

**EVALUASI EFISIENSI BIAYA PEMASARAN  
STUDI KASUS PADA KOPERASI ABDI SESAMA UNIT  
TOKO BUKU KASMEDIA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

**Hendrikus Wijanarko**

NIM : 96 2114 021

NIRM : 960051121303120018

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA**

**2001**

## Skripsi

### **EVALUASI EFISIENSI BIAYA PEMASARAN STUDI KASUS PADA KOPERASI ABDI SESAMA UNIT TOKO BUKU KASMEDIA PALEMBANG**

Disusun oleh :

Hendrikus Wijanarko

NIM : 96 2114 021

NIRM : 960051121303120018

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



Drs. E. Sumardjono, M.B.A.

Tanggal, 2 Desember 2000

Dosen Pembimbing II



Drs. FA. Joko Siswanto, MM., Akt.

Tanggal, 10 Januari 2001

## Skripsi

# EVALUASI EFISIENSI BIAYA PEMASARAN STUDI KASUS PADA KOPERASI ABDI SESAMA UNIT TOKO BUKU KASMEDIA PALEMBANG

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

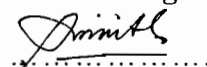



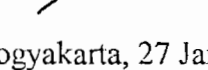
Hendrikus Wijanarko

NIM : 96 2114 021

NIRM : 960051121303120018

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 26 Januari 2001  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat


### Susunan Panitia Penguji

	<b>Nama Lengkap</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Ketua	: Dra. Fr. Ninik Yudianto, M.Acc.	
Sekretaris	: Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	
Anggota	: Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	
Anggota	: Drs. FA. Joko Siswanto, MM., Akt.	
Anggota	: Drs. H. Herry MAridjo, M.Si.	

Yogyakarta, 27 Januari 2001

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan  
  
Drs. Hg. Suseno TW., M.S

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- *Orang tuaku tercinta.*
- *Saudara-saudariku tercinta.*
- *Teman-temanku semua.*

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 27 Januari 2001

Penulis



Hendrikus Wijanarko

## **ABSTRAK**

**EVALUASI EFISIENSI BIAYA PEMASARAN  
HENDRIKUS WIJANARKO  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2001**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui efisiensi kegiatan pemasaran pada semua fungsi yang ada yaitu (1) fungsi penjualan, (2) fungsi pengepakan dan pengiriman, (3) fungsi kredit dan penagihan, (4) fungsi administrasi pemasaran.

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang. Data yang digunakan adalah data pada tahun 1997, 1998, 1999, dan data yang menunjang penelitian ini. Data tersebut diperoleh dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Analisa yang digunakan adalah analisis selisih biaya pemasaran.

Dari analisis data yang dilakukan secara keseluruhan diperoleh selisih sebagai berikut : pada tahun 1997 terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar Rp.33.409.989,81 atau 53,82 %, pada tahun 1998 terdapat total selisih yang tidak menguntungkan sebesar Rp.8.871.812,37 atau 19,23 %, dan pada tahun 1999 terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 2.992.343,16 atau 4,95 %. Sehingga secara keseluruhan pemanfaatan biaya pemasaran sudah efisien.

## **ABSTRACT**

### **THE EVALUATION OF MARKETING COST EFFICIENCY**

**HENDRIKUS WIJANARKO  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2001**

The aim of this research was to assess the efficiency of marketing activities of the existing functions, namely (1) selling, (2) packaging and delivery, (3) credit and recovery, (4) marketing administration.

This research was a case study conducted at Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang. The data used were those of 1997, 1998, and 1999. Interviews, documentation, and observation techniques were employed to collect data. The analysis used was the analysis of marketing cost difference.

The research found out that in 1997 the total benefit was Rp. 33.409.989,81 or 53,82 %, in 1998 total deficit was Rp. 8.871.812,87 or 19,23 %, and in 1999 total benefit was Rp. 2.992.343,16 or 4,95 %. Therefore, the research concluded that Marketing Cost was efficiently used.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Evaluasi Efisiensi Biaya Pemasaran Studi Kasus Pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. E. Sumardjono, M.B..A., selaku pembimbing I yang dengan sabar dan penuh perhatian telah membimbing penulis selama penulisan skripsi.
2. Drs. FA. Joko Siswanto, MM., Akt., selaku pembimbing II yang dengan sabar dan penuh perhatian telah membimbing penulis selama penulisan skripsi.
3. Drs. FX. Muhadi, M. Pd., yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis selama penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah memberikan fasilitas-fasilitas yang penulis butuhkan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak A. Samingin, selaku ketua Koperasi Abdi Sesama Palembang yang telah memberikan kesempatan penulis untuk mengadakan penelitian.



6. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu berdoa serta berkorban demi kelancaran dan keberhasilan studi.
7. Yang tercinta saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan dan perhatian begitu besar bagi penulis.
8. Teman-teman yang telah memberikan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan dan dorongan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 27 Januari 2001

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	2
C. Perumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan .....	5

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA .....	7
	A. Konsep Pemasaran .....	7
	B. Pengendalian Biaya Pemasaran .....	8
	1. Pengertian Biaya Pemasaran .....	8
	2. Anggaran Biaya Pemasaran .....	11
	3. Manfaat Pengawasan dan Analisis Biaya Pemasaran .....	12
	4. Langkah-langkah Pengawasan dan Analisis Biaya Pemasaran .....	13
	5. Selisih Anggaran dan Selisih Kapasitas .....	15
	C. Pengertian Koperasi .....	16
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	17
	A. Jenis Penelitian .....	17
	B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	17
	C. Subyek dan Obyek Penelitian .....	17
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	18
	E. Teknik Analisis Data .....	18
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	23
	A. Latar belakang perusahaan .....	23
	B. Tujuan perusahaan .....	23
	C. Sumber dana dan penggunaannya .....	24
	D. Struktur organisasi .....	24

BAB V	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
A.	Analisa Data .....	30
1.	Menyusun Anggaran Biaya Pemasaran .....	30
2.	Menyusun Tabel Biaya Pemasaran Sesungguhnya .....	49
3.	Pembebanan Biaya Pemasaran .....	62
4.	Analisis Selisih Biaya Pemasaran .....	68
5.	Persentase Selisih Biaya Pemasaran .....	69
B.	Pembahasan .....	76
1.	Fungsi Penjualan .....	77
2.	Fungsi Pengepakan dan Pengiriman .....	79
3.	Fungsi Kredit dan Penagihan .....	81
4.	Fungsi Administrasi Pemasaran .....	83
BAB VI	KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN ..	86
A.	Kesimpulan .....	86
B.	Keterbatasan Penelitian .....	89
C.	Saran .....	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Anggaran Biaya Pemasaran per Fungsi tahun 1997-1999 .....	31
Tabel 2.	Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	32
Tabel 3.	Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	33
Tabel 4.	Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	34
Tabel 5.	Dasar Distribusi Biaya Tidak Langsung tahun 1997-1999 .....	35
Tabel 6.	Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	42
Tabel 7.	Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	43
Tabel 8.	Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	44
Tabel 9.	Alat Satuan Pengukur Jasa Kapasitas Normal .....	45
Tabel 10.	Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi 1997 .....	50
Tabel 11.	Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi 1998 .....	51
Tabel 12.	Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi 1999 .....	52
Tabel 13.	Realisasi Biaya Pemasaran per Fungsi tahun 1997-1999 .....	53
Tabel 14.	Realisasi Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	54
Tabel 15.	Realisasi Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	55
Tabel 16.	Realisasi Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	56
Tabel 17.	Distribusi realisasi Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	63
Tabel 18.	Distribusi realisasi Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	64

Tabel 19. Distribusi realisasi Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	65
Tabel 20. Alat Satuan Pengukur Jasa Kapasitas Sesungguhnya .....	66
Tabel 21. Analisis Selisih Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	70
Tabel 22. Analisis Selisih Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	71
Tabel 23. Analisis Selisih Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	72
Tabel 24. Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1997 .....	73
Tabel 25. Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1998 .....	74
Tabel 26. Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1999 .....	76

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar I Struktur Organisasi .....	29

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan dalam bidang usaha telah merubah orientasi perusahaan dari bidang produksi ke bidang pemasaran. Hal ini didasarkan pada persaingan akhir-akhir ini yang berlomba-lomba agar produk yang dijual diterima oleh pasar, karena pada dasarnya tidak ada perusahaan yang dapat bertahan bilamana perusahaan itu tidak mampu memasarkan produknya termasuk Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang. Kegiatan pemasaran sangat berpengaruh terhadap kelancaran produk dari produsen ke konsumen yang dapat menciptakan permintaan efektif.

Untuk mewujudkannya perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran yang memerlukan berbagai macam biaya pemasaran, dikarenakan semakin maju suatu perusahaan maka kegiatan pemasarannya menjadi sangat kompleks.

Semakin meningkatnya persaingan memperebutkan pasar mengakibatkan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk semakin besar proporsinya dari keseluruhan biaya. Oleh karena itu diperlukan informasi yang bermanfaat untuk mengarahkan usaha pemasaran.

Untuk memasarkan produk dengan sukses, perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang tepat, yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan



konsumen, tetapi perusahaan masih tetap memperoleh laba yang diharapkan, dengan pengendalian dan analisis terhadap biaya pemasaran yang tepat.

Pengendalian dan analisis dapat dilakukan dengan pengumpulan data biaya pemasaran, kemudian dikelompokkan ke dalam setiap fungsi pemasaran. Dengan berfokus pada fungsi-fungsi tersebut maka aktivitas pemasaran dapat dikendalikan melalui pengeluaran biaya pemasaran dari setiap fungsi, sehingga fungsi pengendalian dan analisis menjadi sangat penting.

Sesudah perusahaan menjalankan operasi pemasaran maka hasilnya baru dapat dikendalikan dan dianalisis. Salah satu alat pengendalian yang digunakan ialah teknik analisis biaya pemasaran, yaitu dengan membandingkan yang telah dilakukan tiap fungsi pemasaran pada periode yang bersangkutan serta dapat mengetahui penyebab dari adanya penyimpangan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penulis mengambil topik sebagai judul skripsi ini “ **Evaluasi Efisiensi Biaya Pemasaran dengan Studi Kasus pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang** “.

## **B. Batasan Masalah**

Penilaian efisiensi biaya pemasaran dihitung berdasarkan anggaran perusahaan yang telah disusun oleh perusahaan. Kemudian anggaran tersebut dibandingkan dengan realisasinya. Dari perbandingan tersebut kemudian dihitung

dengan analisis biaya pemasaran, hasil perhitungan analisis ini kemudian dapat diketahui apakah fungsi pemasaran tersebut efisien atau tidak.

### **C. Perumusan Masalah**

#### 1. Masalah Umum

Apakah realisasi biaya pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang sudah efisien ?

#### 2. Masalah Khusus

- a. Apakah realisasi biaya pemasaran fungsi penjualan di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia sudah efisien ?
- b. Apakah realisasi biaya pemasaran fungsi pengepakan dan pengiriman di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia sudah efisien ?
- c. Apakah realisasi biaya pemasaran fungsi pemberian kredit dan penagihan di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia sudah efisien ?
- d. Apakah realisasi biaya pemasaran fungsi administrasi pemasaran di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia sudah efisien ?

### **D. Tujuan Penelitian**

#### 1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui apakah realisasi biaya pemasaran di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia sudah efisien.

## 2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui apakah realisasi biaya pemasaran pada fungsi penjualan sudah efisien.
- b. Untuk mengetahui apakah realisasi biaya pemasaran pada fungsi pengepakan dan pengiriman sudah efisien.
- c. Untuk mengetahui apakah realisasi biaya pemasaran pada fungsi pemberian kredit dan penagihan sudah efisien.
- d. Untuk mengetahui apakah realisasi biaya pemasaran pada fungsi administrasi pemasaran sudah efisien.

## E. Manfaat Penelitian.

### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan manajemen, khususnya mengenai efisiensi biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran.

### 2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan diharapkan dapat menambah bahan bacaan bagi pihak yang membutuhkannya.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori ke dalam praktek sehingga dapat memperoleh pengetahuan praktis tentang analisis biaya pemasaran pada perusahaan tersebut.

## **F. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam Bab I akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam Bab II akan diuraikan mengenai teori-teori yang mendasari penulisan skripsi ini.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam Bab III akan diuraikan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam Bab IV akan diuraikan mengenai sejarah singkat perusahaan serta perkembangannya.

**BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam Bab V akan diuraikan mengenai analisis biaya pemasaran berdasarkan teknik analisis data yang akan digunakan.

**BAB IV : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Dalam Bab VI akan diungkapkan kesimpulan dari hasil pembahasan dan akan diberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan. Selain itu juga akan diungkapkan mengenai keterbatasan-keterbatasan penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu perlu adanya koordinasi dan kerja sama dari pihak-pihak yang terlibat dalam usaha pemasaran produk.

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan konsumen saat ini maupun konsumen potensial ( William J. Stanton, 1985 : 7).

Banyak pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sehingga berkembang suatu pemikiran bisnis yang disebut konsep pemasaran. Ada tiga ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran, yaitu : ( William J. Stanton, 1995 : 13 )

- a. Semua operasi dan perencanaan perusahaan harus berorientasi kepada konsumen.
- b. Sasaran perusahaan harus volume penjualan yang menghasilkan laba.
- c. Semua kegiatan pemasaran di sebuah perusahaan harus dikoordinir secara organisatoris.

Dengan demikian kegiatan perusahaan harus diarahkan untuk mengetahui kebutuhan konsumen, kemudian memuaskan kebutuhan konsumen tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan laba.

