

## ABSTRAKSI

Globalisasi dan era perdagangan bebas membuat perusahaan harus bersaing ketat dengan perusahaan – perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan dituntut untuk dapat membuat inovasi – inovasi baru pada produk yang ditawarkan agar mendapat nilai plus dari produk lain yang sejenis dan dapat merebut pangsa pasar yang diinginkan. Bagian pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam memperoleh profit harus dapat membuat strategi yang jitu agar produk yang dihasilkan diminati masyarakat..Produk, harga, saluran distribusi dan promosi adalah empat hal yang dikelola oleh bagian pemasaran. Biaya untuk empat hal tersebut merupakan biaya pemasaran. Pentingnya perhitungan yang cermat biaya pemasaran karena sangat berpengaruh terhadap profit perusahaan. Biaya pemasaran juga merupakan unsur penilai efektivitas dan efisiensi perusahaan. Untuk menilai apakah perusahaan telah melaksanakan fungsi pemasarannya secara efektif dan efisien diperlukan alat ukur penilaian yaitu Evaluasi Kinerja Pemasaran. Dengan evaluasi kinerja pemasaran perusahaan akan mengetahui kinerja bagian pemasaran khususnya dan perusahaan pada umumnya. Sehingga secara berkala akan dilakukan perbaikan – perbaikan kebijakan, sistem ataupun strategi bila ditemukan kelemahan – kelemahan atau kekurangan. Dengan perbaikan kebijakan, system, dan strategi diharapkan bagian pemasaran akan bekerja lebih efektif dan efisien sehingga profit yang diinginkan perusahaan tercapai.

*Key Word : Evaluasi Kinerja Manajemen Pemasaran  
Efisiensi Efektivitas*