

ABSTRAK
**ANALISIS SELISIH ANGGARAN BIAYA PEMASARAN
DAN BIAYA PEMASARAN YANG SESUNGGUHNYA TERJADI
SEBAGAI DASAR PENGENDALI BIAYA PEMASARAN**

**Studi Kasus Pada PT Bayu Indra Grafika Yogyakarta
Pada tahun 1999**

Hery Cahyono
Universitas Sanata Dharma
2002

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah proses penyusunan anggaran biaya pemasaran pada PT Bayu Indra Grafika sudah dilakukan dengan baik , dan untuk mengetahui apakah pengendalian biaya pemasaran pada PT Bayu Indra Grafika sudah dilakukan dengan baik.

Tempat penelitian di PT Bayu Indra Grafika yang beralamatkan di Jalan Sisingamangaraja no. 93, Karangkajen, Yogyakarta. Waktu penelitian bulan Maret - April tahun 1999. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan adalah anggaran biaya pemasaran tahun 1999, anggaran penjualan, hasil penjualan, hasil produksi dan rencana produksi, serta biaya pemasaran sesungguhnya setiap bagian pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan: 1) Membandingkan proses penyusunan anggaran biaya pemasaran pada PT Bayu Indra Grafika dengan proses penyusunan anggaran menurut teori. 2) Menghitung tarif biaya variabel dan tarif biaya tetap untuk tiap fungsi atau bagian pemasaran guna menentukan anggaran fleksibel atau anggaran variabel pada kapasitas sesungguhnya. 3) Menghitung penyimpangan biaya pemasaran untuk setiap bagian pemasaran. 4) Menyusun prosentase selisih.

Dari hasil analisis, proses penyusunan anggaran pada PT Bayu Indra Grafika sudah dilakukan dengan baik dan pengendalian biaya pemasaran pada PT Bayu Indra Grafika sudah dilakukan dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan total selisih anggaran biaya pemasaran lebih kecil dari batas toleransi 5%. Total selisih fungsi promosi dan advertensi sebesar Rp. 4.757.799,41 bersifat tidak menguntungkan, fungsi penjualan selisih tidak menguntungkan Rp. 3.853.451,52, fungsi penggudangan selisih Rp. 3.558.827,62, fungsi pengepakan dan pengiriman selisih Rp. 3.458.277,47 bersifat tidak menguntungkan, fungsi kredit dan penagihan selisih Rp. 1.573.646,28 bersifat tidak menguntungkan, dan fungsi administrasi pemasaran selisih bersifat tidak menguntungkan sebesar Rp. 747.992,63.

ABSTRAC

AN ANALYSIS ON THE VARIANCE IN MARKETING COST BUDGET AND ACTUAL MARKETING COST AS THE MARKETING COST CONTROL

**A Case Study at PT Bayu Indra Grafika Yogyakarta
In 1999**

Hery Cahyono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

The aim of this research was to find out whether the arrangement of the process of the marketing cost budget and control of marketing cost at PT Bayu Indra Grafika had been done well.

The research was done at PT Bayu Indra Grafika located on Jalan Sisingamangaraja No. 93, Karangkajen, Yogyakarta. The research was conducted from March to April, 1999. The data gathering techniques used were interview, observation and documentation. The gathered data was marketing cost budget in 1999, sales budget, selling proceed, production output and planning production, and the actual marketing cost in each marketing department. The analysis techniques employed were 1) Comparing between the process of arranging the budget of marketing cost at PT Bayu Indra Grafika and the process of the arrangement budget based on the theory; 2) Calculating the variable and constant cost tariff for each function or marketing department in order to determine the flexible and the variable budget in actual capacity; 3) Calculating the variance of marketing cost for each marketing department; 4) Making the percentage of variance.

Based on the analysis, the process of the arranging the marketing cost budget and the control of marketing cost at PT Bayu Indra Grafika had been done well. It could be proved by the result which showed that the total of the marketing cost was smaller than the tolerance limit of 5 %. The variance total of promotion and advertising function Rp. 4.757.799,41 was unfavorable, selling function had the variance of Rp. 3.853.451,52 and that was unfavorable, variance of the storage function was Rp. 3.588.827,62 considered as unfavorable, packing and shipping function was Rp. 3.458.277,47 considered as unfavorable, the variance of the credit and receivables was Rp. 1.573.646,28 considered as unfavorable, and the variance of marketing administration was Rp. 747.992,63 considered as unfavorable.