## **B. Pengendalian Biaya pemasaran**

### **1. Pengertian Biaya Pemasaran**

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dinyatakan dalam satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah biaya pemasaran, yaitu biaya yang digunakan dalam departemen pemasaran yang menyebabkan terjualnya produk yang dihasilkan.

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi dalam rangka memasarkan produk, dimana biaya tersebut timbul saat produk siap dijual sampai diterimanya hasil penjualan menjadi kas. ( R.A. Supriyono, 1982 : 13 )

Biaya pemasaran secara garis besar digolongkan menjadi dua golongan, yaitu : ( Mulyadi, 1993 : 530 )

- a. Biaya mendapatkan pesanan ( *order getting cost* ), yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. Contoh : biaya gaji wiraniaga, biaya komisi, biaya advertensi dan promosi.
- b. Biaya memenuhi pesanan ( *order filling cost* ), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan uang dari pembeli. Contoh:

biaya penggudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkut dan penagihan.

Biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran digolongkan sebagai berikut : ( Mulyadi, 1993 : 530-531 )

a. Biaya penjualan

Contoh : gaji salesman, bonus, komisi, biaya perjalanan salesman, biaya telpon.

b. Biaya advertensi atau promosi

Contoh : gaji karyawan bagian advertensi, biaya iklan, biaya pameran, biaya promosi, biaya contoh.

c. Biaya penggudangan

Contoh : gaji karyawan bagian gudang, sewa gudang

d. Biaya pengepakan dan pengiriman

Contoh : gaji karyawan bagian pembungkusan dan pengiriman, biaya bahan pembungkus, biaya eksploitasi truk, biaya pengiriman, biaya retur penjualan.

e. Biaya kredit dan penagihan

Contoh : gaji karyawan bagian penagihan, kerugian penghapusan piutang, potongan tunai.

f. Biaya administrasi pemasaran

Contoh : gaji karyawan bagian administrasi pemasaran.



Biaya pemasaran bila dihubungkan dengan kegiatan pemasaran digolongkan menjadi : ( R.A. Supriyono, 1982 : 197 )

a. Biaya pemasaran langsung

Biaya pemasaran yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek tertentu, misalnya kepada fungsi pemasaran atau pusat-pusat laba tertentu di dalam usaha pemasaran.

b. Biaya pemasaran tidak langsung

Biaya pemasaran yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu, misalnya kepada fungsi pemasaran atau pusat-pusat laba tertentu di dalam usaha pemasaran.

Biaya pemasaran bila dihubungkan dengan variabilitas biaya terhadap volume atau kegiatan dapat dikelompokkan menjadi : ( R.A. Supriyono, 1982 : 198 )

a. Biaya pemasaran tetap

Biaya pemasaran yang jumlah totalnya tidak berubah dengan adanya perubahan kegiatan atau volume pemasaran sampai dengan tingkatan kapasitas tertentu.

b. Biaya pemasaran variabel

Biaya pemasaran yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan kegiatan atau volume pemasaran.

Biaya pemasaran dihubungkan dengan terkendalinya atau tidak terkendalinya atau tidaknya suatu biaya, dikelompokkan menjadi : ( R.A. Supriyono, 1982 : 198 )

a. Biaya pemasaran terkendali

Biaya pemasaran yang secara langsung dapat dikendalikan atau dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin tertentu dalam jangka waktu tertentu berdasarkan wewenang yang dimiliki.

b. Biaya pemasaran tidak terkendali

Biaya pemasaran yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu berdasar wewenang yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu.

## **2. Anggaran Biaya Pemasaran**

Dalam pengelolaan perusahaan, manajemen menetapkan tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran dan kemudian membuat rencana kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Dampak keuangan yang diperkirakan akan terjadi sebagai akibat dari rencana kerja tersebut kemudian disusun dan dievaluasi melalui proses penyusunan anggaran. Perbandingan dan analisis biaya sesungguhnya dengan biaya yang memberikan informasi bagi manajemen untuk mengidentifikasi penyimpangan yang terjadi dari rencana kegiatan, kemudian dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar untuk melakukan tindakan koreksi. ( Mulyadi, 1993 : 487 )

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran lain yang mencakup jangka waktu satu tahun. ( Mulyadi, 1993 : 488 )

Anggaran biaya pemasaran merupakan anggaran yang merencanakan lebih terinci tentang biaya-biaya yang terjadi serta terdapat di dalam lingkungan bagian penjualan, serta biaya-biaya lain yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan atau fungsi-fungsi yang dilakukan oleh bagian pemasaran.

Perencanaan anggaran biaya pemasaran didasarkan pada kondisi dan asumsi tertentu, jika kondisi atau asumsi yang mendasari berubah maka perencanaan anggaran harus dikoreksi. Agar suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik maka taksiran-taksiran yang dimuat didalamnya harus cukup akurat, sehingga tidak jauh berbeda dari realisasinya nanti. Untuk itu diperlukan data, informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam penyusunan anggaran.

### **3. Manfaat Pengawasan dan Analisis Biaya Pemasaran**

Manfaat biaya pemasaran diawasi dan dianalisis untuk : ( R.A. Supriyono, 1993 : 202 )

#### **a. Penentuan besarnya biaya**

Dengan adanya pengawasan dan analisis biaya pemasaran akan dapat menentukan besarnya biaya untuk setiap cara penggolongan biaya pemasaran dengan relatif teliti atau adil.

b. Pengawasan dan analisis biaya pemasaran

Dengan pengawasan dan analisis dapat ditetapkan pertanggungjawaban terjadinya biaya pemasaran.

c. Perencanaan dan pengarahan usaha pemasaran

Pengawasan dan analisis biaya pemasaran bermanfaat dalam menyediakan data kepada eksekutif perusahaan yang memerlukan informasi untuk perencanaan dan pengarahan usaha pemasaran.

**4. Langkah-langkah Pengawasan dan Analisis Biaya Pemasaran**

Didalam pengawasan dan analisis biaya pemasaran perlu ditempuh langkah-langkah sebagai berikut : ( R.A. Supriyono, 1982 : 196 )

a. Penyusunan Anggaran Biaya Pemasaran

Langkah-langkah di dalam menyusun anggaran biaya pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Menyusun anggaran biaya pemasaran atas dasar jenis atau elemen biaya pemasaran.
- 2) Mendistribusikan setiap jenis biaya pemasaran ke dalam setiap fungsi pemasaran.
- 3) Mengalokasikan biaya pemasaran dari setiap fungsi ke dalam setiap pusat laba yang merupakan usaha pemasaran.

b. Pengumpulan Biaya Pemasaran yang Sesungguhnya

Langkah-langkah di dalam pengumpulan biaya pemasaran yang sesungguhnya adalah sebagai berikut :

- 1) Atas dasar dokumen atau bukti transaksi, dicatat dalam jurnal biaya pemasaran dan rekening buku besar, buku pembantu biaya pemasaran
- 2) Mendistribusikan biaya pemasaran yang sesungguhnya kepada setiap fungsi, yaitu fungsi : penjualan, promosi dan advertensi, penggudangan, pengepakan dan pengiriman, pemberian kredit dan penagihan serta administrasi pemasaran.

c. Pembebanan Biaya Pemasaran

Digunakan untuk mengetahui berapa biaya menurut standar, yaitu ditentukan dengan cara mengalikan kapasitas sesungguhnya dengan total tarif.

d. Analisis Penyimpangan Biaya Pemasaran

Langkah-langkah di dalam analisis penyimpangan biaya pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya pemasaran digolongkan sesuai dengan fungsi pemasaran agar dapat menggambarkan tingkat pertanggungjawaban manajemen atas biaya pemasaran.
- 2) Memilih dasar atau satuan pengukur jasa yang relatif adil, teliti, dan praktis untuk setiap fungsi, dan untuk selanjutnya dipakai sebagai

dasar penentuan tarif standar dan menganalisa penyimpangan yang terjadi.

- 3) Menentukan besarnya tarif standar untuk setiap fungsi.
- 4) Menentukan besarnya biaya yang dibebankan pada setiap fungsi atas dasar tarif standar.
- 5) Mengumpulkan biaya yang sesungguhnya untuk setiap fungsi.
- 6) Membandingkan biaya yang dibebankan berdasar standar dengan biaya sesungguhnya terjadi untuk setiap fungsi.

#### **5. Selisih Anggaran dan Selisih Kapasitas**

Faktor-faktor penyebab terjadinya selisih anggaran :

Biaya tetap, biaya variabel, biaya sesungguhnya, dan anggaran biaya pemasaran.

Faktor-faktor penyebab terjadinya selisih kapasitas :

##### **a. Kapasitas ideal**

Kemampuan berproduksi maksimum yang bisa dicapai oleh sesuatu bagian atau pabrik dalam kondisi yang sempurna.

##### **b. Kapasitas praktis**

Kemampuan teoritis dikurangi hambatan-hambatan yang bisa terjadi, kerusakan mesin, adanya pemogokan, dan keterlambatan.

c. Kapasitas normal

Pemanfaatan mesin dan tenaga kerja pada tingkat rata-rata yang konstan selama jangka waktu panjang.

d. Kapasitas sesungguhnya

Kemampuan aktual yang bisa diharapkan untuk masa operasi yang akan datang.

### **C. Pengertian Koperasi**

Usaha pemerintah dalam mengembangkan koperasi dimulai dengan dikeluarkannya UU No. 12 Tahun 1967 dan diperbaharui dengan UU No. 25 Tahun 1992 yang mengatur kehidupan koperasi di Indonesia.

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi sekaligus gerakan ekonomi rakyat berdasar atas asas kekeluargaan. ( UURI No. 25 pasal 1, 1992 : 2)

Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan dan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian studi kasus yaitu dilakukan dengan mengadakan penelitian terhadap suatu objek tertentu pada suatu perusahaan tertentu, sehingga kesimpulan yang diperoleh hanya berlaku bagi perusahaan yang diteliti dan hanya berlaku pada waktu tertentu.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **a. Tempat penelitian**

Penelitian dilakukan di Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang.

##### **b. Waktu penelitian**

Penelitian dilakukan pada bulan September sampai Oktober tahun 2000.

#### **C. Subyek dan Obyek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

- a. Kepala bagian pemasaran.
- b. Kepala bagian akuntansi.



## 2. Objek Penelitian

- a. Anggaran biaya pemasaran.
- b. Biaya pemasaran sesungguhnya

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Wawancara

Teknik wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan data mengenai gambaran umum perusahaan, pemasaran dan penjualan.

#### 2. Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan pemasaran perusahaan untuk mendapatkan data konkrit yang melengkapi dan menunjang penelitian ini.

#### 3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mempelajari data-data yang telah ada di perusahaan, misalnya data anggaran biaya pemasaran dan laporan keuangan.

### **E. Teknik Analisis Data**

Untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan diatas, teknik yang digunakan dalam analisis data adalah teknik analisis selisih biaya pemasaran.

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Menyusun anggaran biaya pemasaran
  - a. Mengelompokkan data anggaran biaya pemasaran yang telah ada berdasar jenis-jenis biaya baik biaya pemasaran langsung maupun tidak langsung, yang dipisahkan pula ke dalam penggolongan biaya pemasaran tetap dan variabel. Dari penggolongan ini akan diperoleh total biaya tetap, total biaya variabel dan total biaya yang dianggarkan.
  - b. Mendistribusikan setiap jenis biaya yang dianggarkan ke dalam setiap fungsi pemasaran ke dalam setiap fungsi pemasaran. Untuk biaya langsung fungsi dapat didistribusikan secara langsung ke setiap fungsi yang menikmatinya, sedangkan untuk biaya tidak langsung memerlukan dasar distribusi kepada setiap fungsi.
  - c. Menyusun tabel untuk menghitung tarif biaya pemasaran dan anggaran fleksibel per fungsi, yang meliputi :
    - Total biaya variabel per fungsi
    - Total biaya tetap per fungsi
    - Total biaya
    - Kapasitas normal

- Tarif tetap per fungsi, diperoleh dari :

$$\text{Tarif tetap} = \frac{\text{Total biaya tetap per fungsi}}{\text{Kapasitas normal per fungsi}}$$

Untuk fungsi promosi dan fungsi penjualan rumus dikalikan 100%,  
sedangkan fungsi yang lain dikalikan dengan Rp. 1,-

- Tarif variabel per fungsi, diperoleh dari :

$$\text{Tarif variabel} = \frac{\text{Total biaya variabel per fungsi}}{\text{Kapasitas normal per fungsi}}$$

Anggaran fleksibel pada kapasitas sesungguhnya, diperoleh dari :

$$\text{AFKS} = \text{Total biaya tetap} + (\text{KS} \times \text{TV})$$

KS = Kapasitas sesungguhnya

TV = Tarif variabel

## 2. Menyusun tabel biaya pemasaran sesungguhnya

- Menyusun jenis-jenis biaya pemasaran
- Mendistribusikan jenis-jenis biaya pemasaran pada setiap fungsi

## 3. Pembebanan biaya pemasaran

Pembebanan ini dihitung dengan mengalikan antara total tarif dengan kapasitas sesungguhnya.

## 4. Analisis selisih biaya pemasaran

Langkah-langkah yang diperlukan adalah dengan membuat tabel yang memuat :

- a. Total Biaya sesungguhnya per fungsi
- b. Total anggaran biaya tetap per fungsi
- c. Biaya variabel yang dianggarkan =  $KS \times TV$
- d. AFKS ( Anggaran Fleksibel Kapasitas Sesungguhnya )
- e. Biaya standar =  $KS \times TT$

Biaya yang sebelumnya telah ditentukan lebih dahulu untuk membuat satu atau beberapa kesatuan barang produksi selama periode tertentu dimasa yang akan datang.

