

## ABSTRAK

Judul Penelitian : **Analisis Biaya Pemasaran untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Biaya Pemasaran (Studei Kasus pada PT Irfai Berkah Sejahtera Ngadiluwih)**

Dosen Pembimbing : **Fauziah, SE.,MSi, Ak.CA**

: **Sri Hastuti,SE.,MM**

Nama Mahasiswa : **Nico Fery Sanjaya- NPM: 14.13031.0070**

---

Penelitian ini meneliti tentang analisis biaya pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya pemasaran. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode pengumpulan, mengolah, dan menganalisis berbagai data menggunakan data angka-angka hasil pengukuran yang berhubungan sebagai bahan analisis. Alasan peneliti memilih judul Analisis Biaya Pemasaran untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Biaya Pemasaran ini karena judul ini sesuai dengan permasalahan yang ada di perusahaan. batasan dalam penelitian ini yaitu terletak hanya pada biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka pemasaran produk pada tahun 2016 dan 2017.

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pada biaya Pemasaran PT. Irfai Berkah Sejahtera menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mengolah biaya pemasaran dengan baik. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis biaya pemasaran pada tahun 2016 dengan prosentase sebesar 112,41% dan pada tahun 2017 sebesar 126,06%. Sedangkan untuk mencapai nilai efisiensi biaya harus mencapai prosentase sebesar 90% s.d 99%. Indikator tersebut dilandaskan dalam buku karangan Mahmudi tahun 2015 cetakan ke tiga.

Sedangkan dalam analisis efektivitas biaya pada biaya pemasaran menunjukkan bahwa pada tahun 2016 perusahaan belum mampu mencapai target yang diinginkan. Dengan prosentase 15,9%, hal ini ditunjukkan dari target perusahaan yang mampu menjual 7 unit rumah, namun hanya terjual satu unit rumah. Untuk indikator efektivitas, prosentase yang harus dicapai yaitu >81%. Sedangkan pada tahun 2017 perusahaan mengalami peningkatan yang cukup banyak. Pasalnya prosentase yang dihasilkan dari penjualan yaitu 82,5%. Hal ini ditunjukkan dari penjualan mencapai 5 unit dari 7 yang ditargetkan.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan sudah efisien dalam pengolahan biaya pemasaran, namun belum efektif dalam pencapaian target penjualan, namun bukan hanya efisien yang diinginkan selain hemat perusahaan harus lebih tepat dalam pencapaian target supaya strategi yang di targetkan bisa terrealisasi dengan baik.

**Kata kunci: Biaya Pemasaran, Efisiensi, Efektivitas**