

**ABSTRAK**  
**EVALUASI PENGENDALIAN BIAYA PEMASARAN**  
**Studi Kasus: Pada Perusahaan Tekstil Kusumatex, Yogyakarta**

**Antonius Sigit Pramono**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2004**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengendalian biaya pemasaran pada Perusahaan Tekstil Kusumatex, Yogyakarta sudah efisien.

Penelitian studi kasus ini dilakukan di Perusahaan Tekstil Kusumatex, Yogyakarta pada bulan Oktober sampai dengan November 2003. Data penelitian diperoleh dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (1) menyusun anggaran biaya pemasaran atas dasar jenis atau elemen biaya pemasaran, (2) menyusun tabel realisasi biaya pemasaran, (3) menghitung pembebanan biaya pemasaran setiap fungsi atas dasar tarif standar, (4) menganalisa selisih biaya pemasaran, (5) menganalisa naik-turun persentase biaya pemasaran.

Dari hasil analisis data diketahui ada selisih biaya pemasaran sebagai berikut: (1) pada tahun 2000 terdapat selisih biaya pemasaran bersifat menguntungkan sebesar Rp 895.711,03 (0,523%), (2) pada tahun 2001 terdapat selisih biaya pemasaran bersifat menguntungkan sebesar Rp 6.438.361,45 (3,415%), (3) dan pada tahun 2002 terdapat selisih biaya pemasaran bersifat menguntungkan sebesar Rp 2.125.268,47 (0,981%). Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa pengendalian biaya pemasaran Perusahaan Tekstil Kusumatex, Yogyakarta dapat dilakukan dengan efisien. Untuk itu perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan pengendalian biaya pemasaran pada setiap fungsi.

**ABSTRACT**  
**THE EVALUATIONS ON MARKETING COST CONTROL**  
**A Case Study: In Kusumatex Textile Company, Yogyakarta**

**Antonius Sigit Pramono**  
**Sanata Dharma University**  
**Yogyakarta**  
**2004**

This research aims to find out whether the marketing cost control in Kusumatex Textile Company in Yogyakarta has been efficient.

This case study research is carried out in Kusumatex Textile Company Yogyakarta, from October until November 2003. The research data was collected by interviews, observations and documentation techniques. To answer the problems in the research, the researcher made some steps as follows: (1) arranging marketing cost budget based on the basic type or marketing cost element, (2) arranging the table of the realization of marketing cost, (3) calculating the imposing of marketing cost for each function based on standard rate. (4) analysing the difference of marketing cost, (5) analysing the fluctuating of the marketing cost percentage.

From the data analysis results, it is found that the marketing cost differences are as follows: (1) in the year 2000 there was a profitable marketing cost difference in the amount of Rp 895.711,03 (0,523%), (2) in the year 2001 there was a profitable marketing cost difference in the amount of Rp 6.438.361,45 (3,415%), (3) and in the year of 2002 there was a profitable marketing cost difference in the amount of Rp 2.125.268,47 (0,981%). From the analysis results, it can be concluded that the marketing cost control in Kusumatex Textile Company, Yogyakarta is efficient.