



ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu bagian perusahaan yang sangat penting, karena kehidupan dari suatu perusahaan sangat tergantung pada bagian pemasaran, yang merupakan bagian akhir dari perusahaan yang bertugas untuk memasarkan produk kepada konsumen. Di bagian pemasaran terdapat berbagai macam fungsi pemasaran yang dikelompokkan dalam enam fungsi, yaitu fungsi promosi dan advertensi, fungsi penjualan, fungsi penggudangan, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi administrasi kredit dan fungsi administrasi pemasaran.

Begitu pentingnya kegiatan pemasaran, sehingga efektifitas pemasaran dapat dilihat dari biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan hasil tersebut. Pemborosan biaya yang berlebihan dapat mengakibatkan inefisiensi kegiatan sehingga cukup berakibat fatal, karena akan mempengaruhi dalam persaingan dengan perusahaan lain dalam merebut pasar. Oleh sebab itu pengendalian biaya pemasaran



xv

terjadi pada tahun 1988, namun pada tahun-tahun berikutnya pengendalian biaya pemasaran efektif, hal ini ditunjukkan dengan adanya selisih laba pada total selisih pada tahun 1989 dan 1989. Dan kerugian hanya diakibatkan oleh melesetnya perkiraan pada komisi penjualan dan pemeliharaan kendaraan pada fungsi penjualan, serta kurangnya faktor sebagai ukuran kegiatan pada administrasi pemasaran. Hal ini dikarenakan, karena lebih banyak dengan tender, dan penjualan yang didapat dari umum masih lebih rendah.

Namun demikian pengendalian biaya pemasaran pada CV Gita secara umum berlangsung dengan efektif.