

**Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan
Melalui Audit Operasional Pada Fungsi Pemasaran
PT Krakatau Daya Listrik**



Skripsi Oleh

HAFIZ YUNAZ ALJAZIRAH

01121003011

Jurusan Akuntansi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN
PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2016**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA

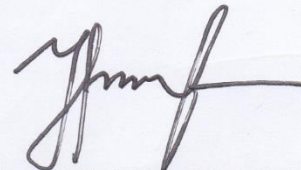
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Hafiz Yunaz Aljazirah
NIM : 01121003011
Jurusan : Akuntansi
Mata Kuliah Skripsi : Pengauditan Manajemen
Judul Skripsi : Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Melalui Audit
Manajemen Pada Fungsi Pemasaran PT Krakatau Daya Listrik

TANGGAL PERSETUJUAN

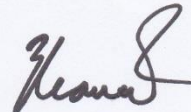
DOSEN PEMBIMBING

Tanggal : 29-09-2016



Ketua : Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak
NIP. 19650816 1995 121 001

Tanggal : 26-09-2016



Anggota : Eka Meirawati, S.E., M. Si., Ak
NIP. 19690525 1996 032 001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Melalui Audit Operasional Pada
Fungsi Pemasaran PT Krakatau Daya Listrik

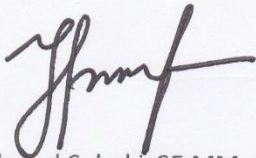
Disusun Oleh :

Nama : Hafiz Yunaz Aljazirah
NIM : 01121003011
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian / Konsentrasi : Pengauditan Manajemen

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 24 Oktober 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 24 Oktober 2016

Ketua



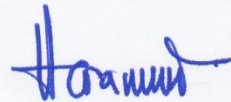
Ahmad Subeki, SE,MM, Ak
NIP. 196508161995121001

Anggota



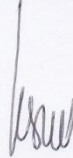
Eka Meirawati, SE, M.Si, Ak
NIP. 196905251996032001

Anggota



Drs. H. Harun Delamat, MSi, Ak
NIP. 195501131990031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 19730317 199703 1 002

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Hafiz Yunaz Aljazirah
NIM : 01121003011
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian : Pengauditan Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:
Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Melalui Audit Operasional Pada
Fungsi Pemasaran PT. Krakatau Daya Listrik

Pembimbing:

Ketua : Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak
Anggota : Eka Meirawati, S.E., M.Si, Ak
Tanggal Ujian : 24 Oktober 2016

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Indralaya, 29 Oktober 2016
Pembuat Pernyataan,



Hafiz Yunaz Aljazirah
NIM. 01121003011

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Melalui Audit Operasional Pada Fungsi Pemasaran PT. Krakatau Daya Listrik” Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada PT. Krakatau Daya Listrik dan memberikan rekomendasi pada strategi 4P (*product, price, placement, dan position*) agar perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasarannya. Selama penulisan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Namun kendala tersebut dapat diatasi berkat bimbingan, do’a, dan dukungan dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran maupun kritik yang bersifat membangun sehingga mencapai hasil yang lebih baik. Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan bahan masukan akademis bagi peneliti selanjutnya dan berbagai pihak lainnya.

Palembang, Oktober 2016



Hafiz Yunaz Aljazirah

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini penulis banyak menemui kendala. Namun kendala tersebut dapat diatasi dengan kerja keras serta dukungan dan do'a dari berbagai pihak yang menyertai penulis. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT tuhan semesta alam yang tak henti-hentinya memberikan rahmat dan karuniaNya kepada seluruh makhluk di dunia ini.
2. Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah membawa Islam dan menerangi gelapnya dunia jahiliyah.
3. Orang tua tercinta Papa **Nazrul Ramadhansyah** dan Mama **Yulianti** yang telah banyak memberikan semangat, motivasi serta doanya yang melindungi anak-anaknya.
4. Adikku Alm. **Muhammad Ridwan Yunaz Aljazirah** yang telah menginspirasi untuk menebar kebaikan sebanyak mungkin.
5. Pengasuhku dari kecil hingga dewasa Ibu **Sakdiah "Cicik"** yang telah menemani kehidupanku dan membantu segala kesusahan yang kualami.
6. Partner Terbaik, Saudari **Indri Lestiani** dan keluarga atas kehadiran, pertolongan, bantuan moril maupun materil.
7. Bapak **Prof. Dr. Ir. Anis Saggaff, MSCE**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
8. Bapak **Prof. Dr. Taufiq, S.E., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Bapak **Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA** selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Ibu **Umi Kalsum, S.E., M.Si., Ak** selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
11. Bapak **Abukosim S.E., M.M., Ak** selaku pembimbing akademik.
12. Bapak **Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak** selaku ketua pembimbing skripsi.

