

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship of budgeting and responsibility accounting in supporting the quality of decision making in order to achieve cost efficiency of marketing at PT "X" Batam. The method used by the writer was descriptive method, which were realized by analyzing and making conclusions based on comparisons between data obtained by the relevant theory. Financial data used in this research was the realization and budget data of marketing costs of PT "X" Batam from 2005 to 2009 period.

From the research result showed that the implementation of budgeting and responsibility accounting of PT "X" Batam was quite good, despite the inefficiency of marketing costs in 2009. It really did not indicate a bad thing, because PT "X" Batam is promoting its first branch on the island of Tanjung Pinang. While the years 2005-2008, the cost efficiency of marketing of PT "X" Batam has been reached, as is evident from the percentage deviations below the specified tolerance limit of 10% of marketing budget. This showed that the implementation of budgeting and responsibility accounting to support the cost efficiency of marketing. In short, there was a positive relationship between budgeting and responsibility accounting to marketing cost efficiency.

Keywords: Budgeting, Responsibility Accounting, Cost Efficiency, Marketing, Quality of Decision Making.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang kualitas pengambilan keputusan guna mencapai efisiensi biaya pemasaran pada PT “X” Batam. Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif, yang diwujudkan dengan melakukan analisis dan membuat simpulan berdasarkan perbandingan antara data yang diperoleh dengan teori yang relevan. Data keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data anggaran dan realisasi biaya pemasaran PT “X” Batam tahun 2005-2009.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelaksanaan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban PT “X” Batam cukup baik, walaupun terjadi inefisiensi biaya pemasaran pada tahun 2009. Hal tersebut sebenarnya tidak menunjukkan hal yang buruk, karena PT “X” Batam sedang mempromosikan cabang pertamanya di pulau Tanjung Pinang. Sedangkan tahun 2005-2008, efisiensi biaya pemasaran PT “X” Batam sudah tercapai, ini terbukti dari persentase penyimpangan yang terjadi berada di bawah batas toleransi yang ditetapkan yaitu 10% dari anggaran biaya pemasaran. Ini menunjukkan bahwa penerapan penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang efisiensi biaya pemasaran. Singkatnya, terdapat hubungan positif antara penganggaran dan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran.

Kata kunci: Penganggaran, Akuntansi Pertanggungjawaban, Efisiensi Biaya Pemasaran, Kualitas Pengambilan Keputusan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11

2.1.1 Anggaran.....	11
2.1.1.1 Pengertian Anggaran.....	11
2.1.1.2 Karakteristik Anggaran.....	12
2.1.1.3 Fungsi Anggaran.....	13
2.1.1.4 Manfaat Anggaran.....	14
2.1.2 Akuntansi Pertanggungjawaban.....	15
2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban.....	15
2.1.2.2 Pusat Pertanggungjawaban.....	18
2.1.2.3 Karakteristik Akuntansi Pertanggungjawaban.....	20
2.1.2.4 Tujuan dan Manfaat Akuntansi Pertanggungjawaban.....	22
2.1.2.5 Syarat-syarat Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban..	24
2.1.2.6 Biaya Terkendali dan Biaya Tidak Terkendali.....	27
2.1.2.7 Klasifikasi dan Kode Rekening untuk Akuntansi Pertanggungjawaban.....	28
2.1.3 Biaya Pemasaran.....	30
2.1.3.1 Pengertian Biaya pemasaran.....	30
2.1.3.2 Penggolongan Biaya Pemasaran.....	30
2.1.3.3 Karakteristik Biaya Pemasaran.....	32
2.1.3.4 Anggaran Biaya Pemasaran.....	33
2.2 Rerangka Pemikiran.....	37
2.2.1 Hubungan Akuntansi Pertanggungjawaban dengan Penganggaran.....	37
2.2.2 Hubungan Akuntansi Pertanggungjawaban dengan Efisiensi Biaya Pemasaran.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Objek Penelitian.....	45
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
3.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	46
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.2.1 Periode Penelitian.....	51
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.2.4 Teknik Pengolahan Data dan Uji Hipotesis.....	56
3.2.4.1 Teknik Pengolahan Data.....	56
3.2.4.2 Uji Hipotesis.....	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban pada PT “X” Batam.....	60
4.1.1 Struktur Organisasi.....	60
4.1.2 Penyusunan Anggaran.....	62
4.1.2.1 Kebijakan Anggaran PT “X” Batam.....	62
4.1.2.2 Pedoman Penyusunan Anggaran PT “X” Batam.....	63
4.1.2.3 Prosedur Penyusunan Anggaran PT “X” Batam.....	63
4.1.2.4 Penyusunan Anggaran Pemasaran PT “X” Batam.....	65
4.1.2.5 Penetapan Kriteria Pengukuran Kinerja Manajer Pusat Biaya.....	65
4.1.3 Pemisahan Biaya Terkendali dan Tidak Terkendali dalam Anggaran Pemasaran PT “X” Batam.....	65

4.1.4 Pengklasifikasian Kode Rekening.....	68
4.1.5 Laporan Pertanggungjawaban.....	69
4.2 Efisiensi Biaya Pemasaran pada PT “X” Batam.....	71
4.3 Peranan Anggaran dalam Menunjang Efisiensi Biaya Pemasaran pada PT “X” Batam.....	73
4.4 Peranan Akuntansi Pertanggungjawaban dalam Menunjang Efisiensi Biaya Pemasaran pada PT “X” Batam.....	75
4.5 Pengujian Hipotesis.....	77
4.5.1 Hubungan Akuntansi Pertanggungjawaban dengan Penganggaran.....	77
4.5.2 Hubungan Akuntansi Pertanggungjawaban dengan Efisiensi Biaya Pemasaran.....	79
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
5.3 Keterbatasan.....	84
 DAFTAR PUSTAKA.....	 86
DAFTAR LAMPIRAN.....	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT “X” Batam.....	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Kode Perkiraan Neraca dan Laba/Rugi PT “X” Batam.....68
Tabel 4.2	Anggaran dan Realisasi Biaya Pemasaran PT “X” Batam Tahun 2005-2009.....72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Laporan Realisasi dan Anggaran PT “X” Batam Tahun 2005-2009
Lampiran B	Gambar Proyek PT “X” Batam