan tujuan penelitian, maka pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Untuk pengumpulan data yang diperlukan, dilakukan studi lapangan melalui wawancara dan memberikan kuisioner dengan staf terkait, observasi langsung dan melihat catatan atau dokumen yang terdapat pada PT. Prima Alloy Stell Universal Tbk.

Dari penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum kegiatan pemasaran sebagian besar berjalan dengan efektif dan efisien. Walaupun masih ditemukan ketidakefektivan dan ketidakefisienan dalam kegiatan pemasaran, namun dilihat dari volume penjualan sudah banyak mengalami peningkatan. Berdasarkan temuan tersebut maka diajukan rekomendasi sebagai masukan buat perusahaan, seperti halnya pelaksanaan riset pemasaran yang dilakukan untuk menilai studi potensi pasar dan pangsa pasar, pengukuran kepuasan pelanggan dan perilaku pembeli, hingga studi penetapan produk, harga, distribusi dan kegiatan promosi. Disinilah audit operasional digunakan sebagai alat bantu untuk menilai kinerja perusahaan agar lebih efektif dan efisien. Sehingga berdasarkan temuan tersebut maka dapat mendorong manajemen untuk melakukan tindakan perbaikan dan korektif yang berguna dimasa yang akan datang.

*Key words:* Audit Operasional, Pemasaran, Efektivitas, Efisiensi.