13. Ibu **Eka Meirawati, S.E., M.Si, Ak** selaku anggota pembimbing skripsi.
14. Bapak/ Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran semasa perkuliahan.
15. Seluruh staff kepegawaian Universitas Sriwijaya, khususnya Fakultas Ekonomi.
16. Seluruh teman-teman di kantor **PT. Valbury Asia Securities Palembang, Play FM Palembang, PT. Krakatau Daya Listrik** khususnya **Opung, Pak Supri, Mas Bisma, dan Mas Jefri** atas seluruh pelajaran hidup yang telah dibagikan.
17. Sahabat-sahabatku di GGS **Adit, Ansori, Ali, Almer, Arif, Bio, Dedy, Endra, Ercy, Evan, Faisal, Baem, Herdi Mantok, Icad, Iqbal, Nano, Nofran, Noprianto, Rey, Rudi, Samuel, Sayed, Syofian, Togar, dan Winner.**
18. Teman-temanku di **IC FE Unsri dan Akuntansi Angkatan 2012.**
19. Saudara-saudaraku di organisasi dan komunitas, **LPM GS Unsri, IMA FE Unsri, BO Ukhuwah FE Unsri, DPM FE Unsri, Komunitas Berbagi On The Road, Jumat Sedekah, dan Relawan Anak Sumatera Selatan** yang telah membentuk pemikiran dan kepribadian diri ini.
20. Almamaterku tercinta Universitas Sriwijaya.
Semoga Allah Yang Maha Esa membalas budi baik dan memberikan berkah-Nya untuk kita semua.

Penulis,

Hafiz Yunaz Aljazirah

ABSTRAK

Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Melalui Audit Operasional Pada Fungsi Pemasaran PT. Krakatau Daya Listrik

Oleh:

Hafiz Yunaz Aljazirah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan pada PT. Krakatau Daya Listrik. Tiga sektor bisnis yang dijalankan perusahaan adalah penjualan listrik, jasa ketenagalistrikan, dan distribusi hilir migas. Ketiga produk tersebut kemudian dianalisis berdasarkan empat hal, yakni *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh, kemudian diuraikan dan dianalisis sehingga dapat menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam memecahkan masalah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir sepenuhnya kegiatan pada fungsi pemasaran dinilai efektif dan efisien. Penetapan harga yang kurang kompetitif dan promosi yang kurang efektif menjadi permasalahan pemasaran utama PT. Krakatau Daya Listrik pada saat ini.

Kata Kunci: *pengaditan manajemen, audit pemasaran, bauran pemasaran*

ABSTRACT

**Improving the Corporate Effectiveness and Efficiency Through
Operational Audit On Marketing Functions Of
PT. Krakatau Daya Listrik**

By:

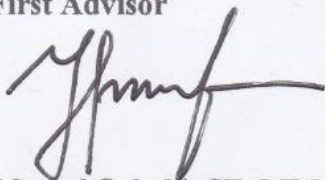
**Hafiz Yunaz Aljazirah;
Ahmad Subeki, SE, MM, Ak;
Eka Meirawati, SE, M. Si, Ak.**

This study aimed to analyze the marketing mix applied to PT. Krakatau Daya Listrik. Three business units that run the company are the sale of electricity, electricity services, and downstream distribution of oil and gas. All three products are then analyzed based on four things, namely product, price, promotion and place. The method used in this research is descriptive qualitative method, namely by collecting data, then described and analyzed in order to produce information that can be used in solving the problem.

The results showed that almost entirely on the activities of marketing function is considered effective and efficient. However, less-competitive price and less effective promotions become a major marketing problems at PT. Krakatau Daya Listrik at this time.

