ABSTRAK

Audit manajemen digunakan oleh pihak manajemen/pimpinan perusahaan untuk menilai efektivitas kinerja pemasaran yang telah berjalan selama ini. Dengan adanya informasi yang diperoleh dari penerapan audit manajemen ini, pihak manajemen/pimpinan perusahaan dapat melakukan berbagai tindakan koreksi untuk mengatasi berbagai kelemahan dan penyimpangan yang merugikan perusahaan/badan usaha tersebut. Selain itu, dengan diterapkannya analisis SWOT sebagai *tools* audit pemasaran, perusahaan dapat menyusun strategi-strategi pemasaran untuk meningkatkan efektivitas kinerja fungsi pemasarannya.

Obyek dalam penelitian ini adalah PT. Joey Sasmita Lencana yang berada di Surabaya. PT. Joey Sasmita Lencana merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang ritel produk garmen dan aksesoris pendukungnya di pasar domestik Indonesia. Ruang lingkup penelitian ini adalah strategi pemasaran dan sistem pengendalian internal pada PT. Joey Sasmita Lencana cabang Surabaya. Dalam fungsi pemasarannya, PT. Joey Sasmita Lencana cabang Surabaya menghadapi beberapa masalah, antara lain tidak adanya strategi pemasaran yang jelas, buruknya penerapan sistem distribusi serentak, dan lemahnya sistem pengendalian intern. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan sistem pengendalian intern yang ada masih belum berfungsi secara maksimal.

Dengan adanya audit manajemen ini, maka pihak manajemen PT. Joey Sasmita Lencana cabang Surabaya dapat menemukan berbagai kelemahan dan penyimpangan yang terjadi pada fungsi pemasaran, kemudian melakukan tindakan koreksi untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut serta menanggulangi berbagai penyimpangan yang terjadi. Selain itu, pihak manajemen/pimpinan perusahaan dapat menerapkan strategi yang diperoleh dari analisis SWOT yang terdapat dalam perusahaan, sehingga strategi pemasaran dan sistem pengendalian intern pada fungsi pemasaran dapat berjalan dengan lebih efektif dan membuat perusahaan tersebut semakin maju dan berkembang.

Kata Kunci: Audit Manajemen, Fungsi Pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Sistem Pengendalian Intern Pemasaran.