- f. Selisih anggaran = Biaya sesungguhnya - AFKS

Sifat selisih :

Jika selisih anggaran tersebut positif maka dapat dikatakan efisien, sedangkan jika selisih tersebut hasilnya negatif maka dapat dikatakan tidak efisien.

- g. Selisih kapasitas =  $( KN - KS ) TT$

Sifat selisih :

Jika selisih tersebut positif maka dapat dikatakan efisien, sedangkan jika selisih tersebut hasilnya negatif maka dapat dikatakan tidak efisien.

- h. Total selisih = selisih anggaran + selisih kapasitas

Dari perhitungan diatas dibuat tabel persentase selisih yang diperoleh dengan membandingkan antara masing-masing selisih dengan AFKS dikalikan 100%.

#### 5. Persentase selisih biaya pemasaran

Langkah-langkah yang ditempuh adalah :

- a. Membuat tabel yang berisi selisih anggaran dan selisih kapasitas pada masing-masing fungsi.
- b. Memasukkan hasil perhitungan persentase selisih pada masing-masing fungsi.
- c. Membandingkan persentase selisih biaya pemasaran masing-masing fungsi. Jika selisih tersebut positif maka dapat dikatakan efisien, sedangkan jika selisih tersebut hasilnya negatif maka dapat dikatakan tidak efisien.
- d. Setelah langkah tersebut dilaksanakan, kemudian dapat digunakan untuk menjawab masalah khusus dengan ketentuan jika dalam masalah umum terjawab efisien maka dapat dikatakan masalah khusus tersebut terjawab efisien, sedangkan jika dalam masalah umum tersebut tidak terjawab efisien maka dapat dikatakan masalah khusus tersebut tidak efisien.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Latar Belakang Perusahaan**

Pada mulanya koperasi ini hanya berusaha di bidang Simpan Pinjam dan pada tahun 1979 berkembang satu unit lagi yaitu Toko Buku “Kasmedia” yang berusaha memenuhi kebutuhan buku-buku bagi sekolah-sekolah terutama di lingkungan Lembaga Pendidikan Katholik Palembang dan juga melayani masyarakat umum.

Koperasi Abdi Sesama disahkan pada tanggal 29 Juni 1976 dengan nomor pendaftaran 001931/BH/XX dan saat ini Koperasi Abdi Sesama beralamat di Jalan Kolonel Atmo 480/4 Palembang.

#### **B. Tujuan Perusahaan**

Sesuai dengan anggaran dasar Koperasi Abdi sesama pasal 2 dinyatakan asas dan tujuan koperasi ini adalah :

1. Berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan.
2. Bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kemajuan daerah kerja pada umumnya dalam rangka menggalang terlaksananya masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

### **C. Sumber Dana dan Penggunaannya**

Modal Koperasi Abdi Sesama Palembang berasal dari anggota koperasi yaitu dalam bentuk simpanan-simpanan :

1. Uang Pangkal, adalah biaya administrasi untuk menjadi anggota, besarnya biaya administrasi adalah Rp. 2.500,00.
2. Simpanan Pokok, adalah jumlah uang tertentu yang besarnya sama untuk setiap anggota, dibayarkan pada saat mendaftarkan diri menjadi anggota. Besarnya simpanan pokok adalah Rp. 20.000,00.
3. Simpanan Wajib, adalah jumlah uang tertentu yang besarnya sama untuk setiap anggota, dibayarkan pada setiap bulan. Besarnya simpanan wajib adalah Rp. 5.000,00.
4. Simpanan Sukarela, adalah modal yang diterima dari anggota dengan jumlah dan waktu pembayaran tidak ditentukan, tergantung kemauan anggota. Simpanan ini dapat diambil sewaktu-waktu.

### **D. Struktur Organisasi**

Alat perlengkapan organisasi Koperasi Abdi Sesama Palembang adalah :

#### **1. Rapat Anggota**

Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam tata kehidupan koperasi, artinya rapat anggota dari para pemilik koperasi tersebut yang masing-masing anggota mempunyai hak atas satu suara. Rapat anggota koperasi ini karena



sifatnya terlalu penting, maka tidak dibenarkan adanya anggota-anggota yang mewakilkan dirinya kepada orang lain.

Hal-hal yang ditetapkan dalam rapat anggota adalah :

- a. Menentukan anggaran dasar dan rumah tangga.
- b. Membentuk dan memberhentikan Pengurus dan Badan Pemeriksa.
- c. Menetapkan program kerja, anggaran belanja, pengesahan neraca, kebijaksanaan pengurus dalam bidang organisasi.
- d. Memutuskan tentang pembubaran koperasi apabila memang koperasi tersebut tidak dapat dipertahankan lagi.

## 2. Pengurus

Kewajiban-kewajiban pengurus antara lain :

- a. Memimpin organisasi dan usaha koperasi.
- b. Mewakili organisasi koperasinya baik di luar maupun di muka sidang pengadilan, terutama dalam urusan-urusan yang menyangkut keperdataan.
- c. Menyelenggarakan Rapat Anggota Tahunan sesuai dengan Anggaran Dasar.
- d. Memberikan bantuan dan kemudahan kepada pejabat dalam pelaksanaan tugasnya.
- e. Wajib mengadakan Buku Daftar Anggota Pengurus sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan pejabat.
- f. Menjaga kerukunan di antara para anggota.



### 3. Badan Pemeriksa

Tugas dan kewajiban Badan Pemeriksa meliputi :

- a. Mengawasi pelaksanaan tata kehidupan organisasi dan usaha serta pelaksanaan kewajiban dan tindakan pengurus.
- b. Membuat laporan tertulis tentang hasil pemeriksaan.
- c. Mengadakan pemeriksaan sewaktu-waktu mengenai : bidang keuangan dengan membuat berita acara pemerisaan kas, persediaan barang-barang serta kekayaan koperasi, dan laporan keuangan.

### 4. Badan Penasehat

Tugas dan kewajiban Badan Penasehat adalah memberi saran/pendapat usul dan pertimbangan yang tidak mengikat.

### 5. Karyawan

Merupakan tenaga-tenaga yang diangkat oleh pengurus dengan tugas sehari-hari membantu pekerjaan pengurus sehingga para karyawan bertanggung jawab pada pengurus.

Susunan Pengurus Koperasi Abdi Sesama terdiri dari :

#### 1. Ketua dan Wakil Ketua

Ketua bertugas :

- a. Memimpin dan mengawasi pelaksanaan tugas anggota pengurus lainnya, mengkoordinasikan tugas-tugas anggota keseluruhan.

- b. Memberi laporan tentang pertanggungjawaban pelaksanaan-pelaksanaan tugas pengurus kepada rapat anggota.
- c. Memimpin rapat pengurus dan rapat anggota.
- d. Menandatangani buku daftar anggota dan buku daftar pengurus.
- e. Menandatangani surat-surat keluar.
- f. Menandatangani surat-surat berharga dan surat penjaminan.

Tugas Wakil Ketua adalah membantu dan mewakili tugas-tugas dari Ketua.

## 2. Sekretaris

Sekretaris bertugas :

- a. Menyelenggarakan dan memelihara buku-buku organisasi.
- b. Bertanggung jawab dalam administrasi koperasi.
- c. Menyelenggarakan notulen rapat pengurus dan rapat anggota.
- d. Menyusun laporan berkala dan laporan organisasi.
- e. Mengatur dan mengurus soal kepegawaian koperasi.

## 3. Bendahara

Bendahara bertugas :

- a. Mengurus soal-soal keuangan koperasi.
- b. Membimbing dan mengawasi pekerjaan pemegang kas dan administrasi keuangan.
- c. Mengendalikan agar pengeluaran tidak melampaui anggaran belanja.

d. Menandatangani surat-surat berharga dan surat perjanjian bersama ketua.

e. Menyusun Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja.

#### 4. Unit Simpan Pinjam

Memperbesar sumber keuangan anggota dengan mengumpulkan uang simpanan dan memberi pinjaman dengan bunga yang ringan serta syarat-syarat yang mudah.

#### 5. Unit Toko buku

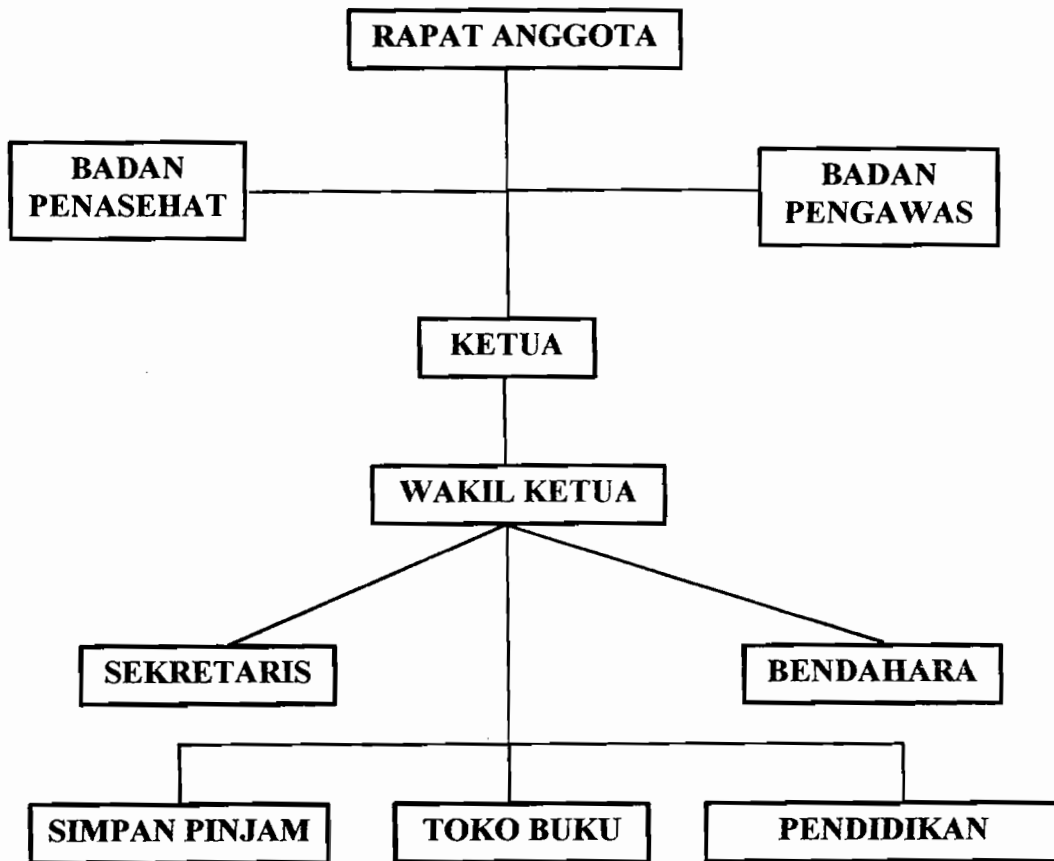
Mengadaan kerjasama dan pelayanan terutama kesekolah-sekolah Katholik.

#### 6. Unit Pendidikan

Meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan anggota dengan menyelenggarakan pendidikan.

Gambar 1

## STRUKTUR ORGANISASI KOPERASI ABDI SESAMA PALEMBANG



## **BAB V**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis Data**

Dalam menganalisa selisih biaya pemasaran penulis menggunakan analisis selisih, berikut ini akan dijelaskan perhitungan untuk dapat menjawab permasalahan yang ada.

##### **1. Menyusun anggaran biaya pemasaran**

- a. Menyusun anggaran biaya pemasaran dalam bentuk yang dipisahkan juga dalam biaya tetap dan biaya variabel. Dalam menyusun anggaran ini peneliti menyusun data yang telah dibuat oleh Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1 sampai dengan 4 halaman 31 sampai dengan 34.
- b. Mendistribusikan setiap jenis biaya pemasaran ke dalam setiap fungsi pemasaran. Biaya pemasaran langsung dapat didistribusikan secara langsung kesetiap fungsi yang menikmatinya, sedangkan untuk mendistribusikan biaya pemasaran tidak langsung diperlukan dasar distribusi kepada setiap fungsi. Dasar distribusi biaya pemasaran tidak langsung yang digunakan pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Anggaran Biaya Pemasaran per Fungsi tahun 1997-1999**

Keterangan	1997	1998	1999
Fungsi Penjualan			
-Gaji karyawan	10.500.000	9.000.000	9.000.000
-Perjalanan dinas	150.000	100.000	100.000
-Supplies	1.000.000	750.000	500.000
-Biaya penjualan lain-lain	1.700.000	1.500.000	1.500.000
<b>Jumlah Biaya Fungsi Penjualan</b>	<b>13.350.000</b>	<b>11.350.000</b>	<b>11.100.000</b>
Fungsi Pengemasan dan Pengiriman			
-Gaji karyawan	6.500.000	5.520.000	5.520.000
-Supplies	500.000	300.000	1.000.000
-Biaya angkut penjualan	1.250.000	800.000	800.000
-Biaya penjualan lain-lain	300.000	100.000	100.000
<b>Jumlah Biaya Fungsi Pengemasan dan Pengiriman</b>	<b>8.550.000</b>	<b>6.720.000</b>	<b>7.420.000</b>
Fungsi Kredit dan Penagihan			
-Gaji karyawan	3.500.000	3.000.000	3.000.000
-Perjalanan dinas	150.000	100.000	100.000
-Supplies	1.500.000	1.500.000	1.500.000
-Penagihan	5.000.000	2.500.000	2.500.000
<b>Jumlah Biaya Fungsi Kredit dan Penagihan</b>	<b>10.150.000</b>	<b>7.100.000</b>	<b>5.100.000</b>
Fungsi Administrasi Pemasaran			
-Gaji karyawan	3.500.000	3.000.000	3.000.000
-Supplies	1.500.000	1.000.000	2.000.000
<b>Jumlah Biaya Fungsi Administrasi Pemasaran</b>	<b>5.000.000</b>	<b>4.000.000</b>	<b>5.000.000</b>
Biaya kesejahteraan karyawan	4.000.000	3.000.000	2.000.000
Biaya asuransi	650.000	500.000	500.000
Biaya penyusutan	6.000.000	2.300.000	2.500.000