Keywords: operational audit, marketing audit, marketing mix

First Advisor



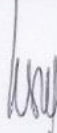
**Ahmad Subeki, SE, MM, Ak
NIP. 196508161995121001**

Member



**Eka Meirawati, SE, M. Si, Ak
NIP. 196905251996032001**

Head of Accounting Major



Arista Hakiki, SE, M. Acc, Ak, CA

NIP. 19730317199701002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- *You Will Get What You Do*
- *Everyone you meet is fighting a battle you know nothing about. Be kind. Always.*
- *Never regret anything. Because at one time it was exactly what you wanted.*
- *When a door closes, knock on it a few times. But if it still doesn't open, let it stay closed. In career, in love, in life – when you see the period at the end of the sentence, don't try and turn it into a comma. Know when something is over and move on. (Mandy Hale)*

Skripsi ini kupersembahkan untuk;

- *Kedua Orang tuaku*
- *Partner Terbaik*
- *Sahabat-sahabatku*
- *Almamaterku*

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Hafiz Yunaz Aljazirah
Jenis Kelamin : Pria
Tempat/Tanggal Lahir : Serang / 15 Maret 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Wijaya Kesuma 74, RT 02, RW 01, Dwikora 2, Palembang
Alamat Email : hafizyunazal@gmail.com
Pendidikan Formal:
Sekolah Dasar : SD YPWKS V Cilegon
SMP : SMP Negeri 2 Cilegon
SMA : SMA Negeri 2 KS Cilegon

Pengalaman Organisasi : 1. Anggota LPM GS Unsri (2012/2013)
2. Kadept. Ilmiy BO. Ukhuwah FE Unsri (2013/2014)
3. Sekretaris Umum DPM FE Unsri (2014/2015)
4. Ketua Umum Komunitas Relawan Anak Sumatera Selatan (2015/2016)
5. Steering Committee Komunitas Ketimbang Ngemis Lintas Serang Cilegon (2015/2016)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	viii
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS)	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Pembahasan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Audit Operasional	7
2.1.2. Audit Fungsi Pemasaran	13
2.1.3. Konsep Pemasaran	17

2.1.4. Bauran Pemasaran	20
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	34
3.2. Sumber dan Jenis Data	34
3.3. Metode Pengumpulan Data	35
3.4. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Profil Perusahaan	38
4.1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.1.2. Budaya Perusahaan	41
4.1.1.3. Arah dan Sasaran Pengembangan Usaha ...	42
4.1.1.4. Struktur Organisasi PT. KDL	44
4.1.1.5. Kegiatan Bisnis Perusahaan	45
4.1.1.6. Analisis SWOT Perusahaan	48
4.1.1.7. Profil Divisi CSBU	53
4.1.2. Analisis Bauran Pemasaran	57
4.1.2.1. Product (Produk)	58
4.1.2.1.1. Variasi Produk	58
4.1.2.1.2. Kualitas Produk	63
4.1.2.1.3. Merek	67
4.1.2.1.4. Pelayanan	68
4.1.2.1.5. Operasi & Pelayanan	69

4.1.2.2. Price (Harga)	70
4.1.2.2.1. Tarif Harga	71
4.1.2.2.2. Penetapan Harga	72
4.1.2.3. Promotion (Promosi)	73
4.1.2.3.1. Promosi Penjualan	73
4.1.2.3.2. Tenaga Pemasar	74
4.1.2.3.3. Relasi Bisnis	75
4.1.2.3.4. Pemasaran Langsung	75
4.1.2.3.5. Kondisi Penjualan	77
4.1.2.4. Place (Lokasi)	77
4.1.2.4.1. Lokasi Perusahaan	78
4.1.2.4.2. Persediaan Bahan Baku	80
4.1.2.4.3. Alur Distribusi	81
4.1.2.4.4. Pengadaan Persediaan	82
4.2. Pembahasan	
4.2.1. Audit Pendahuluan	83
4.2.2. Review dan Pengujian Pengendalian Manajemen	84
4.2.3. Pemeriksaan Terinci	85
4.2.3.1. Produk	85
4.2.3.2. Harga	88
4.2.3.3. Promosi	90
4.2.3.4. Lokasi	93
4.2.4. Pelaporan	95
4.2.4.1. Temuan Audit	95
4.2.4.2. Rekomendasi	96
4.2.5. Tindak Lanjut	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	100
5.3. Keterbatasan Penelitian	100

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

LAMPIRAN – LAMPIRAN	104
----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1.	Penjualan Listrik PT. KDL Periode 2015 – 2016	71
Tabel 5.1.	Kesimpulan Rekomendasi Peneliti	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1.	Arah Pengembangan Perusahaan	43
Gambar 4.2.	Struktur Organisasi PT. Krakatau Daya Listrik	44
Gambar 4.3.	Pertumbuhan Penjualan Listrik PT. KDL	46
Gambar 4.4.	Matriks SWOT PT. Krakatau Daya Listrik	52
Gambar 4.5.	Struktur Organisasi Divisi CSBU	54
Gambar 4.6.	Lokasi PT. Krakatau Daya Listrik	78
Gambar 4.7.	Wilayah PT. Krakatau Daya Listrik	79

