

ABSTRAK

EVALUASI PENYUSUNAN ANGGARAN DAN PENGENDALIAN BIAYA PEMASARAN (Studi Kasus Pada PT Indolakto)

Laurensius Lusiano Michael

NIM : 132114030

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian proses penyusunan anggaran dan untuk mengetahui fungsi anggaran sebagai alat pengendali.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan untuk rumusan masalah pertama adalah membandingkan proses penyusunan anggaran biaya pemasaran dengan teori. Untuk rumusan masalah kedua teknik analisis yang digunakan adalah membandingkan antara anggaran dan realisasi biaya pemasaran dan menganalisis selisih anggaran pada setiap fungsi anggaran biaya pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan proses penyusunan anggaran biaya pemasaran sudah sesuai dengan teori dan realisasi biaya pemasaran sudah terkendali pada fungsi penggudangan karena tidak melebihi batas toleransi yang telah ditetapkan oleh PT Indolakto yaitu 5%. Fungsi yang belum terkendali adalah fungsi penjualan, fungsi pembungkusan dan pengiriman, fungsi administrasi pemasaran, fungsi advertensi dan promosi, dan fungsi kredit dan penagihan.

Kata kunci : Anggaran, Pemasaran, Penyusunan, dan Pengendalian

ABSTRACT

**EVALUATION OF BUDGET PREPARATION AND
MARKETING COST CONTROL
(A Case Study at PT Indolakto)**

Laurensius Lusiano Michael
NIM : 132114030
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

The research aims to know how proper the process of preparation marketing budget at PT Indolakto and to determine the function of the budget as a controlling tool.

This study was a case study. This study obtained the data by interviews and documentaion. The data analysis technique for the first research question was done by comparing between making marketing cost budget in PT Indolakto with those in the theory. Meanwhile, the second was done by comparing the budget and realization of marketing costs and analyzing the budget gap on each function of the marketing budget. The research was conducted at PT Indolakto.

The result of the research shows that the process of budget preparation of marketing cost is in accordance with the theory and the realization of marketing cost is controlled in the warehouse function because it does not exceed the tolerance limit set by PT Indolakto that is 5%. Besides, the uncontrolled functions is the sales function, the packaging and delivery function, marketing administration functions, advertising and promotional functions, and credit and billing functions.

Keywords: Budget, Marketing, Preparation, and Controlling.