**Tabel 2**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1997 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
<b>Biaya pemasaran langsung</b>			
- Gaji karyawan	24.000.000		24.000.000
- Perjalanan dinas		300.000	300.000
- Supplies		4.500.000	4.500.000
- Biaya angkut penjualan		1.250.000	1.250.000
- Penagihan		5.000.000	5.000.000
- Biaya penjualan lain-lain		2.000.000	2.000.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>24.000.000</b>	<b>13.050.000</b>	<b>37.050.000</b>
<b>Biaya pemasaran tak langsung</b>			
- Kesejahteraan karyawan	4.000.000		4.000.000
- Biaya asuransi	650.000		650.000
- Biaya penyusutan	6.000.000		6.000.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>10.650.000</b>		<b>10.650.000</b>
<b>Jumlah Biaya Dianggarkan</b>	<b>34.650.000</b>	<b>13.050.000</b>	<b>47.700.000</b>

**Tabel 3**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1998 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
Biaya pemasaran langsung			
- Gaji karyawan	20.520.000		20.520.000
- Perjalanan dinas		200.000	200.000
- Supplies		3.550.000	3.550.000
- Biaya angkut penjualan		800.000	800.000
- Penagihan		2.500.000	2.500.000
- Biaya penjualan lain-lain		1.600.000	1.600.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>20.520.000</b>	<b>8.650.000</b>	<b>29.170.000</b>
Biaya pemasaran tak langsung			
- Kesejahteraan karyawan	3.000.000		3.000.000
- Biaya asuransi	500.000		500.000
- Biaya penyusutan	2.300.000		2.300.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>5.800.000</b>		<b>5.800.000</b>
<b>Jumlah Biaya Dianggarkan</b>	<b>26.320.000</b>	<b>8.650.000</b>	<b>34.970.000</b>



**Tabel 4**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1999 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
Biaya pemasaran langsung			
- Gaji karyawan	20.520.000		20.520.000
- Perjalanan dinas		200.000	200.000
- Supplies		5.000.000	5.000.000
- Biaya angkut penjualan		800.000	800.000
- Penagihan		2.500.000	2.500.000
- Biaya penjualan lain-lain		1.600.000	1.600.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>20.520.000</b>	<b>10.100.000</b>	<b>30.620.000</b>
Biaya pemasaran tak langsung			
- Kesejahteraan karyawan	2.000.000		2.000.000
- Biaya asuransi	500.000		500.000
- Biaya penyusutan	2.500.000		2.500.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>5.000.000</b>		<b>5.000.000</b>
<b>Jumlah Biaya Dianggarkan</b>	<b>25.520.000</b>	<b>10.100.000</b>	<b>35.620.000</b>

- Untuk biaya kesejahteraan karyawan digunakan dasar distribusi jumlah karyawan pada semua fungsi pemasaran.
- Untuk biaya penyusutan dan biaya asuransi berdasarkan jumlah luas lantai bangunan setiap fungsi.

**Tabel 5**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Dasar Distribusi Biaya Tidak langsung**  
**Tahun 1997-1999**

Fungsi	Jumlah Karyawan		Luas Lantai	
	Jumlah Orang	%	M <sup>2</sup>	%
Penjualan	3	42,86	40	66,67
Pengepakan & pengiriman	2	28,57	8	13,33
Kredit dan penagihan	1	14,285	6	10,00
Administrasi pemasaran	1	14,285	6	10,00
<b>Jumlah</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Dasar distribusi pada tabel 5 diatas dapat digunakan untuk mendistribusikan biaya pemasaran tidak langsung kepada setiap fungsi pemasaran.

Data mengenai distribusi anggaran biaya pemasaran tidak langsung dapat dilihat pada tabel 6 sampai dengan 8 halaman 42 sampai dengan 44.

Perhitungan distribusi anggaran biaya pemasaran tidak langsung pada setiap fungsi dari tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 sebagai berikut :

**Perhitungan distribusi anggaran biaya pemasaran tidak langsung tahun 1997**

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Anggaran biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\ &= \frac{4.000.000}{7} \\ &= 571.428,57 \text{ per orang} \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan = 3 x 571.428,57 = 1.714.285,71
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 2 x 571.428,57 = 1.142.857,14
3. Fungsi kredit dan penagihan = 1 x 571.428,57 = 571.428,57
4. Fungsi administrasi pemasaran = 1 x 571.428,57 = 571.428,57

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Anggaran biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{650.000}{60} \\ &= 10.833,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 10.833,33 = 433.333,20$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 10.833,33 = 86.666,64$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 10.833,33 = 64.999,98$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 10.833,33 = 64.999,98$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Anggaran biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{6.000.000}{60} \\ &= 100.000 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 100.000 = 4.000.000$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 100.000 = 800.000$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 100.000 = 600.000$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 100.000 = 600.000$

### Perhitungan distribusi anggaran biaya pemasaran tidak langsung tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Anggaran biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\ &= \frac{3.000.000}{7} \\ &= 428.571,43 \text{ per orang} \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan = 3 x 428.571,43 = 1.285.714,29
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 2 x 428.571,43 = 857.142,86
3. Fungsi kredit dan penagihan = 1 x 428.571,43 = 428.571,43
4. Fungsi administrasi pemasaran = 1 x 428.571,43 = 428.571,43

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Anggaran biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{500.000}{60} \\ &= 8.333,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan = 40 x 8.333,33 = 333.333,20
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 8 x 8.333,33 = 66.666,64

3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 8.333,33 = 49.999,98$   
 4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 8.333,33 = 49.999,98$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Anggaran biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.300.000}{60} \\ &= 38.333,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 38.333,33 = 1.533.333,20$   
 2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 38.333,33 = 306.666,64$   
 3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 38.333,33 = 229.999,98$   
 4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 38.333,33 = 229.999,98$

#### **Perhitungan distribusi anggaran biaya pemasaran tidak langsung tahun 1999**

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Anggaran biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.000.000}{7} \\ &= 285.714,29 \text{ per orang} \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $3 \times 285.714,29 = 857.142,87$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $2 \times 285.714,29 = 571.428,58$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $1 \times 285.714,29 = 285.714,29$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $1 \times 285.714,29 = 285.714,29$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Anggaran biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{500.000}{60} \\ &= 8.333,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 8.333,33 = 333.333,20$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 8.333,33 = 66.666,64$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 8.333,33 = 49.999,98$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 8.333,33 = 49.999,98$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Anggaran biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.500.000}{60} \\ &= 41.666,67 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 41.666,67 = 1.666.666,80$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 41.666,67 = 333.333,36$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 41.666,67 = 250.000,02$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 41.666,67 = 250.000,02$

- c. Menyusun tabel untuk menghitung tarif biaya pemasaran dan anggaran fleksibel per fungsi.

Untuk perhitungan digunakan satuan alat pengukur jasa. Data yang diperoleh dari Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang, dapat dilihat pada tabel 9 halaman 45.

Tabel hasil perhitungan tarif biaya pemasaran dan anggaran fleksibel per fungsi dapat dilihat pada tabel 10 sampai dengan 12 halaman 50 sampai dengan 52.

Perhitungan tarif setiap fungsi pemasaran.

Tarif biaya tetap dihitung dengan rumus :

$$\text{Tarif tetap} = \frac{\text{Total biaya tetap per fungsi}}{\text{Kapasitas normal per fungsi}}$$

Untuk fungsi penjualan rumus dikalikan 100%, sedangkan fungsi yang lain dikalikan dengan Rp. 1,-



**Tabel 6**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1997 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
<b>Biaya pemasaran langsung</b>						
-Gaji karyawan	T	24.000.000,00	10.500.000,00	6.500.000,00	3.500.000,00	3.500.000,00
-Perjalanan dinas	V	300.000,00	150.000,00		150.000,00	
-Supplies	V	4.500.000,00	1.000.000,00	500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00
-Biaya angkut pembelian	V	1.250.000,00		1.250.000,00		
-Penagihan	V	5.000.000,00			5.000.000,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	2.000.000,00	1.700.000,00	300.000,00		
<b>Jumlah biaya pemasaran langsung</b>		<b>37.050.000,00</b>	<b>13.350.000,00</b>	<b>8.550.000,00</b>	<b>10.150.000,00</b>	<b>5.000.000,00</b>
<b>Biaya pemasaran tak langsung</b>						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	4.000.000,00	1.714.285,72	1.142.857,14	571.428,57	571.428,57
-Biaya asuransi	T	650.000,00	433.333,33	86.666,67	65.000,00	65.000,00
-Biaya penyusutan	T	6.000.000,00	4.000.000,00	800.000,00	600.000,00	600.000,00
<b>Jumlah biaya pemasaran tak langsung</b>		<b>10.650.000,00</b>	<b>6.147.619,05</b>	<b>2.029.523,81</b>	<b>1.236.428,57</b>	<b>1.236.428,57</b>
<b>Jumlah biaya dianggarkan</b>		<b>47.700.000,00</b>	<b>19.497.619,05</b>	<b>10.579.523,81</b>	<b>11.386.428,57</b>	<b>6.236.428,57</b>
<b>Jumlah biaya tetap</b>		<b>34.650.000,00</b>	<b>16.647.619,05</b>	<b>8.529.523,81</b>	<b>4.736.428,57</b>	<b>4.736.428,57</b>
<b>Jumlah biaya variabel</b>		<b>13.050.000,00</b>	<b>2.850.000,00</b>	<b>2.050.000,00</b>	<b>6.650.000,00</b>	<b>1500.000,00</b>

**Tabel 7**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1998 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya pemasaran langsung						
-Gaji karyawan	T	20.520.000,00	9.000.000,00	5.520.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00
-Perjalanan dinas	V	200.000,00	100.000,00		100.000,00	
-Supplies	V	3.550.000,00	750.000,00	300.000,00	1.500.000,00	1.000.000,00
-Biaya angkut pembelian	V	800.000,00		800.000,00		
-Penagihan	V	2.500.000,00			2.500.000,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	1.600.000,00	1.500.000,00	100.000,00		
Jumlah biaya pemasaran langsung		29.170.000,00	11.350.000,00	6.720.000,00	7.100.000,00	4.000.000,00
Biaya pemasaran tak langsung						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	3.000.000,00	1.285.714,28	857.142,86	428.571,43	428.571,43
-Biaya asuransi	T	500.000,00	333.333,33	66.666,67	50.000,00	50.000,00
-Biaya penyusutan	T	2.300.000,00	1.533.333,33	306.666,67	230.000,00	230.000,00
Jumlah biaya pemasaran tak langsung		5.800.000,00	3.152.380,94	1.230.476,20	708.571,43	708.571,43
Jumlah biaya dianggarkan		34.970.000,00	14.502.380,94	7.950.476,20	7.808.571,43	4.708.571,43
Jumlah biaya tetap		26.320.000,00	12.152.380,94	6.750.476,20	3.708.571,43	3.708.571,43
Jumlah biaya variabel		8.650.000,00	2.350.000,00	1.200.000,00	4.100.000,00	1.000.000,00

**Tabel 8**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Anggaran Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1999 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya pemasaran langsung						
-Gaji karyawan	T	20.520.000,00	9.000.000,00	5.520.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00
-Perjalanan dinas	V	200.000,00	100.000,00		100.000,00	
-Supplies	V	5.000.000,00	500.000,00	1.000.000,00	1.500.000,00	2.000.000,00
-Biaya angkut pembelian	V	800.000,00		800.000,00		
-Penagihan	V	2.500.000,00			2.500.000,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	1.600.000,00	1.500.000,00	100.000,00		
Jumlah biaya pemasaran langsung		30.620.000,00	11.100.000,00	7.420.000,00	7.100.000,00	5.000.000,00
Biaya pemasaran tak langsung						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	2.000.000,00	857.142,86	571.428,58	285.714,28	285.714,28
-Biaya asuransi	T	500.000,00	333.333,33	66.666,67	50.000,00	50.000,00
-Biaya penyusutan	T	2.500.000,00	1.666.666,67	333.333,33	250.000,00	250.000,00
Jumlah biaya pemasaran tak langsung		5.000.000,00	2.857.142,86	971.428,58	585.714,28	585.714,28
Jumlah biaya dianggarkan		35.740.000,00	13.957.142,86	8.391.428,58	7.685.714,28	5.585.714,28
Jumlah biaya tetap		25.520.000,00	11.857.142,86	6.491.428,58	3.585.714,28	3.585.714,28
Jumlah biaya variabel		10.100.000,00	2.100.000,00	1.900.000,00	4.100.000,00	2.000.000,00

**Tabel 9**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Alat Satuan Pengukur Jasa**

Fungsi	Alat Pengukur Jasa	Kapasitas Normal		
		1997	1998	1999
Penjualan	Jumlah Rupiah hasil penjualan	Rp. 281.402.210	Rp. 314.932.150	Rp. 352.732.140
Pengepakan & pengiriman	Jumlah berat produk	38.090 unit	42.631 unit	47.750 unit
Kredit dan penagihan	Jumlah frekwensi penagihan	4.283 kali	3.533 kali	4.647 kali
Administrasi pemasaran	Jumlah faktur penjualan	9.612 lembar	10.758 lembar	12.050 lembar

