

ABSTRAK

ANALISIS TERHADAP EFEKTIVITAS KEGIATAN PROMOSI DAN EFISIENSI BIAYA PROMOSI

Studi Kasus Pada PT Batik Keris Surakarta

Francicus Xaverius Sarjono

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2001

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Kegiatan promosi mana yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan diantara kegiatan periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan , 2) Apakah biaya promosi pada PT. Batik Keris Surakarta telah dilaksanakan secara efisien.

Data yang dipergunakan untuk analisis adalah: data biaya promosi tahun 1992-1998, data volume penjualan tahun 1992-1998, data anggaran biaya promosi dan realisasinya tahun 1996-1998, kapasitas normal, kapasitas sesungguhnya dan data lain yang terkait dengan analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: wawancara, observasi dan dokumentasi .

Teknik analisis yang digunakan adalah: 1) Analisis korelasi parsial dan regresi linier ganda untuk mengetahui kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan, 2) Analisis selisih untuk mengetahui apakah biaya promosi pada PT. Batik Keris telah dilaksanakan secara efisien.

Dari analisis data disimpulkan: 1) Kegiatan *personal selling* adalah kegiatan promosi yang paling efektif atau memberi sumbangan terbanyak terhadap peningkatan volume penjualan disusul kegiatan promosi penjualan dan yang terakhir kegiatan periklanan. 2) Secara keseluruhan pelaksanaan biaya promosi tahun 1996-1998 di PT. Batik Keris Surakarta belum efisien. Pada tahun 1996, total selisih yang diperoleh sebesar Rp 15.715.405,90 (6,45%), pada tahun 1997 sebesar Rp 22.938.302,10 (8,65%) dan tahun 1998 sebesar Rp 43.223.963,30 (14,59%). Sifat selisih dari total selisih tahun 1996-1998 adalah menguntungkan.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PROMOTION ACTIVITY EFFECTIVENESS AND PROMOTION COST EFFICIENCY

Case Study at PT Batik Keris Surakarta

**Franciscus Xaverius Sarjono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001**

The aim of this research is to know: 1) Among advertisement, personal selling and sale promotion, which is the most effective in increasing sale volume. 2) Whether the promotion cost at PT Batik Keris Surakarta has been conducted efficiently.

Data used for the analysis were: promotion cost data in 1992-1998, sale volume data in 1992-1998, promotion cost budget data and its realization in 1996-1998, normal capacity, actual capacity and other data connected with the analysis. Data collecting techniques used were: interview, observation, and documentary study.

Data analyzing techniques used were : 1) Partial correlation analysis and multiple linear regression to know the most effective promotion activity. 2) Difference analysis to know whether the promotion cost at PT Batik Keris has been conducted efficiently.

The findings are : 1) Personal selling activity is the most effective in increasing sale volume, followed by sale promotion activity and then by advertisement. 2) As a whole, the implementation of promotion cost in 1996-1998 at PT Batik Keris Surakarta had not been efficient yet. In 1996 total difference was Rp 15,715,405.90 (6.45%), in 1997 was Rp 22,938,302.10 (8.65%) and in 1998 was Rp 43,223,963.30 (14.59%). The differences in 1996-1998 were favorable.