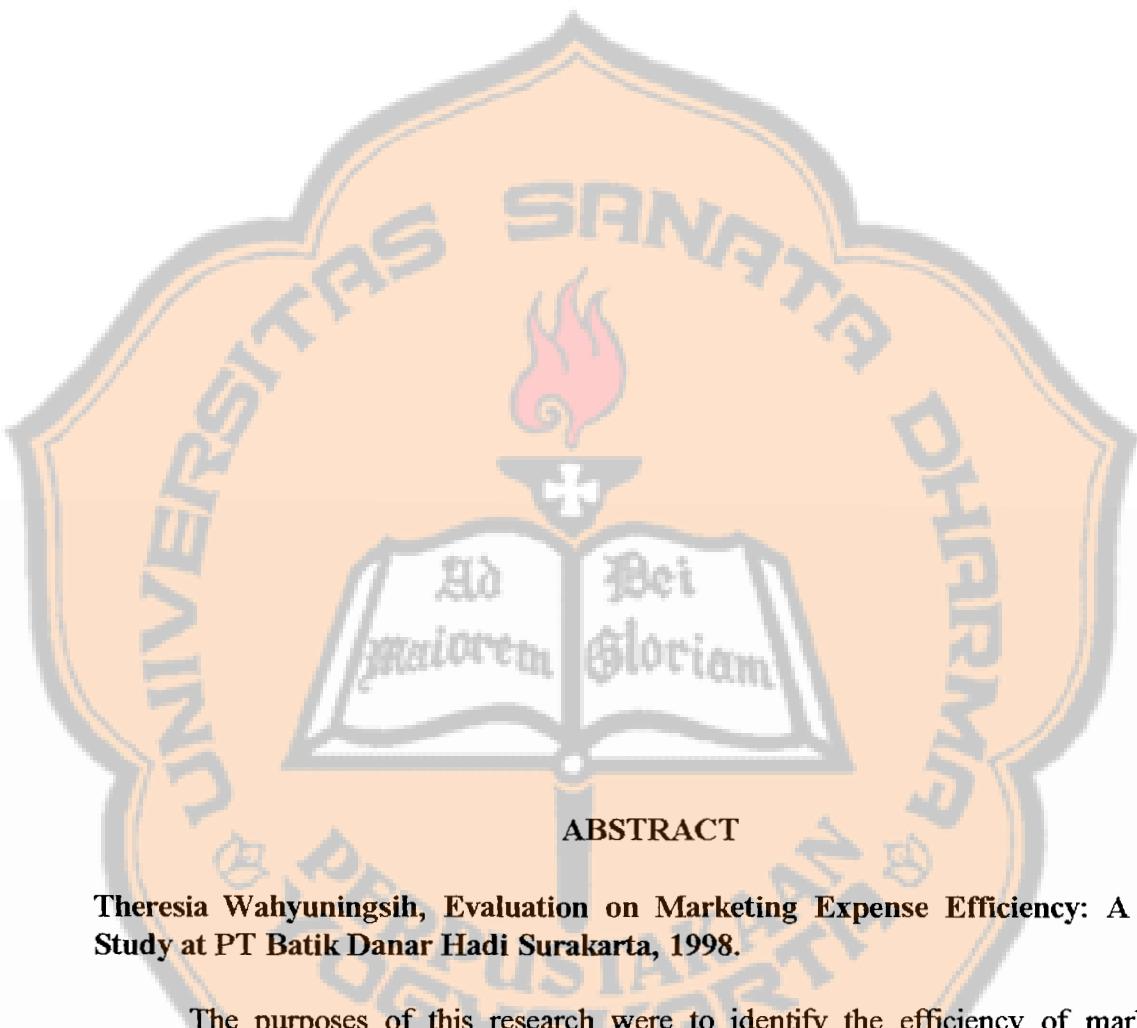


ABSTRAK

Theresia Wahyuningsih: Evaluasi Terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran Studi Kasus pada PT Batik Danar Hadi Surakarta, 1998.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efisiensi biaya pemasaran pada: (1) fungsi promosi & advertensi, (2) fungsi penjualan, (3) fungsi penggudangan & penyimpanan, (4) fungsi pengepakan & pengiriman, (5) fungsi kredit & penagihan, dan (6) fungsi administrasi pemasaran. Penelitian ini merupakan studi kasus, artinya bahwa kesimpulan yang diperoleh dari analisis hanya berlaku untuk variabel yang diteliti dan perusahaan yang bersangkutan. Penelitian dilakukan di PT Batik Danar Hadi, jalan Dr. Radjiman no. 164 , Surakarta. Data yang diteliti adalah data tahun 1994, 1995, dan 1996. Data diperoleh dengan teknik wawancara, yang dilakukan kepada bagian-bagian yang terkait, dokumentasi, dilakukan pada laporan keuangan perusahaan, khususnya laporan rugi laba perusahaan, dan observasi, dilakukan dengan melihat keadaan perusahaan secara umum.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis selisih biaya, dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) penyusunan anggaran biaya pemasaran setiap fungsi yang dipisahkan dalam biaya tetap dan biaya variabel, biaya langsung dan tidak langsung, (2) menentukan satuan pengukur jasa per fungsi, (3) menghitung tarif standar dan anggaran fleksibel pada kapasitas sesungguhnya, (4) pembebanan biaya pemasaran atas dasar tarif standar, (5) mengumpulkan biaya pemasaran sesungguhnya per fungsi, (6) membandingkan antara biaya yang dibebankan berdasarkan standar dengan biaya yang sebenarnya. (7) hal-hal yang dilakukan



ABSTRACT

Theresia Wahyuningsih, Evaluation on Marketing Expense Efficiency: A Case Study at PT Batik Danar Hadi Surakarta, 1998.

The purposes of this research were to identify the efficiency of marketing expenses on: (1) promotion and advertisement function, (2) sale function, (3) warehousing and storing function, (4) packaging and shipping function, (5) credit and claim function, and (6) market administration function. This research was a case study so that the conclusion of the analysis was only applicable to the variables and the company being studied. This research was conducted at PT Batik Danar Hadi, Jl. Radjiman no. 164, Surakarta. Data being evaluated was from 1994, 1995, and 1996. The data was compiled using interview technique, which was conducted in related departments, documentation, which was applied in financial report especially loss and profit report, and observation, which was to consider general condition of the company.

The applied analysis technique was the cost difference analysis, with following steps: (1) formulating marketing expense budget of each function which was classified into fixed cost and variable cost, direct expenses and overhead expenses, (2) determining parameter of service per function, (3) calculating standard tariff and flexible budget on real capacity, (4) charging the marketing budget based on standard tariff, (5) accumulating real marketing expense per function, (6) comparing expense which is based on standard tariff to real expense per function, (7) conducting balance analysis.