Tarif biaya variabel dihitung dengan rumus :

$$\text{Tarif Variabel} = \frac{\text{Total biaya variabel per fungsi}}{\text{Kapasitas normal per fungsi}}$$

Untuk fungsi penjualan rumus dikalikan 100%, sedangkan fungsi yang lain dikalikan dengan Rp. 1,-

**Perhitungan tarif biaya tetap setiap fungsi pemasaran tahun 1997.**

$$\text{Penjualan} = \frac{16.647.619,05}{281.402.210} \times 100\% = 5,92 \% \text{ dari penjualan}$$

$$\text{Pengepakan \& pengiriman} = \frac{8.529.523,81}{38.090} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 223,93 per unit}$$

$$\text{Kredit dan penagihan} = \frac{4.736.628,57}{4.283} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 1.105,91 tiap kali}$$

$$\text{Administrasi pemasaran} = \frac{4.736.628,57}{9.612} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 492,78 per lembar}$$

**Perhitungan tarif biaya tetap setiap fungsi pemasaran tahun 1998.**

$$\text{Penjualan} = \frac{12.152.380,94}{314.932.150} \times 100\% = 3,86 \% \text{ dari penjualan}$$

$$\text{Pengepakan \& pengiriman} = \frac{6.750.476,20}{42.631} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 158,35 per unit}$$

$$\text{Kredit dan penagihan} = \frac{3.708.571,43}{3.533} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 1.049,69 tiap kali}$$

$$\text{Administrasi pemasaran} = \frac{3.708.571,43}{10.758} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 344,73 per lembar}$$

**Perhitungan tarif biaya tetap setiap fungsi pemasaran tahun 1999.**

$$\text{Penjualan} = \frac{11.857.142,86}{352.732.140} \times 100\% = 3,36 \% \text{ dari penjualan}$$

$$\text{Pengepakan \& pengiriman} = \frac{6.491.428,58}{47.750} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 135,95 per unit}$$

$$\text{Kredit dan penagihan} = \frac{3.585.714,28}{4.647} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 1.552,65 tiap kali}$$

$$\text{Administrasi pemasaran} = \frac{3.585.714,28}{12.050} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 297,57 per lembar}$$

**Perhitungan tarif biaya variabel setiap fungsi pemasaran tahun 1997.**

$$\text{Penjualan} = \frac{2.850.000}{281.402.210} \times 100\% = 1,01 \% \text{ dari penjualan}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengepakan \& pengiriman} &= \frac{1.900.000}{47.750} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 39,79 per unit} \\ \text{Kredit dan penagihan} &= \frac{21.600.000}{4,647} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 882,29 tiap kali} \\ \text{Administrasi pemasaran} &= \frac{2.100.000}{12.050} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 174,27 per lembar} \end{aligned}$$

## 2. Menyusun tabel biaya pemasaran sesungguhnya.

- a. Menyusun jenis-jenis biaya pemasaran. Data biaya pemasaran sesungguhnya per fungsi dapat dilihat pada tabel 13 sampai dengan 16 halaman 53 sampai dengan 56.
- b. Mendistribusikan jenis-jenis biaya pemasaran pada setiap fungsi. Tabel distribusi biaya pemasaran sesungguhnya dapat dilihat pada tabel 17 sampai dengan 19 halaman 63 sampai dengan 65.

$$\begin{aligned} \text{Pengepakan \& pengiriman} &= \frac{2.050.000}{38.090} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 53,82 per unit} \\ \text{Kredit dan penagihan} &= \frac{6.650.000}{4.283} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 1.552,65 tiap kali} \\ \text{Administrasi pemasaran} &= \frac{1.500.000}{9.612} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 156,06 per lembar} \end{aligned}$$

**Perhitungan tarif biaya variabel setiap fungsi pemasaran tahun 1998.**

$$\begin{aligned} \text{Penjualan} &= \frac{2.350.000}{314.932.150} \times 100\% = 0,75 \% \text{ dari penjualan} \\ \text{Pengepakan \& pengiriman} &= \frac{1.200.000}{42.631} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 28,15 per unit} \\ \text{Kredit dan penagihan} &= \frac{4.100.000}{3.533} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 1.160,49 tiap kali} \\ \text{Administrasi pemasaran} &= \frac{1.000.000}{10.758} \times \text{Rp. 1,-} = \text{Rp. 92,95 per lembar} \end{aligned}$$

**Perhitungan tarif biaya variabel setiap fungsi pemasaran tahun 1999.**

$$\text{Penjualan} = \frac{2.100.000}{352.732.140} \times 100\% = 0,60 \% \text{ dari penjualan}$$



**Tabel 10**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Hasil Perhitungan Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi tahun 1997**

Keterangan	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya tetap	16.647.619,05	8.529.523,81	4.736.428,57	4.736.428,57
Biaya variabel	2.850.000,00	2.050.000,00	6.650.000,00	1.500.000,00
Total biaya dianggarkan	19.497.619,05	10.579.523,81	11.386.428,57	6.236.428,57
Kapasitas normal	Rp. 281.402.210,00	38.090 unit	4.283 kali	9.612 lembar
Tarif tetap	5,92 %	Rp. 223,93	Rp. 1.105,91	Rp. 492,78
Tarif variabel	1,01 %	Rp. 53,82	Rp. 1.552,49	Rp. 156,06
Tarif total	6,93 % dari penjualan	Rp. 277,75 per unit	2.658,40 setiap kali	Rp. 648,84 per lembar
Anggaran fleksibel	16.647.619,05 + 1,01% dari penjualan	8.529.523,81 + 53,82 ( unit )	4.736.428,57 + 1.552,49 ( frekuensi )	4.736.428,57 + 156,06 ( faktur penjualan )



**Tabel 11**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Hasil Perhitungan Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi tahun 1998**

Keterangan	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya tetap	12.152.380,94	6.750.476,20	3.708.571,43	3.708.571,43
Biaya variabel	2.350.000,00	1.200.000,00	4.100.000,00	1.000.000,00
Total biaya dianggarkan	14.502.380,94	7.950.476,20	7.808.571,43	4.708.571,43
Kapasitas normal	Rp. 314.932.150,00	42.631 unit	4.283 kali	10.758 lembar
Tarif tetap	3,86 %	Rp. 158,35	Rp. 1.049,69	Rp. 344,73
Tarif variabel	0,75 %	Rp. 28,15	Rp. 1.160,49	Rp. 92,95
Tarif total	4,61 % dari penjualan	Rp. 186,50 per unit	2.210,18 setiap kali	Rp. 437,68 per lembar
Anggaran fleksibel	12.152.380,94 + 0,75 % dari penjualan	6.750.476,20 + 28,15 ( unit )	3.708.571,43 + 1.160,49 ( frekuensi )	3.708.571,43 + 92,95 ( faktur penjualan )

**Tabel 12**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Hasil Perhitungan Tarif Biaya Pemasaran dan Anggaran Fleksibel per Fungsi tahun 1999**

Keterangan	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya tetap	11.857.142,86	6.491.428,58	3.585.714,28	3.585.714,28
Biaya variabel	2.100.000,00	1.900.000,00	21.600.000,00	2.100.000,00
Total biaya dianggarkan	13.957.142,86	8.391.428,58	25.185.714,28	5.585.714,28
Kapasitas normal	Rp. 352.732.140	47.750 unit	4.283 kali	12.050 lembar
Tarif tetap	3,36 %	Rp. 135,95	Rp. 771,62	Rp. 297,57
Tarif variabel	0,60 %	Rp. 39,79	Rp. 882,29	Rp. 174,27
Tarif total	3,96 % dari penjualan	Rp. 175,74 per unit	1.653,91 setiap kali	Rp. 471,84 per lembar
Anggaran fleksibel	11.857.142,86 + 0,60 % ( dari penjualan )	6.491.428,58 + 39,79 ( unit )	3.585.714,28 + 882,29 ( frekuensi )	3.585.714,28 + 174,27 ( faktur penjualan )

**Tabel 13**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Realisasi Biaya Pemasaran per Fungsi Tahun 1997-1999**

Keterangan	1997	1998	1999
<b>Fungsi Penjualan</b>			
-Gaji karyawan	8.419.500	8.446.000	8.546.000
-Perjalanan dinas	47.000	72.000	281.000
-Supplies	84.750	3.000	1.125.500
-Biaya penjualan lain-lain	1.174.475	1.461.175	1.666.550
<b>Jumlah Biaya Fungsi Penjualan</b>	<b>9.725.725</b>	<b>9.982.175</b>	<b>11.619.050</b>
<b>Fungsi Pengepakan dan Pengiriman</b>			
-Gaji karyawan	4.332.000	4.364.000	4.436.000
-Supplies	294.800	3.085.950	1.305.000
-Biaya angkut penjualan	913.400	811.500	1.371.700
-Biaya penjualan lain-lain	496.500	49.375	446.700
<b>Jumlah Biaya Fungsi Pengepakan dan Pengiriman</b>	<b>6.036.700</b>	<b>8.310.825</b>	<b>7.559.400</b>
<b>Fungsi Kredit dan Penagihan</b>			
-Gaji karyawan	2.145.000	2.172.000	2.217.000
-Perjalanan dinas	31.000	59.000	244.000
-Supplies	1.399.300	1.278.000	1.158.250
-Penagihan	2.223.450	2.124.550	2.288.925
<b>Jumlah Biaya Fungsi Kredit dan Penagihan</b>	<b>5.798.750</b>	<b>5.633.550</b>	<b>5.908.175</b>
<b>Fungsi Administrasi Pemasaran</b>			
-Gaji karyawan	2.267.000	2.291.000	2.329.000
-Supplies	810.175	2.448.475	1.221.150
<b>Jumlah Biaya Fungsi Administrasi Pemasaran</b>	<b>3.077.175</b>	<b>4.739.475</b>	<b>3.550.150</b>
Biaya kesejahteraan karyawan	2.531.225	1.898.525	2.339.500
Biaya asuransi	493.000	446.000	2.428.500
Biaya penyusutan	1.000.000	2.000.000	2.000.000

**Tabel 14**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1997 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
Biaya pemasaran langsung			
- Gaji karyawan	17.163.500		17.163.500
- Perjalanan dinas		78.000	78.000
- Supplies		2.589.025	2.589.025
- Biaya angkut penjualan		913.400	913.400
- Penagihan		2.223.450	2.223.450
- Biaya penjualan lain-lain		1.670.975	1.670.975
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>17.163.500</b>	<b>7.474.850</b>	<b>24.638.350</b>
Biaya pemasaran tak langsung			
- Kesejahteraan karyawan	2.531.225		2.531.225
- Biaya asuransi	493.000		493.000
- Biaya penyusutan	1.000.000		1.000.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>4.024.225</b>		<b>4.024.225</b>
<b>Jumlah Biaya Sesungguhnya</b>	<b>21.187.725</b>	<b>7.474.850</b>	<b>28.662.575</b>

**Tabel 15**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1998 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
<b>Biaya pemasaran langsung</b>			
- Gaji karyawan	17.273.000		17.273.000
- Perjalanan dinas		131.000	131.000
- Supplies		6.816.225	6.816.225
- Biaya angkut penjualan		811.500	811.500
- Penagihan		2.124.550	2.124.550
- Biaya penjualan lain-lain		1.510.550	1.510.550
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>17.273.000</b>	<b>11.393.825</b>	<b>28.666.825</b>
<b>Biaya pemasaran tak langsung</b>			
- Kesejahteraan karyawan	1.898.525		1.898.525
- Biaya asuransi	446.000		446.000
- Biaya penyusutan	2.000.000		2.000.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>4.344.525</b>		<b>4.344.525</b>
<b>Jumlah Biaya Sesungguhnya</b>	<b>21.617.525</b>	<b>11.393.825</b>	<b>33.011.350</b>

**Tabel 16**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1999 ( dalam Rp. )**

<b>Elemen Biaya</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
<b>Biaya pemasaran langsung</b>			
- Gaji karyawan	17.528.000		17.528.000
- Perjalanan dinas		525.000	525.000
- Supplies		4.809.900	4.809.900
- Biaya angkut penjualan		1.371.700	1.371.700
- Penagihan		2.288.925	2.288.925
- Biaya penjualan lain-lain		2.113.250	2.113.250
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Langsung</b>	<b>17.528.000</b>	<b>11.108.775</b>	<b>28.636.775</b>
<b>Biaya pemasaran tak langsung</b>			
- Kesejahteraan karyawan	2.339.850		2.339.850
- Biaya asuransi	2.428.500		2.428.500
- Biaya penyusutan	2.000.000		2.000.000
<b>Jumlah Biaya Pemasaran Tak Langsung</b>	<b>6.768.350</b>		<b>6.768.350</b>
<b>Jumlah Biaya Sesungguhnya</b>	<b>24.296.350</b>	<b>11.108.775</b>	<b>35.405.125</b>

Perhitungan distribusi realisasi biaya pemasaran tidak langsung pada setiap fungsi dari tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 sebagai berikut :

**Perhitungan distribusi realisasi biaya pemasaran tidak langsung tahun 1997**

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Realisasi biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.531.225}{7} \\ &= 361.603,57 \text{ per orang} \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

