



Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui berapa penyimpangan biaya pemasaran tiap fungsi yang ada di penerbit PT. Intan Pariwara Klaten; serta untuk mengetahui bagaimana trend dari penyimpangan biaya pemasaran tersebut. Selanjutnya ingin diketahui penyebab terjadinya penyimpangan biaya pemasaran.

Cara untuk mengetahui penyimpangan biaya pemasaran, yaitu (1) Menyusun anggaran biaya pemasaran yang terlebih dahulu dipisahkan ke dalam jenis biaya langsung dan tidak langsung, serta penggolongan biaya tetap dan biaya variabel. (2) Dari jenis-jenis biaya tersebut lalu dihubungkan dengan setiap fungsi yang ada pada kegiatan pemasaran, dengan cara mendistribusikan setiap jenis biaya kepada setiap fungsi pemasaran yang ada. (3) Menetapkan satuan pengukur jasa yang dihasilkan oleh setiap fungsi sehingga dapat disusun anggaran fleksibel dan tarip biaya untuk setiap fungsi. (4) Pengumpulan biaya pemasaran sesungguhnya dilihat atas dasar dokumen atau bukti asli transaksi biaya pemasaran yang sah. (5) Kemudian didistribusikan ke dalam setiap fungsi pemasaran dengan cara dan dasar distribusi pemasaran yang dianggarkan. (6) Setelah diketahui kapasitas sesungguhnya dan tarip yang ditentukan di muka, maka akan dapat dihitung pembebanan biaya pemasaran setiap fungsi. (7) Dengan diketahuinya tarip biaya dan anggaran fleksibel, biaya sesungguhnya, serta pembebanan biaya pemasaran, maka akan dapat dianalisis penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Dari penyimpangan tersebut dapat dibedakan ke dalam: (a) Selisih menguntungkan, yaitu



Dari analisis data diperoleh hasil selisih penyimpangan biaya pemasaran yang menguntungkan untuk tahun 1988 sebesar Rp. 5.350.154,43 . Selisih menguntungkan ini diperoleh dari semua fungsi yang ada kecuali fungsi penggudangan dan penyimpanan, fungsi pengepakan dan pengiriman serta fungsi pemberian kredit dan penagihan yang mengalami selisih yang merugikan. Selisih penyimpangan biaya pemasaran untuk tahun 1989 mengalami selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 13.147.338,20; yang berasal dari semua fungsi yang ada kecuali fungsi pemberian kredit dan penagihan yang mengalami selisih yang merugikan. Sedangkan untuk tahun 1990-1992 semuanya terjadi selisih yang menguntungkan dari semua fungsi yang ada yaitu tahun 1990 sebesar Rp. 14.703.468,66 ; tahun 1991 sebesar Rp. 26.734.944,52 ; dan tahun 1992 sebesar Rp. 29.064.149,06. Analisis data dengan metode trend moment didapatkan persamaan trend untuk fungsi Promosi $Y' = 7.788.425 + 174.174 X_i$; fungsi Penjualan $Y' = 1.914.675 + 613.994 X_i$; fungsi Penggudangan & Penyimpanan $Y' = 8.499 + 787.352 X_i$; fungsi Pengepakan & Pengiriman $Y' = -3.042.338 + 2.979.299 X_i$; fungsi Pemberian Kredit & Penagihan $Y' = -1.105.041 + 1.561.686 X_i$; dan fungsi Administrasi Pemasaran $Y' = 72.148 + 35.606 X_i$. Sedangkan penyebab terjadinya selisih biaya pemasaran dilihat dari kejadian yang ada di perusahaan selama tahun 1988-1992 terjadi beberapa peristiwa antara lain tidak terjualnya buku akibat kalah di dalam mengeluarkan produk terutama di Luar Jawa di tahun 1988, adanya pembredelan buku yang jumlahnya cukup besar di tahun 1991.