

**ABSTRAK**  
**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PEMASARAN DAN HUBUNGANNYA**  
**DENGAN VOLUME PENJUALAN**

**Studi Kasus pada CV. Sahabat**  
**Klaten**

Leman Anri  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi biaya pemasaran dan hubungannya dengan volume penjualan. Tingkat efisiensi biaya pemasaran akan diketahui melalui prosentase analisis selisih. Tingkat hubungan antara efisiensi biaya pemasaran dengan volume penjualan diketahui dengan menggunakan hasil analisis selisih.

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan pada CV. Sahabat. Data yang digunakan adalah data biaya pemasaran dari tahun 1998 sampai dengan 2002. Data tersebut diperoleh dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi.

Pada hasil analisis selisih biaya pemasaran hanya pada tahun 1998 yang menunjukkan bahwa biaya pemasaran tidak efisien. Pada analisis hubungan efisiensi biaya pemasaran dengan volume penjualan menunjukkan tidak ada hubungan.

**ABSTRACT**  
**THE ANALYSIS OF MARKETING EXPENSE EFFICIENCY**  
**AND ITS RELATION WITH SALES UNIT**  
**A Case Study at CV. Sahabat**

**LEMAN ANRI**  
**SANATA DHARMA UNIVERSITY**  
**YOGYAKARTA**  
**2004**

The aim of this research was to know the efficiency level of marketing expense and its relation to sales unit. The efficiency level of marketing expense would be appeared as the percentage of the difference analysis, while the result of the correlation analysis was used to determine the relation ship between the level of efficiency of marketing expense and sales unit.

This research was a case study at CV. Sahabat. The data used were are marketing expense and sales unit data, from 1998 up to 2002. Interview, dokumentation, and observation were the techniques to get the data.

The result of the analysis showed that only in 1998 the marketing expense was not efficient, and there was no correlation between the efficiency of marketing expense and sales unit.