- |                                   |   |                |   |              |
|-----------------------------------|---|----------------|---|--------------|
| 1. Fungsi penjualan               | = | 3 x 361.603,57 | = | 1.084.810,71 |
| 2. Fungsi pengepakan & pengiriman | = | 2 x 361.603,57 | = | 723.207,14   |
| 3. Fungsi kredit dan penagihan    | = | 1 x 361.603,57 | = | 361.603,57   |
| Fungsi administrasi pemasaran     | = | 1 x 361.603,57 | = | 361.603,57   |

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Realisasi biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{493.000}{60} \\ &= 8.216,67 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$



Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 8.216,67 = 328.666,80$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 8.216,67 = 65.733,36$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 8.216,67 = 49.300,02$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 8.216,67 = 49.300,02$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Realisasi biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{1.000.000}{60} \\ &= 16.666,67 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 16.666,67 = 666.666,80$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 16.666,67 = 133.333,36$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 16.666,67 = 100.000,02$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 16.666,67 = 100.000,02$

### Perhitungan distribusi realisasi biaya pemasaran tidak langsung tahun 1998

$$\begin{aligned}
 \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Realisasi biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\
 &= \frac{1.898.525}{7} \\
 &= 271.217,86 \text{ per orang}
 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $3 \times 271.217,86 = 813.653,58$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $2 \times 271.217,86 = 542.435,72$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $1 \times 271.217,86 = 271.217,86$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $1 \times 271.217,86 = 271.217,86$

$$\begin{aligned}
 \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Realisasi biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\
 &= \frac{446.000}{60} \\
 &= 7.433,33 \text{ per M}^2
 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 7.433,33 = 297.333,20$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 7.433,33 = 59.466,64$

3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 7.433,33 = 44.599,98$   
 4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 7.433,33 = 44.599,98$

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Realisasi biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.000.000}{60} \\ &= 33.333,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 33.333,33 = 1.333.333,20$   
 2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 33.333,33 = 266.666,64$   
 3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 33.333,33 = 199.999,98$   
 4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 33.333,33 = 199.999,98$

#### **Perhitungan distribusi realisasi biaya pemasaran tidak langsung tahun 1999**

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya kesejahteraan karyawan} &= \frac{\text{Realisasi biaya kesejahteraan karyawan}}{\text{Jumlah karyawan pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.338.850}{7} \\ &= 334.121,43 \text{ per orang} \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan = 3 x 334.121,43 = 1.002.364,29
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 2 x 334.121,43 = 668.242,86
3. Fungsi kredit dan penagihan = 3 x 334.121,43 = 334.121,43
4. Fungsi administrasi pemasaran = 3 x 334.121,43 = 334.121,43

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya asuransi} &= \frac{\text{Realisasi biaya asuransi}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.428.500}{60} \\ &= 40.475 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan = 40 x 40.475 = 1.619.000
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 8 x 40.475 = 323.800
3. Fungsi kredit dan penagihan = 6 x 40.475 = 242.850
4. Fungsi administrasi pemasaran = 6 x 40.475 = 242.850

$$\begin{aligned} \text{Distribusi biaya penyusutan} &= \frac{\text{Realisasi biaya penyusutan}}{\text{Luas lantai pada semua fungsi}} \\ &= \frac{2.000.000}{60} \\ &= 33.333,33 \text{ per M}^2 \end{aligned}$$

Pembebanan untuk masing-masing fungsi :

1. Fungsi penjualan =  $40 \times 33.333,33 = 1.333.333,20$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $8 \times 33.333,33 = 266.666,64$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $6 \times 33.333,33 = 199.999,98$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $6 \times 33.333,33 = 199.999,98$

### 3. Pembebanan biaya pemasaran

Tarif total dan tarif variabel dapat dilihat pada tabel 10 sampai dengan 12 halaman 50 sampai dengan 52, sedangkan kapasitas sesungguhnya dapat dilihat pada tabel 20 halaman 66.

Perhitungan biaya variabel dianggarkan dan perhitungan biaya standar dapat dilihat dibawah ini :

Biaya variabel dianggarkan = Kapasitas sesungguhnya x Tarif variabel

#### Tahun 1997

1. Fungsi penjualan =  $\text{Rp. } 617.384.836 \times 1,01\% = 6.235.586,84$
2. Fungsi pengepakan & pengiriman =  $39.506 \text{ unit} \times \text{Rp. } 53,82 = 2.126.212,92$
3. Fungsi kredit dan penagihan =  $4.641 \text{ kali} \times \text{Rp. } 1.552,65 = 7.205.848,04$
4. Fungsi administrasi pemasaran =  $10.669 \text{ lembar} \times \text{Rp. } 156,06 = 1.665.004,14$

**Tabel 17**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1997 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
<b>Biaya pemasaran langsung</b>						
-Gaji karyawan	T	17.163.500,00	8.419.500,00	4.332.000,00	2.145.000,00	2.267.000,00
-Perjalanan dinas	V	78.000,00	47.000,00		31.000,00	
-Supplies	V	2.589.025,00	84.750,00	294.800,00	1.399.300,00	810.175,00
-Biaya angkut pembelian	V	913.400,00		913.400,00		
-Penagihan	V	2.223.450,00			2.223.450,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	1.670.975,00	1.174.475,00	496.500,00		
<b>Jumlah biaya pemasaran langsung</b>		<b>24.638.350,00</b>	<b>9.725.725,00</b>	<b>6.036.700,00</b>	<b>5.798.750,00</b>	<b>3.077.175,00</b>
<b>Biaya pemasaran tak langsung</b>						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	2.531.225,00	1.084.810,72	723.207,14	361.603,57	361.603,57
-Biaya asuransi	T	493.000,00	328.666,67	65.733,33	49.300,00	49.300,00
-Biaya penyusutan	T	1.000.000,00	666.666,67	133.333,33	100.000,00	100.000,00
<b>Jumlah biaya pemasaran tak langsung</b>		<b>4.024.225,00</b>	<b>2.080.144,06</b>	<b>922.273,80</b>	<b>510.903,57</b>	<b>510.903,57</b>
<b>Jumlah biaya sesungguhnya</b>		<b>28.662.575,00</b>	<b>11.805.869,06</b>	<b>6.958.973,80</b>	<b>6.309.653,57</b>	<b>3.588.078,57</b>
<b>Jumlah biaya tetap</b>		<b>21.187.725,00</b>	<b>10.499.644,06</b>	<b>5.254.273,80</b>	<b>2.655.903,57</b>	<b>2.777.903,57</b>
<b>Jumlah biaya variabel</b>		<b>7.474.850,00</b>	<b>1.306.225,00</b>	<b>1.704.700,00</b>	<b>3.653.750,00</b>	<b>810.175,00</b>

**Tabel 18**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1998 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya pemasaran langsung						
-Gaji karyawan	T	17.273.000,00	8.446.000,00	4.364.000,00	2.172.000,00	2.291.000,00
-Perjalanan dinas	V	131.000,00	72.000,00		59.000,00	
-Supplies	V	6.816.225,00	3.000,00	3.085.950,00	1.278.800,00	2.448.475,00
-Biaya angkut pembelian	V	811.500,00		811.500,00		
-Penagihan	V	2.124.550,00			2.124.550,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	1.510.550,00	1.461.175,00	49.375,00		
Jumlah biaya pemasaran langsung		28.666.825,00	9.982.175,00	8.310.825,00	5.634.350,00	4.739.475,00
Biaya pemasaran tak langsung						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	1.898.525,00	813.653,57	542.435,71	271.217,86	271.217,86
-Biaya asuransi	T	446.000,00	297.333,33	59.466,67	44.600,00	44.600,00
-Biaya penyusutan	T	2.000.000,00	1.333.333,33	266.666,67	200.000,00	200.000,00
Jumlah biaya pemasaran tak langsung		4.344.525,00	2.444.320,23	868.569,05	515.817,86	515.817,86
Jumlah biaya sesungguhnya		33.011.350,00	12.426.495,23	9.179.394,05	6.150.167,86	5.255.292,86
Jumlah biaya tetap		21.617.525,00	10.890.320,23	5.232.569,05	2.687.817,86	2.806.817,86
Jumlah biaya variabel		11.393.825,00	1.536.175,00	3.946.825,00	3.462.350,00	2.448.475,00

**Tabel 19**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Distribusi Realisasi Biaya Pemasaran**  
**Tahun 1999 ( dalam Rp. )**

Elemen biaya	T/V	Total biaya	Penjualan	Pengepakan & pengiriman	Kredit dan penagihan	Administrasi pemasaran
Biaya pemasaran langsung						
-Gaji karyawan	T	17.528.000,00	8.546.000,00	4.436.000,00	2.217.000,00	2.329.000,00
-Perjalanan dinas	V	525.000,00	281.000,00		244.000,00	
-Supplies	V	4.809.900,00	1.125.500,00	1.305.000,00	1.158.250,00	1.221.150,00
-Biaya angkut pembelian	V	1.371.700,00		1.371.700,00		
-Penagihan	V	2.288.925,00			2.288.925,00	
-Biaya penjualan lain-lain	V	2.113.250,00	1.666.550,00	446.700,00		
Jumlah biaya pemasaran langsung		28.636.775,00	11.619.050,00	7.559.400,00	5.908.175,00	3.550.150,00
Biaya pemasaran tak langsung						
-Biaya kesejahteraan karyawan	T	2.338.850,00	1.002.364,28	668.242,86	334.121,43	334.121,43
-Biaya asuransi	T	2.428.500,00	1.619.000,00	323.800,00	242.850,00	242.850,00
-Biaya penyusutan	T	2.000.000,00	1.333.333,33	266.666,67	200.000,00	200.000,00
Jumlah biaya pemasaran tak langsung		6.767.350,00	3.954.697,61	1.258.709,53	776.971,43	776.971,43
Jumlah biaya sesungguhnya		35.404.125,00	15.573.747,61	8.818.109,53	6.685.146,43	4.327.121,43
Jumlah biaya tetap		24.295.350,00	12.500.697,61	5.694.709,53	2.993.971,43	3.105.971,43
Jumlah biaya variabel		11.108.775,00	3.073.050,00	3.123.400,00	3.691.175,00	1.221.150,00



**Tabel 20**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Alat Satuan Pengukur Jasa**

Fungsi	Alat Pengukur Jasa	Kapasitas Sesungguhnya		
		1997	1998	1999
Penjualan	Jumlah Rupiah hasil penjualan	Rp. 617.384.836	Rp. 539.230.624	Rp. 510.009.354
Pengepakan & pengiriman	Jumlah berat produk	39.506 unit	44.215 unit	49.525 unit
Kredit dan penagihan	Jumlah frekwensi penagihan	4.641 kali	3.921 kali	5.268 kali
Administrasi pemasaran	Jumlah faktur penjualan	10.669 lembar	11.941 lembar	13.375 lembar

**Tahun 1998**

1. Fungsi penjualan = Rp. 539.230.624 x 0,75 % = 4.044.229,68
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 44.215 unit x Rp. 28,15 = 1.244.652,25
3. Fungsi kredit dan penagihan = 3.921 kali x Rp. 1.160,49 = 4.550.281,29
4. Fungsi administrasi pemasaran = 11.941 lembar x Rp. 92,95 = 1.109.915,95

**Tahun 1999**

1. Fungsi penjualan = Rp. 510.009.354 x 0,60 % = 3.060.056,12
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 49.525 unit x Rp. 39,79 = 1.970.599,75
3. Fungsi kredit dan penagihan = 5.268 kali x Rp. 882,29 = 4.647.903,72
4. Fungsi administrasi pemasaran = 13.375 lembar x Rp. 174,27 = 2.330.861,25

Biaya standar = Kapasitas sesungguhnya x Total tarif

**Tahun 1997**

1. Fungsi penjualan = Rp. 617.384.836 x 6,93 % = 42.784.769,13
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 39.506 unit x Rp. 277,75 = 10.972.791,50
3. Fungsi kredit dan penagihan = 4.641 kali x Rp. 2.658,40 = 12.337.634,40
4. Fungsi administrasi pemasaran = 10.669 lembar x Rp. 648,84 = 6.922.473,96

**Tahun 1998**

1. Fungsi penjualan = Rp. 539.230.624 x 4,61 % = 24.858.531,77
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 44.215 unit x Rp. 186,50 = 8.246.097,50
3. Fungsi kredit dan penagihan = 3.921 kali x Rp. 2.210,18 = 8.666.115,78
4. Fungsi administrasi pemasaran = 11.941 lembar x Rp. 437,68 = 5.226.336,88

**Tahun 1999**

1. Fungsi penjualan = Rp. 510.009.354 x 3,96 % = 20.196.370,42
2. Fungsi pengepakan & pengiriman = 49.525 unit x Rp. 175,74 = 8.703.523,50
3. Fungsi kredit dan penagihan = 5.268 kali x Rp. 1.653,91 = 8.712.797,88
4. Fungsi administrasi pemasaran = 13.375 lembar x Rp. 471,84 = 6.310.860

**4. Analisis selisih biaya pemasaran**

Analisis selisih biaya pemasaran dilakukan dengan menyusun tabel yang berisikan kolom-kolom sebagai berikut :

- a. Biaya sesungguhnya per fungsi
- b. Total biaya tetap per fungsi
- c. Biaya variabel yang dianggarkan =  $KS \times TV$
- d. Anggaran fleksibel pada kapasitas sesungguhnya (AFKS)
- e. Biaya standar =  $KS \times TT$
- f. Selisih anggaran = biaya sesungguhnya (Bss) – AFKS

$$AFKS = \text{Total biaya tetap} + (KS \times TV)$$

Jika :  $Bss > AFKS$ , selisih anggaran bersifat tidak menguntungkan

$Bss < AFKS$ , selisih anggaran bersifat menguntungkan

- g. Selisih kapasitas =  $AFKS - \text{Biaya standar (Bst)}$

Jika :  $Bst < AFKS$ , selisih anggaran bersifat tidak menguntungkan

$Bst > AFKS$ , selisih anggaran bersifat menguntungkan

h. Total selisih = selisih anggaran + selisih kapasitas

Adapun analisis selisih biaya pemasaran dapat dilihat pada tabel 21 sampai dengan 23 halaman 70 sampai dengan 72.

