

ABSTRAK

EVALUASI TARIF PEMASANGAN IKLAN PADA SURAT KABAR MELALUI BIRO IKLAN DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *VARIABEL COSTING*

STUDI KASUS PADA PT GALANG TITIAN KREASI

Ivone Ernawati

NIM: 982114127

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara jumlah tarif pemasangan iklan yang ditentukan oleh Perusahaan dengan jumlah tarif yang ditentukan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variabel costing*.

Jenis penelitian ini berupa studi kasus pada PT Galang Titian Kreasi Jalan Angrek 3 no. 34 Baciro Baru, Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah: menyajikan data yang berhubungan dengan penentuan tarif, dan menghitung tarif dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variabel costing*, selanjutnya membandingkan tarif yang ditetapkan Perusahaan dengan teori.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) terdapat perbedaan antara perhitungan jumlah tarif pada Perusahaan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *variabel costing*. (2) selisih perhitungan menurut Perusahaan dengan teori adalah iklan kolom sebesar 49,85% dan iklan display sebesar 21,78%.

ABSTRACT

AN EVALUATION OF THE ADVERTISING TARIFF ON NEWSPAPER THROUGH ADVERTISING BUREAU USING COST PLUS PRICING METHOD WITH VARIABLE COSTING APPROACH

A CASE STUDY AT PT GALANG TITIAN KREASI YOGYAKARTA

Ivone Ernawati

NIM : 982114127

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2004

The aim of this research was to know the difference between the advertising price determined by PT Galang Titian Kreasi with the one using cost plus pricing method with variabel costing.

The kind of this research is a case study at PT Galang Titian Kreasi, Angrek street 3 no. 34 Baciro Baru, Yogyakarta. Data collecting was done by interview and documentation.

The data was analyzed by following steps: Show the date related with price determination, and calculate price using cost plus pricing method with variabel costing, and then compare the price determination done by the company and the one in theoretical base.

The result of the analysis showed that: 1) it was found the difference in price calculation between the one calculated by the company and the one using cost plus pricing method with variable costing. 2) Those differences are 49,85 % for column advertising and 21,78 % for display advertising.