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Struktur Organisasi PT. Krakatau Daya Listrik	104
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Wawancara – Bauran Pemasaran	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis kian meningkat, seiring perkembangan perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaannya dan bersaing di antara pesaingnya. Di zaman globalisasi ini, masyarakat pada umumnya sudah mulai jeli untuk memilih sebuah *brand* dan produk kepercayaan mereka. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk membuat strategi usaha agar perusahaan mereka dapat terus bertahan dalam persaingan tersebut.

Salah satu cara perusahaan untuk dapat bertahan adalah dengan menarik hati *customernya*. Karenanya, persaingan dalam menarik para *customer* bagi perusahaan bisa menjadi suatu tantangan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan membutuhkan kreativitas pemasaran agar dapat bertahan di pasar dan mempunyai daya saing yang baik terhadap mekanisme pasar.

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial, orang-orang di dalamnya mendapatkan yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk-produk dan nilai produknya yang ditawarkan kepada orang lain. Pemasaran sendiri dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan. Dengan memasarkan produk mereka dengan baik dan sesuai tujuan, perusahaan mengharapkan timbal balik yang positif.

Untuk menghadapi persaingan yang terjadi, perusahaan harus membuat perencanaan yang tepat pada manajemen pemasaran untuk meningkatkan kegiatan pemasaran yang akan dilakukan demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan yang dibuat mencakup batas-batas operasional yang akan dilakukan, baik luasnya cakupan operasi (volume produksi, promosi, pelayanan pelanggan, dan sebagainya) maupun konsumsi sumber daya (perolehan kapasitas produksi, pembayaran kepada pemasok dan karyawan, serta menyelesaikan kewajiban jangka pendek lainnya).

Dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil topik mengenai bidang audit operasional khususnya pada fungsi pemasaran yang memiliki karakteristik unik dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Objek penelitian peneliti adalah PT Krakatau Daya Listrik yang berlokasi di Kota Cilegon, Provinsi Banten. Terdapat 3 *core business* yang dijalankan oleh PT KDL, penyediaan tenaga listrik, distribusi hilir gas bumi, dan penyediaan jasa ketenagalistrikan. Saat ini, PT KDL memfokuskan diri pada penyediaan jasa ketenagalistrikan, karena adanya penurunan permintaan pada penyediaan tenaga listrik dan lesunya industri migas di tanah air.

Mayoritas kelistrikan rumah tangga masyarakat Kota Cilegon dilayani oleh PT PLN, hal ini menyebabkan PT KDL memfokuskan diri pada konsumen yang berbentuk badan usaha (kantor dan pabrik) di wilayah Kawasan Industri Krakatau (KIK) Cilegon. Semakin tingginya biaya bahan bakar, membuat tarif yang ditetapkan pada pelanggan PT KDL semakin tinggi. Di sisi lain, kecepatan pelayanan dan *maintenance* dari PT KDL jauh lebih unggul daripada PT PLN.

Hal ini menyebabkan beberapa perumahan di KIK memilih PT KDL sebagai fasilitator kelistrikannya. Dengan segala kondisi yang terdapat pada PT KDL dan lingkungan bisnisnya, maka diperlukan audit manajemen pada fungsi pemasaran untuk menilai kekuatan dan kelemahan strategi perusahaan hingga perubahan-perubahan yang akan terjadi di lingkungan bisnisnya.

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu, strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran diatur sedemikian rupa sehingga akan berfungsi sebagai senjata dalam pertandingannya di pasar melawan pesaingnya. Dalam upaya peningkatan kinerja pemasaran, produk akan dipertimbangkan konsumen jika produk tersebut memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Kegiatan promosi harus sejalan dengan rencana pemasaran yang diarahkan dan dikendalikan untuk mengembangkan laju perusahaan. Sedangkan saluran distribusi dipakai perusahaan untuk memproduksi barang dengan kualitas baik, namun banyak pula yang gagal memenuhi target pasarnya. Keadaan ini disebabkan kebijakan distribusi yang kurang baik sehingga menyebabkan konsumen kurang puas. Selain itu harga juga sangat mempengaruhi pemasaran, konsumen akan cenderung memilih produk dengan harga yang relatif terjangkau.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profil PT. Krakatau Daya Listrik dalam menghadapi lingkungan bisnisnya?
2. Bagaimana strategi pemasaran 4P (Bauran Pemasaran) dalam PT. Krakatau Daya Listrik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis profil PT. Krakatau Daya Listrik dalam menghadapi lingkungan bisnisnya
2. Menganalisis strategi 4P (Bauran Pemasaran) pada PT Krakatau Daya Listrik.