#### **5. Persentase selisih biaya pemasaran**

- a. Persentase selisih anggaran diperoleh dengan cara selisih anggaran dibagi dengan AFKS kemudian dikalikan 100%.
- b. Persentase selisih kapasitas diperoleh dengan cara selisih kapasitas dibagi dengan biaya standar kemudian dikalikan 100%.
- c. Persentase total selisih diperoleh dengan cara total selisih dibagi dengan biaya standar kemudian dikalikan 100%.

Perhitungan persentase selisih dapat dilihat pada tabel 24 sampai dengan 26 halaman 73 sampai dengan 75.

Dalam menilai efisiensi biaya pemasaran perusahaan menggunakan kebijakan dengan persentase penyimpangan sebesar 5%. Jika penyimpangan yang terjadi di bawah 5% penempatan biaya pemasaran dikatakan sudah efisien dan bila persentase penyimpangan melebihi dari 5% dianggap tidak efisien.

**Tabel 21**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Analisa Selisih Biaya Pemasaran tahun 1997**

Fungsi	(1)	(2)	(3)=KSxTV	(4)=(2)+(3)	(5)=KSxT	(6)=(1)-(4)	(7)=(4)-(5)	(8)=(6)+(7)
	Biaya sesungguhnya	Total biaya tetap	Biaya variabel dianggarkan	AFKS	Biaya standar	Selisih anggaran	Selisih kapasitas	Total selisih
Penjualan	11.805.869,06	16.647.619,05	6.235.586,84	22.883.205,89	42.784.769,13	11.077.336,83 L	19.901.563,24 L	30.978.900,07 L
Pengepakan dan pengiriman	6.958.973,80	8.529.523,81	2.126.212,92	10.655.736,73	10.972.791,50	3.696.762,93 L	317.054,77 L	4.013.817,70 L
Kredit dan penagihan	6.309.653,57	4.736.428,57	7.205.848,65	11.952.277,22	12.337.634,40	5.632.623,65 L	395.357,18 L	6.027.980,83 L
Administrasi pemasaran	3.588.078,57	4.736.428,57	1.665.004,14	6.401.432,71	6.922.473,96	2.813.354,14 L	521.041,25 L	3.334.395,39 L
Jumlah	28.662.575,00	34.650.000,00	17.232.652,55	51.882.652,55	73.017.668,99	23.220.077,55 L	21.135.016,44 L	44.355.093,99 L

**Tabel 22**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Analisa Selisih Biaya Pemasaran tahun 1998**

Fungsi	(1)	(2)	(3)=KSxTV	(4)=(2)+(3)	(5)=KSxT	(6)=(1)-(4)	(7)=(4)-(5)	(8)=(6)+(7)
	Biaya sesungguhnya	Total biaya tetap	Biaya variabel dianggarkan	AFKS	Biaya standar	Selisih anggaran	Selisih kapasitas	Total selisih
Penjualan	12.426.495,23	12.152.380,94	4.044.229,68	16.196.610,62	24.858.531,77	3.770.115,39 L	8.661.921,15 L	12.432.036,54 L
Pengepakan dan pengiriman	9.179.394,05	6.750.476,20	1.244.652,25	7.995.128,45	8.246.097,50	1.184.265,60 R	250.969,05 L	933.296,55 R
Kredit dan penagihan	6.150.167,86	3.708.571,43	4.550.281,29	8.258.852,72	8.666.115,78	2.108.684,86 L	407.263,06 L	2.515.947,92 L
Administrasi pemasaran	5.255.292,86	3.708.571,43	1.109.915,95	4.818.487,38	5.226.336,88	436.805,48 R	407.849,50 L	28.955,98 R
Jumlah	33.011.350,00	26.320.000,00	10.949.079,17	37.269.079,17	46.997.081,93	4.257.729,17 L	9.728.002,76 L	13.985.731,93 L

**Tabel 23**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Analisa Selisih Biaya Pemasaran tahun 1999**

Fungsi	(1)	(2)	(3)=KSxTV	(4)=(2)+(3)	(5)=KSxT	(6)=(1)-(4)	(7)=(4)-(5)	(8)=(6)+(7)
	Biaya sesungguhnya	Total biaya tetap	Biaya variabel dianggarkan	AFKS	Biaya standar	Selisih anggaran	Selisih kapasitas	Total selisih
Penjualan	15.573.747,61	11.857.142,86	3.060.056,12	14.917.198,98	20.196.370,42	656.548,63 R	5.279.171,44 L	4.622.622,81 L
Pengepakan dan pengiriman	8.818.109,53	6.491.428,58	1.970.599,75	8.462.028,33	8.703.523,50	356.081,20 R	241.495,17 L	114.586,03 R
Kredit dan penagihan	6.685.146,43	3.585.714,28	4.647.903,72	8.233.618,00	8.712.797,88	1.548.471,57 L	4.791.179,88 L	6.339.651,45 L
Administrasi pemasaran	4.327.121,43	3.585.714,28	2.330.861,25	5.916.575,53	6.310.860,00	1.589.454,10 L	394.284,47 L	1.983.738,57 L
Jumlah	35.404.125,00	25.520.000,00	12.009.420,84	37.529.420,84	43.923.551,80	2.125.295,84 L	10.706.130,98 L	12.831.426,80 L

**Tabel 24**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1997**

Fungsi	(1)	(2)	(3)	(4) = (3) : (1) x 100%	(5)	(6) = (5) : (2) x 100%	(7) = (3) + (5)	(8) = (7) : (2) x 100%
	AFKS	Biaya Standar	Selisih anggaran	% Selisih anggaran	Selisih kapasitas	% Selisih kapasitas	Total selisih	% Total selisih
Penjualan	22.883.205,89	42.784.769,13	11.077.336,83 L	48,41 % L	19.901.563,24 L	46,52 % L	30.978.900,07 L	72,41 % L
Pengepakan dan pengiriman	10.655.736,73	10.972.791,50	3.696.762,93 L	34,69 % L	317.054,77 L	2,89 % L	4.013.817,70 L	36,58 % L
Kredit dan penagihan	11.942.277,22	12.337.634,40	5.632.623,65 L	47,14 % L	395.357,18 L	3,20 % L	6.027.980,83 L	48,86 % L
Adminiatrasi pemasaran	6.401.432,71	6.922.473,96	2.813.354,14 L	43,95 % L	521.041,25 L	7,53 L	3.334.395,39 L	48,17 % L



**Tabel 25**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1998**

Fungsi	(1)	(2)	(3)	(4) = (3) : (1) x 100%	(5)	(6) = (5) : (2) x 100%	(7) = (3) + (5)	(8) = (7) : (2) x 100%
	AFKS	Biaya standar	Selisih anggaran	% Selisih anggaran	Selisih kapasitas	% Selisih kapasitas	Total selisih	% Total selisih
Penjualan	16.196.610,62	24.858.531,77	3.770.115,39 L	23,28 % L	8.661.921,15 L	34,85 % L	12.432.036,54 L	50,01 % L
Pengepakan dan pengiriman	7.995.128,45	8.246.097,50	1.184.266,60 R	14,81 % R	250.969,05 L	3,04 % L	933.296,55 R	11,32 % R
Kredit dan penagihan	8.258.852,72	8.666.115,78	2.108.684,86 L	25,53 % L	407.263,06 L	4,70 % L	2.515.947,92 L	29,03 % L
Adminiatrasi pemasaran	4.818.487,38	5.226.336,88	436.805,48 R	9,07 % R	407.849,50 L	7,80 % L	28.955,98 R	0,55 % R

**Tabel 26**  
**Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang**  
**Persentase Selisih Biaya Pemasaran tahun 1999**

Fungsi	(1)	(2)	(3)	(4) = (3) : (1) x 100%	(5)	(6) = (5) : (2) x 100%	(7) = (3) + (5)	(8) = (7) : (2) x 100%
	AFKS	Biaya standar	Selisih anggaran	% Selisih anggaran	Selisih kapasitas	% Selisih kapasitas	Total selisih	% Total selisih
Penjualan	14.917.198,98	20.196.370,42	656.548,63 R	4,40 % R	5.279.171,44 L	26,14 % L	4.622.622,81 L	22,89 % L
Pengepakan dan pengiriman	8.462.028,33	8.703.523,50	356.081,20 R	4,21 % R	241.495,17 L	2,77 % L	115.586,03 R	1,33 % R
Kredit dan penagihan	8.233.618,00	8.712.797,88	1.548.471,57 L	18,81 % L	4.791.179,88 L	54,99 % L	6.339.651,45 L	72,76 % L
Adminiatrasi pemasaran	5.916.575,53	6.310.860,00	1.589.454,10 L	26,86 % L	394.284,47 L	6,25 % L	1.983.738,57 L	31,43 % L



## **B. Pembahasan**

Hasil perhitungan analisis selisih biaya pemasaran dari tahun 1997 sampai dengan 1999 secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa pada tahun 1997 terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 44.355.093,99. Total selisih ini diperoleh dengan cara menjumlahkan jumlah selisih anggaran sebesar Rp. 23.220.077,55 ( laba ) dengan jumlah selisih kapasitas sebesar Rp. 21.135.016,44 ( laba ). Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena adanya perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan.

Pada tahun 1998 terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 13.985.731,93. Total selisih ini diperoleh dengan cara menjumlahkan jumlah selisih anggaran sebesar Rp. 4.257.729,17 ( laba ) dengan jumlah selisih kapasitas sebesar Rp. 9.728.002,76 ( laba ). Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena adanya perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan.

Pada tahun 1999 terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 12.831.426,80. Total selisih ini diperoleh dengan cara menjumlahkan jumlah selisih anggaran sebesar Rp. 2.125.295,84 ( laba ) dengan jumlah selisih kapasitas sebesar Rp. 10.706.130,98 ( laba ). Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena adanya perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan.

Berikut akan dijelaskan selisih yang terjadi pada setiap fungsi pemasaran pada tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 :

#### **1. Fungsi penjualan**

Pada tahun 1997, dalam rupiah terjadi total selisih menguntungkan sebesar Rp. 30.978.900,07 total selisih yang menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 11.077.336,83 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 19.901.563,24 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar 72,41 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 46,52 % dan selisih anggaran yang menguntungkan sebesar 48,41 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena

perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga terjadi pembatalan perjalanan dinas dan biaya supplies tidak terlalu besar sehingga biaya pemasaran sesungguhnya mengalami penurunan.

Pada tahun 1998, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 12.432.036,54 total selisih yang menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 3.770.115,39 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 8.661.921,15 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar 50.01 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 34,85 % dan selisih anggaran yang menguntungkan sebesar 23,28 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga terjadi pembatalan perjalanan dinas dan biaya supplies tidak terlalu besar sehingga biaya pemasaran sesungguhnya mengalami penurunan.

Pada tahun 1999, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 4.622.622,81 total selisih yang menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 656.548,63 ( rugi ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 5.279.171,44 ( laba ). Sedangkan dengan persentase

menguntungkan sebesar 48,41 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya angkut penjualan tidak terlalu besar dan biaya supplies yang tidak terlalu besar.

Pada tahun 1998, dalam rupiah terjadi total selisih tidak menguntungkan sebesar Rp. 933.296,55 total selisih tidak menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 1.184.266,60 ( rugi ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 250.969,05 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih tidak menguntungkan sebesar 11,32 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 3,04 % dan selisih anggaran tidak menguntungkan sebesar 14,81 %. Selisih anggaran yang tidak menguntungkan ini diduga karena tindakan perusahaan tidak bisa menekan biaya yang dikeluarkan, karena belum mampu menggunakan anggaran perusahaan dengan baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih tidak menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya supplies mengalami kenaikan.

Pada tahun 1999, dalam rupiah terjadi total selisih yang tidak menguntungkan sebesar Rp. 115.586,03 total selisih yang tidak

menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 356.081,20 ( rugi ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 241.495,17 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih tidak menguntungkan sebesar 1,33 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 2,77 % dan selisih anggaran tidak menguntungkan sebesar 4,21 %. Selisih anggaran yang tidak menguntungkan ini diduga karena tindakan perusahaan tidak bisa menekan biaya yang dikeluarkan, karena belum mampu menggunakan anggaran perusahaan dengan baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih tidak menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya supplies, biaya angkut penjualan, dan biaya penjualan lain-lain mengalami kenaikan.

Pada fungsi ini dari tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 terjadi total selisih yang menguntungkan, dimana pada tahun 1997 terjadi total selisih yang menguntungkan dan tahun 1999 terjadi total selisih yang tidak menguntungkan tetapi persentase penyimpangan di bawah 5 %, maka pada tahun 1997 dan tahun 1999 pemanfaatan biaya pemasaran dikatakan efisien sedangkan pada tahun 1998 dapat dikatakan belum efisien.

### **3. Fungsi kredit dan penagihan**

Pada tahun 1997, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 6.027.980,83 total selisih yang menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 5.632.623,65 ( laba ) dengan selisih

kapasitas sebesar Rp. 395.357,18 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar 48,86 %, selisih kapasitas tidak menguntungkan sebesar 3,20 % dan selisih anggaran yang menguntungkan sebesar 47,14 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena langganan perusahaan tepat waktu dalam melunasi hutangnya.

