



ABSTRAK

Wibawa Budi Sulistya : Pengendalian Biaya Pemasaran Studi Kasus PT. Intan Pariwara Klaten.

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efisiensi pengendalian biaya pemasaran melalui fungsi-fungsinya yaitu : (1) fungsi promosi, (2) fungsi penjualan, (3) fungsi penggudangan, (4) fungsi pengepakan dan pengiriman, (5) fungsi kredit dan penagihan, (6) fungsi administrasi pemasaran. Data yang diteliti dari tahun 1990 sampai tahun 1994 yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis selisih dengan langkah-langkah sebagai berikut : (1) menyusun anggaran biaya pemasaran, setiap fungsi dipisahkan dalam biaya langsung dan biaya tidak langsung serta biaya tetap dan biaya variabel, (2) mendistribusikan setiap jenis biaya pemasaran ke dalam setiap fungsi pemasaran, (3) menentukan satuan pengukur jasa perfungsi, (4) menghitung tarif biaya pemasaran dan anggaran fleksibel perfungsi, (5) menyusun biaya pemasaran sesungguhnya, (6) pembebanan biaya pemasaran atas dasar tarif standar, (7) membandingkan antara biaya yang dibebankan berdasarkan standar dengan biaya pemasaran sesungguhnya perfungsi, (8) melakukan analisis selisih.

Dari analisis data, diperoleh hasil selisih biaya



Pada tahun 1994 terjadi selisih menguntungkan pada semua fungsi sehingga pengendalian biaya pemasaran sudah dapat dikatakan efisien.

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa pengendalian biaya pemasaran PT. Intan Pariwara Klaten sudah dapat dilakukan dengan efisien.



ABSTRACT

Controlling Marketing Cost :
A Case Study at PT Intan Pariwara Klaten

Wibawa Budi Sulistya
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The research aims to know efficiency of controlling marketing cost through its functions at PT Intan Pariwara Klaten in 1990-1994.

The data were collected using interview, documentation, and observation. The analysis was marketing cost range analysis.

The results show beneficial quarrel as follows : 1) 3.83% in 1990, 2) 6.7% in 1991, 3) 3.27% in 1992, 4) 2.93% in 1993, and 5) 2.93% in 1994. Therefore controlling marketing cost at PT Intan Pariwara Klaten had been done efficiently, because it was still under limit of tolerance (5%).