

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha terutama dalam bidang layanan jasa seperti hotel yang semakin kompetitif menuntut badan usaha untuk menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan sebaik mungkin. Fungsi pengawasan dan pengendalian manajemen menimbulkan aktifitas audit. Peranan auditor internal sangatlah penting bagi perusahaan. Perusahaan yang menginginkan pemasaran memegang kunci keberhasilan dalam menggali, memelihara dan mengembangkan sumber penghasilan bagi perusahaan. Salah satu aktivitas operasional badan usaha adalah mengenai aktivitas pada fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran bisa dikatakan sebagai ujung tombak dari keberhasilan perusahaan tersebut. Setiap perusahaan menginginkan tiap produk yang dihasilkannya dapat terjual dalam jumlah besar dan dengan tingkat harga yang memberi keuntungan. Promosi memegang peran yang sangat penting dalam pemasaran produk karena promosi memiliki kemampuan untuk menggugah minat semua orang yang menjadi target sasaran tergerak untuk melakukan pembelian. Berbagai upaya pemasaran dilakukan secara intergrasi dengan strategi pencapaian tujuan perusahaan. Audit operasional atas fungsi pemasaran dilakukan untuk menilai efektivitas fungsi pemasaran. Penerapan audit operasional menghasilkan temuan-temuan audit operasional yang menunjukkan adanya ketidakefektifitas sistem pemasaran serta pengendalian internal pada sistem pemasaran suatu organisasi. Hasil penerapan audit operasional adalah temuan-temuan audit operasional dan rekomendasi kepada pihak-pihak manajemen untuk memecahkan masalah dan memperbaiki pengendalian internal yang telah ada dan operasi sistem pemasaran suatu organisasi.

Kata Kunci: auditor internal, audit operasional atas fungsi pemasaran, dan efektivitas.