Pada tahun 1998, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 2.515.947,92 total selisih menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 2.108.684,86 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 407.263,06 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih menguntungkan sebesar 29,03 %, selisih kapasitas menguntungkan sebesar 4,70 %, dan selisih anggaran tidak menguntungkan sebesar 25,53 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena langganan perusahaan tepat waktu dalam melunasi hutangnya.



Pada tahun 1999, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 6.339.651,45 total selisih menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 1.548.471,57 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 4.791.179,88 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih menguntungkan sebesar 72,76 %, selisih kapasitas menguntungkan sebesar 54,99 %, dan selisih anggaran tidak menguntungkan sebesar 18,81 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena langganan perusahaan tidak tepat waktu dalam melunasi hutangnya.

Pada fungsi ini selama tiga tahun terjadi total selisih yang menguntungkan, dimana pada tahun 1997, 1998 dan 1999 terjadi total selisih menguntungkan, maka pada tahun 1997, 1998 dan 1999 pemanfaatan biaya pemasaran dikatakan efisien.

#### **4. Fungsi administrasi pemasaran**

Pada tahun 1997, dalam rupiah terjadi total selisih menguntungkan sebesar Rp. 3.334.395,39 total selisih menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 2.813.354,14 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 521.041,25 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total

selisih yang menguntungkan sebesar 48,17 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 7,53 % dan selisih anggaran yang menguntungkan sebesar 43,95 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas menguntungkan ini diduga karena dapat dicapainya kapasitas normal yang telah ditentukan. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya supplies tidak terlalu besar.

Pada tahun 1998, dalam rupiah terjadi total selisih tidak menguntungkan sebesar Rp. 28.955,98 total selisih tidak menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 436.805,48 ( rugi ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 407.849,50 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih tidak menguntungkan sebesar 0,55 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 7,80 % dan selisih anggaran tidak menguntungkan sebesar 9,07 %. Selisih anggaran yang tidak menguntungkan ini diduga karena tindakan perusahaan tidak bisa menekan biaya yang dikeluarkan, karena belum mampu menggunakan anggaran perusahaan dengan baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang tidak menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya supplies mengalami kenaikan.

Pada tahun 1999, dalam rupiah terjadi total selisih yang menguntungkan sebesar Rp. 1.983.738,57 total selisih yang menguntungkan diperoleh dari penjumlahan selisih anggaran sebesar Rp. 1.589.454,10 ( laba ) dengan selisih kapasitas sebesar Rp. 394.284,47 ( laba ). Sedangkan dengan persentase terdapat total selisih yang menguntungkan sebesar 31,43 %, selisih kapasitas yang menguntungkan sebesar 6,25 % dan selisih anggaran yang menguntungkan sebesar 26,86 %. Selisih anggaran yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan telah mampu menggunakan anggaran perusahaan secara baik. Selisih kapasitas yang menguntungkan ini diduga karena perusahaan sudah baik dalam pengelolaan produknya. Total selisih yang menguntungkan ini diduga karena pengeluaran biaya supplies tidak terlalu besar.

Pada fungsi ini dari tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 terjadi total selisih yang menguntungkan, dimana pada tahun 1997 dan tahun 1999 terjadi total selisih menguntungkan serta tahun 1998 terjadi total selisih tidak menguntungkan tetapi persentase penyimpangan di bawah 5 %, maka pada tahun 1997 , 1998 dan 1999 pemanfaatan biaya pemasaran dikatakan efisien.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Setelah dilakukan analisis selisih data biaya pemasaran yang diperoleh dari Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang, maka dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

##### **1. Analisis selisih biaya pemasaran secara keseluruhan**

Pada tahun 1997 telah terjadi total selisih biaya pemasaran yang menguntungkan sebesar Rp. 44.355.093,99 atau dalam persentase sebesar 57,70%. Dari hasil analisis dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada tahun 1997 pemanfaatan biaya pemasaran pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang dapat dikatakan efisien karena terjadi selisih yang menguntungkan.

Pada tahun 1998 telah terjadi total selisih biaya pemasaran yang menguntungkan sebesar Rp. 13.985.731,93 atau dalam persentase sebesar 29,76%. Dari hasil analisis dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada tahun 1998 pemanfaatan biaya pemasaran pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang dapat dikatakan efisien karena terjadi selisih yang menguntungkan.

Pada tahun 1999 telah terjadi total selisih biaya pemasaran yang menguntungkan sebesar Rp. 12.831.426,80 atau dalam persentase sebesar 29,21%. Dari hasil analisis dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada tahun 1999 pemanfaatan biaya pemasaran pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmidia Palembang dapat dikatakan efisien karena terjadi selisih yang menguntungkan.

## 2. Analisis selisih biaya pemasaran per fungsi

Dari hasil analisis selisih yang dilakukan pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmidia Palembang pada tahun 1997 pada fungsi penjualan, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi kredit dan penagihan, serta fungsi administrasi pemasaran dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan biaya pemasaran sudah efisien, ini dapat dilihat dari hasil analisis yang dilakukan yaitu hasil selisih yang menguntungkan yaitu pada fungsi penjualan sebesar Rp. 30.978.900,07 atau 72,41 %, fungsi pengepakan dan pengiriman sebesar Rp. 4.013.817,70 atau 36,58 %, fungsi kredit dan penagihan sebesar Rp. 6.027.980,83 atau 48,86 %, serta fungsi administrasi pemasaran sebesar Rp. 3.334.395,39 atau 48,17 %.

Dari hasil analisis selisih yang dilakukan pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmidia Palembang pada tahun 1998 pada fungsi pengepakan dan pengiriman dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan biaya pemasaran belum efisien, ini dapat dilihat dari hasil analisis yang

dilakukan yaitu hasil selisih tidak menguntungkan yaitu pada fungsi pengepakan dan pengiriman sebesar Rp. 933.296,55 atau 11,32 %. Sedangkan fungsi penjualan, fungsi kredit dan penagihan, serta fungsi administrasi pemasaran pemanfaatannya sudah efisien. Ini terbukti dari jumlah yang terjadi pada fungsi penjualan terjadi selisih menguntungkan sebesar Rp. 12.432.036,54 atau 50,01 %, fungsi kredit dan penagihan terjadi selisih menguntungkan sebesar Rp. 2.515.947,92 atau 29,03 %, serta fungsi administrasi pemasaran terjadi total selisih tidak menguntungkan tetapi persentase penyimpangan dibawah 5 % sebesar Rp. 28.955,98 atau 0,55 %.

Dari hasil analisis selisih yang dilakukan pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang pada tahun 1999 pada fungsi penjualan, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi kredit dan penagihan, serta fungsi administrasi pemasaran pemanfaatannya sudah efisien. Ini terbukti dari jumlah yang terjadi pada fungsi penjualan terjadi selisih menguntungkan sebesar Rp. 4.622.622,81 atau 22,89 %, pada fungsi administrasi pemasaran terjadi selisih menguntungkan sebesar Rp. 1.983.738,57 atau 31,43 %, pada fungsi kredit dan penagihan terjadi selisih menguntungkan sebesar Rp. 6.339.651,45 atau 72,76%, serta pada fungsi pengepakan dan pengiriman terjadi selisih tidak menguntungkan tetapi persentase penyimpangan di bawah 5 % sebesar Rp. 115.586,03 atau 1,33 %.

## **B. KETERBATASAN PENELITIAN**

Dalam melakukan penelitian pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang penulis mengalami hambatan, hambatan yang ada penulis jadikan sebagai keterbatasan dalam penulisan. Keterbatasan tersebut yaitu data yang diperoleh sangat terbatas.

Dengan demikian kesimpulan yang diambil hanya terbatas pada data yang diperoleh dan hanya berlaku pada Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia.

## **C. SARAN**

Berdasarkan hasil perolehan data dan analisis selisih yang telah dilakukan oleh penulis dan dari kesimpulan diatas, khususnya mengenai pemanfaatan biaya pemasaran, maka penulis berusaha mengajukan beberapa saran. Saran yang diajukan sebagai berikut :

1. Walaupun secara umum pemanfaatan biaya pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Abdi Sesama Unit Toko Buku Kasmedia Palembang pada tahun 1997 sampai dengan 1999 sudah dikatakan efisien, perusahaan perlu meninjau ulang mengapa sampai bisa terjadi selisih baik selisih yang menguntungkan maupun selisih yang tidak menguntungkan dan mencari fakta-fakta apa saja yang menyebabkan terjadinya selisih.

2. Perusahaan membuat perencanaan yang lebih matang untuk dapat menyusun anggaran biaya pemasaran yang baik sehingga tidak terjadi selisih yang terlalu besar baik selisih yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Mulyadi**

1993, *Akuntansi Biaya*, **BPFE, Yogyakarta.**

1993, *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*, **STIE YKPN, Yogyakarta.**

**Stanton, William J. 1985, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.**

### **Supriyono, R. A.**

1987, *Konsep Dasar Akuntansi Manajemen*, **BPFE, Yogyakarta**

1991, *Struktur Pengendalian Manajemen*, **BPFE dan STIE YKPN, Yogyakarta.**

1992, *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, **BPFE, Yogyakarta.**

1993, *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Data Relevan untuk Pembuatan Keputusan*, **BPFE, Yogyakarta.**

## **DAFTAR PERTANYAAN**

### **I. Gambaran Umum Perusahaan**

#### **A. Pendirian Perusahaan**

1. Kapan perusahaan didirikan ?
2. Nomor berapa akte pendirian perusahaan dan oleh siapa disahkan ?
3. Apa yang menjadi tujuan pendirian perusahaan ?

#### **B. Bentuk Perusahaan**

1. Apa bentuk perusahaan ?
2. Bergerak dalam bidang apakah perusahaan ini ?

#### **C. Struktur Organisasi**

1. Bagaimana bentuk struktur organisasi perusahaan ?
2. Bagian apa saja yang ada dalam perusahaan ?
3. Bagaimana wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam perusahaan ?

#### **D. Permodalan**

1. Bagaimana cara perusahaan memperoleh modal ?
2. Apa saja sumber modal perusahaan ?

## **II. Pemasaran**

### **A. Produk**

1. Di daerah mana saja pemasaran produknya ?
2. Siapa konsumen yang dituju ?

### **B. Harga**

1. Bagaimana penentuan harga jualnya ?
2. Apakah ada potongan harga ?
3. Apakah ada perlakuan khusus dalam penentuan harga ?

### **C. Fungsi Penjualan**

1. Apakah perusahaan melaksanakan fungsi penjualan ?
2. Bagaimana perincian biaya penjualan untuk tahun 1997, 1998, dan 1999 ?
3. Berapa volume penjualan untuk tahun 1997, 1998, dan 1999 ?
4. Berapa jumlah karyawan yang terdapat dalam fungsi penjualan ?
5. Berapa kapasitas normal untuk hasil penjualan produk perusahaan ?
6. Berapa kapasitas sesungguhnya untuk hasil penjualan produk perusahaan ?

### **D. Fungsi Pengepakan dan Pengiriman**

1. Apakah perusahaan melaksanakan fungsi pengepakan dan pengiriman ?
2. Bagaimana perincian biaya untuk fungsi pengepakan dan pengiriman untuk tahun 1997, 1998, dan 1999 ?
3. Berapa jumlah karyawan yang terdapat dalam fungsi pengepakan dan pengiriman ?

4. Alat apakah yang digunakan untuk pengiriman ?
5. Apa yang dilakukan dalam fungsi pengepakan ?
6. Berapa rata-rata berat produk biasa terjual untuk setiap tahunnya ?

E. Fungsi Kredit dan Penagihan

1. Apakah perusahaan melaksanakan fungsi kredit dan penagihan ?
2. Bagaimana perincian biaya untuk fungsi kredit dan penagihan untuk tahun 1997,1998, dan 1999 ?
3. Berapa kali terjadi penagihan rata-rata setiap tahunnya ?
4. Berapa jumlah karyawan dalam fungsi kredit dan penagihan ?

F. Fungsi Administrasi Pemasaran

1. Apakah perusahaan melaksanakan fungsi administrasi pemasaran ?
2. Bagaimana perincian biaya untuk fungsi administrasi pemasaran untuk tahun 1997,1998, dan 1999 ?
3. Berapa jumlah karyawan yang terdapat dalam fungsi administrasi pemasaran ?
4. Berapa kali terjadi faktur penjualan rata-rata setiap tahunnya ?
5. Apakah perusahaan membuat anggaran biaya pemasaran ?
6. Kalau ya, berapa besar anggaran biaya pemasaran untuk tahun 1997, 1998, dan 1999 ?



# KOPERASI KARYAWAN ABDI SESAMA

JALAN KOLONEL ATMO No. 480/4 TELP. (0711) 27450  
PALEMBANG 30125

BADAN HUKUM No. 001931/BH/XX, TANGGAL 29 JUNI 1976

## SURAT KETERANGAN

No. : 019/KOS.0/XX/2000

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Alb. Samingin  
Jabatan : Ketua Koperasi Abdi Sesama  
Palembang

dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : Hendrikus Wijanarko  
No. MHS : 962114021  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Universitas : Sanata Dharma Yogyakarta

telah melakukan penelitian dan observasi di Koperasi Abdi Sesama Palembang selama bulan September dan Oktober Tahun 2000, guna keperluan Penyusunan Skripsi dengan judul : Evaluasi, Efisiensi Biaya Pemasaran.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dan dapat dipergunakan sesuai dengan keperluan.

Palembang, 31 Oktober 2000  
Pengurus Kop. Abdi Sesama Plg



Alb. Samingin

K e t u a

