

ABSTRAK

ANALISIS EFISIENSI BIAYA PEMASARAN Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi PT. Mondrian Klaten Jawa Tengah

Antonius Wijayadi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
2004

Hasil yang ingin dicapai dalam penelitian tentang biaya pemasaran yang meliputi biaya penjualan, biaya promosi, biaya penyimpanan dan pengiriman, biaya kredit dan penagihan, dan biaya administrasi pemasaran di PT. Mondrian Klaten ini adalah 1). Mengetahui efisiensi penggunaan biaya pemasaran untuk setiap elemen selama periode tahun 1998 – 2002, 2). Mengetahui bagaimanakah pengaruh biaya pemasaran untuk setiap elemen terhadap volume penjualan.

Dalam penelitian ini produk yang diteliti adalah produk kaos Sekido dan Bene Gaya. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada adalah menggunakan analisis *trend* metode *moment* dan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil analisis data dapat dijelaskan bahwa:

1. Produk kaos merek Sekido setiap elemen biaya pemasaran didapat hasil koefisien nilai b yang negatif dan Bene Gaya ada yang positif, hal ini menunjukkan bahwa rata - rata biaya pemasaran terhadap volume penjualan semakin menurun (koefisien b negatif) dan penggunaan biaya pemasaran selama ini semakin efisien kecuali produk kaos Bene Gaya untuk elemen biaya kredit dan penagihan dan biaya administrasi pemasaran.
2. Biaya pemasaran secara bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan, dan masing – masing biaya pemasaran mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap volume penjualan. Artinya peningkatan masing – masing biaya pemasaran untuk semua elemen akan mengakibatkan peningkatan volume penjualan. Dari hasil analisis data (koefisien regresi) biaya administrasi pemasaran merupakan yang paling berpengaruh.

ABSTRACT

EFFICIENCY ANALYSIS ON MARKETING COST A Case Study At Convection Company of PT. Mondrian, Klaten, Central of Java

Antonius Wijayadi
Sanata Dharma University Yogyakarta
2004

The result to be achieved in the research of marketing cost consisting of selling, promotion, delivery, credit, billing, and marketing administration costs at this PT. Mondrian, Klaten were 1) to find out the efficiency of the usage of the marketing costs for the period of the year 1998 and 2002, 2) to find out the influence of the marketing cost on the selling volume.

In this study the product was the undershirt product Sekido and Bene Gaya. Research data was collected through interview, observation, and documentation. The data analysis techniques used were the *trend analysis of moment method* and *multiple linear regression*.

The result of data analysis shows that:

1. For every element of marketing cost of the undershirt product Sekido, it was obtained that value of b coefficient is negative and the value of b coefficient is negative and the value of b coefficient of Bene Gaya is positive. This pointed out that the average of marketing cost in relation to the selling volume decreased (the b coefficient was negative and the usage of the marketing cost for the time periode increasing efficient except for undershirt product of Bene Gaya, especially for the credit, billing, and marketing administration costs.
2. The marketing cost, simultaneously has influenced the selling volume, and each marketing cost has positive influence on selling volume. The regression analysis also showed that the marketing administration cost had the biggest influence on the selling volume.