

## ABSTRAK

Audit operasional merupakan aktivitas penilaian yang sistematis dengan tujuan untuk menilai efektifitas dan efisiensi objek yang diperiksa dalam perusahaan dengan pemberian saran dalam mengatasi permasalahan-permasalahan operasional yang ada diperusahaan dan rekomendasi perbaikan guna penyempurnaan kinerja manajemen agar dapat meningkatkan prestasi dimasa mendatang. Audit operasional yang dilakukan terhadap fungsi pemasaran Koperasi Konsumen UPN “Veteran” Yogyakarta ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektifitas dan efisiensi fungsi pemasaran, menemukan faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan pada fungsi pemasaran, dan memberikan saran atau rekomendasi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh fungsi pemasaran sehingga target telah ditetapkan dapat tercapai dan pelaksanaannya dilakukan secara efektif dan efisien. Penelitian ini berbentuk studi kasus dengan menggunakan metode deskriptif, melalui studi pustaka dan studi lapangan antara lain yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penilaian efektifitas dan efisiensi pemasaran dianalisis dan dievaluasi dengan membandingkan antara criteria, causes, dan effect serta pemberian rekomendasi. Berdasarkan audit operasional yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan fungsi pemasaran secara umum belum seluruhnya berjalan secara efektif dan efisien. Untuk itu Koperasi Konsumen UPN “Veteran” Yogyakarta harus terus berupaya memperbaiki kinerja fungsi pemasarannya.

**Kata kunci : audit operasional, efektifitas, efisiensi, fungsi pemasaran.**