1.4. Manfaat Penelitian

A. Untuk peneliti

1. Meningkatkan pengetahuan peneliti mengenai audit operasional.
2. Meningkatkan pengetahuan peneliti mengenai peranan audit operasional dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi fungsi pemasaran.

B. Untuk akademisi

1. Meningkatkan pengetahuan dan menggunakan penelitian ini sebagai referensi penelitian serupa di masa depan.
2. Sebagai penelitian dasar untuk akademisi di bidang audit operasional pada fungsi pemasaran.

C. Untuk penelitian selanjutnya

1. Menambah bukti empiris untuk memperluas penelitian ini dalam penelitian serupa di masa mendatang.

D. Untuk masyarakat

1. Pertimbangan untuk keputusan mereka dalam memilih perusahaan sehat yang dapat melanjutkan kelangsungan hidup masa depan mereka.

1.5. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang diharapkan tercapai melalui penelitian ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan tentang landasan teori yang melandasi penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang rancangan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan penentuan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB 1V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang analisis data, serta pembahasan hasil penelitian mengenai Profil Perusahaan dan Strategi 4P (Bauran Pemasaran) pada PT. Krakatau Daya Listrik.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup yang menyajikan secara singkat simpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Alipour, M., Ghanbari, A., & Moniri, S. (2011). *The Impact of Marketing Mix (4Ps) on Marketing Audit and Performance in Iranian SMEs*. International Journal of Humanities and Social Science .
- Anam, David Faizal. 2013. *Peranan Audit Operasional Untuk Meningkatkan Kinerja Fungsi Pemasaran PT MNC Finance, Tbk*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. Vol 2. No 11
- Arafat, W. 2005. *The Real Power of Marketing Audit*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Arens, A. A., R. J. Elder, dan M. S. Beasley. 2012. *Auditing and Assurance Service An Integrated Approach, 14th Edition*. England: Pearson Education Limited
- Arens dan Loebbecke. 2012. *Modern Auditing, 12th Edition*. England: Pearson Education Limited
- Bayangkara, IBK. 2015. *Audit Manajemen: Prosedur dan Implementasi, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat

- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Dhanti, Yoshi Suryo. 2015. *Analisis Audit Operasional Fungsi Pemasaran (Studi Kasus Pada PT Pardic Jaya Chemicals)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 23. No. 1
- Holilah, Iil. 2014. *Audit Pemasaran Pada CV. Bimandiri, Lembang-Bandung*. Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol. 24. No. 3
- Istanti, Enny. 2013. *Audit Manajemen Dan Penilaian Kinerja Pemasaran*. Jurnal WIGA. Vol. 3. No. 1
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P & Amstrong. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Sembilan*. Jilid 1. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Kartajaya, H. 2005. *MarkPlus on Strategy "12 Tahun Perjalanan MarkPlus&Co Membangun Strategi Perusahaan"*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyadi. 2011. *Auditing, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Pradiptha, Yulida Rizka. 2015. *Audit Operasional Produksi Dalam Menunjang Efektivitas Pemasaran Kertas Medium Linier (Studi Pada PT Kertas Leces, Tbk)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 27. No. 1

Rachmawati, Nur. 2014. *Evaluasi Penerapan Audit Operasional Fungsi Pemasaran Pada PT Arisu Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. Vol. 3. No. 4

The Chartered Institute of Marketing. (2013). *The Marketing Audit*. Dipetik 30 Maret, 2016, dari Marketing Planning Tool: <http://www.cim.co.uk/marketingplanningtool/tech/tech5.asp> Thomas, C., & Segel, R. (2006). *Retailing in the 21th Century*. New Jersey: John Wiley.

Wu, W. K. (2011, February 20). *Market Environment, Marketing Audit and Performance: Empirical Evidence from Taiwanese Firms. Wufeng District, Taichung, Taiwan*: Chaoyang University of Technology.