

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN

Studi kasus pada RRI Cabang Madya Yogyakarta

Anik Suryani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Bagaimana penentuan tarif pemasangan iklan di radio RRI Cabang Madya Yogyakarta. 2) Bagaimana penentuan tarif pemasangan iklan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. 3) Apakah penentuan tarif pemasangan iklan di RRI sudah tepat dibanding penentuan tarif pemasangan iklan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian dilakukan bulan Mei sampai dengan Juni tahun 2002 di RRI Cabang Madya Yogyakarta. Data yang diteliti adalah anggaran biaya produksi dan biaya non-produksi serta tarif pemasangan iklan tahun 2002.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode deskriptif dan metode komparatif. Tahap-tahap yang digunakan untuk menjawab permasalahan adalah sebagai berikut: 1) Peneliti akan mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan yang ditetapkan RRI Cabang Madya Yogyakarta. 2) Peneliti akan mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. 3) Peneliti akan membandingkan dan menganalisis ketepatan besarnya tarif pemasangan iklan di RRI Cabang Madya Yogyakarta. Kriteria penarikan kesimpulan adalah sebagai berikut: Jika tarif iklan hasil hitungan penulis lebih besar dibandingkan tarif yang ditetapkan perusahaan, dan dapat mencapai laba yang diharapkan RRI, maka tarif iklan hasil hitungan penulis dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dapat dikatakan tepat. Dengan asumsi bahwa besarnya biaya yang dikeluarkan untuk siaran iklan adalah sama.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penentuan tarif pemasangan iklan yang ditetapkan RRI Cabang Madya Yogyakarta tidak tepat dibanding penentuan tarif yang digunakan peneliti, karena besarnya tarif hasil hitungan peneliti lebih besar dibanding tarif yang ditetapkan RRI Cabang Madya Yogyakarta dan dapat mencapai laba yang diharapkan oleh RRI Cabang Madya Yogyakarta dengan besarnya tarif Rp16.428,27 dan laba yang dapat dicapai sebesar Rp 480.023.236,7 melebihi laba yang diharapkan RRI Cabang Madya Yogyakarta sebesar Rp 480.000.000,00

ABSTRACT

An Evaluation on the Determination of Inserting Advertisement Rate

A Case Study at RRI Cabang Madya Yogyakarta

Anik Suryani

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2002

The purpose of the research were to know about: 1) How to determine the inserting advertisement rate in RRI Cabang Madya Yogyakarta. 2) How to determine the inserting advertisement using the cost plus pricing method with a full costing approach. 3) Whether or not the determination of inserting advertisement rate was suitable compared to the cost plus pricing method with a full costing approach.

The techniques used for analysis datas were interview, documentation, and observation. The research was done from May to June 2002 in RRI Cabang Madya Yogyakarta. The data used were budget for production cost and non production cost in 2002.

The method for analyzing the data were descriptive method and comparative method. The steps used to answer the problem were: 1) Describing the determination of inserting advertisement rate conducted by RRI Cabang Madya Yogyakarta. 2) Describing the determination of inserting advertisement rate using the cost plus pricing method with a full costing approach. 3) Comparing and analyzing the exact calculation for inserting advertisement rate in RRI Cabang Madya Yogyakarta. The conclusion was obtained using some criteria as mentioned below: if the calculation of advertisement rate from the research was bigger than the one mentioned by firm, and got more profit than what have been predicted, the research concluded that the calculation using the cost plus pricing method with a full costing approach was accurate enough according to assumption that the cost calculation which was used for the advertisement had the same account.

The result of the analysis showed that the determination for inserting advertisement maintained by RRI Cabang Madya Yogyakarta was quite different if compared with the one calculated by the research, because the resultive calculation from the researcher was bigger than the calculation maintained by RRI Cabang Madya Yogyakarta. The tariff according to the research was for Rp 16.428,27 which could achieve the profit of Rp 480.023.236,7, bigger than the profit expected by RRI Cabang Madya Yogyakarta (Rp 480.000.000,00).