

ABSTRAK

Pihak manajemen/pimpinan perusahaan menggunakan audit manajemen untuk menilai seberapa efektifkah kegiatan pemasaran yang telah berjalan selama ini. Dengan adanya informasi yang diperoleh dari penerapan audit manajemen ini, pihak manajemen/pimpinan perusahaan dapat melakukan berbagai tindakan perbaikan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan dan penyimpangan-penyimpangan yang merugikan perusahaan/badan usaha tersebut.

Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. Astra International Isuzu Kombes yang berada di Surabaya. PT. Astra International Isuzu Kombes ini merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang distribusi, retail dan pelayanan purna jual produk Isuzu di pasar domestik Indonesia. Ruang lingkup dari penelitian ini adalah strategi pemasaran dan sistem informasi pemasaran pada PT. Astra International Isuzu Kombes Surabaya. Dalam siklus pemasarannya, PT. Astra International Isuzu Kombes Surabaya menghadapi beberapa masalah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan sistem informasi pemasaran yang ada masih belum berjalan atau berfungsi secara maksimal.

Dengan adanya audit manajemen ini, maka pihak manajemen/pimpinan perusahaan dapat menemukan kelemahan-kelemahan dan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi pada fungsi pemasaran PT. Astra International Isuzu Kombes Surabaya, sehingga PT. Astra International Isuzu Kombes Surabaya ini dapat melakukan tindakan perbaikan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut dan menanggulangi penyimpangan-penyimpangan yang terjadi, agar strategi pemasaran dan sistem informasi pemasaran perusahaan pada fungsi pemasaran dapat berjalan dengan lebih efektif lagi dan membuat perusahaan tersebut makin maju dan berkembang.

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