

ABSTRACT

Marketing represent important matter in company. Good company have to be clever progressively in applying correct strategy for the shake of continuity of effort life. Specially the desire to yield advantage making all entrepreneur more raced in running effort, unconsciously this matter is very difficult to be reached economic in a condition of this time. This writing target is to know marketing expense influence to sale improvement at CV. X Bandung.

Writing method taken is approach qualitative having the character of eksploratif and in form of case study, field study performedly is direct perception, interview unrightiously is related.

From conducted evaluation, obtained result that Expense of marketing have an effect on to the increasing of sale in CV. X, others the writer have done analysis that sale is also influenced by existence of internal factor and factor eksternal. Where there are relation of sale, internal factor and factor eksternal. With existence of influence between internal factor and factor of eksternal to sale, hence the company have to can do review will what have been happened in year previously, become can be done by improvement if there is feebleness at sector of exist in company so that support company to obtain get better sale in next year.

From finding is above company suggested to classify marketing expense of pursuant to marketing function, so that the company earn easily compare marketing expense is there, and the company earn easily conduct repair action and analysis swiftly in the event of it's deviation.

Keyword : Marketing Expense influence sale.

ABSTRAK

Pemasaran merupakan hal penting dalam perusahaan. Perusahaan yang baik harus semakin pandai dalam menerapkan suatu strategi yang tepat demi kelangsungan hidup usahanya. Khususnya keinginan untuk menghasilkan keuntungan yang membuat para pengusaha lebih terpacu dalam menjalankan usahanya, tanpa disadari hal ini sangat sulit untuk dicapai dalam kondisi ekonomi pada saat sekarang ini. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada CV. X di Bandung

Metode penulisan yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat eksploratif (menjelajah) dan berbentuk studi kasus, studi lapangan dengan mengadakan pengamatan langsung, wawancara dengan pihak-pihak yang terkait.

Dari evaluasi yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa Biaya pemasaran berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan di CV. X, selain itu penulis telah melakukan analisis bahwa penjualan juga dipengaruhi oleh adanya faktor internal dan faktor eksternal. Dimana terdapat hubungan antara penjualan, faktor internal dan faktor eksternal. Dengan adanya pengaruh antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap penjualan, maka perusahaan harus dapat melakukan *review* akan apa yang sudah terjadi di tahun yang sebelumnya, jadi dapat dilakukan peningkatan jika ada kelemahan pada sektor-sektor yang ada di perusahaan sehingga menunjang perusahaan untuk memperoleh penjualan yang lebih baik di tahun yang akan datang.

Dari temuan diatas perusahaan disarankan untuk menggolongkan biaya pemasaran berdasarkan fungsi pemasaran, sehingga perusahaan dapat dengan mudah membandingkan biaya pemasaran yang sudah ada, dan perusahaan dapat dengan mudah melakukan analisis dan tindakan perbaikan dengan cepat apabila terjadinya penyimpangan-penyimpangan.

Kata kunci :Biaya pemasaran mempengaruhi penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
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	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.6 Metoda Penelitian.....	6
1.7 Lokasi Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Akuntansi Biaya dan Biaya.....	8

2.1.1	Pengertian Akuntansi Biaya	8
2.1.2	Fungsi Akuntansi Biaya.....	9
2.1.3	Tujuan Akuntansi Biaya	9
2.2	Pengertian dan Klasifikasi	11
2.2.1	Pengertian Biaya (Cost)	11
2.2.2	Klasifikasi Biaya	12
2.3	Pemasaran	21
2.3.1	Pengertian Umum Tentang Biaya Pemasaran	21
2.3.2	Pengertian Pemasaran	21
2.3.3	Tujuan Pemasaran.....	22
2.3.4	Pengertian Biaya Pemasaran.....	23
2.3.5	Pengendalian Biaya Pemasaran	25
2.3.6	Orientasi Perusahaan Terhadap Pemasaran	26
2.3.7	Proses Pemasaran.....	29
2.3.8	Analisis Biaya Pemasaran.....	32
2.4	Pengertian Penjualan.....	35
2.5	Hubungan Biaya Pemasaran Dengan Pendapatan Penjualan.....	37
2.6	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	38
BAB III OBJEK PENELITIAN.....		40
3.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	40
3.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	41
3.3	Aktivitas Bagian Pemasaran	46
3.4	Metode Penelitian	47

3.4.1 Definisi Metode Penelitian	47
3.4.2 Langkah-langkah Penelitian	48
3.4.3 Responden.....	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MASALAH	50
4.1 Hasil Penelitian Secara Umum	50
4.2 Pembahasan Masalah.....	51
4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Naik Turunnya Penjualan CV. X	68
4.4 Hubungan Antara Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Penjualan pada CV. X	70
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
 DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS(<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Diagram I Struktur Organisasi Perusahaan	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Jenis Barang Dagangan Chemical 50
Tabel II	Laporan Penjualan Produk CV. X 50
Tabel III	Gaji Salesman per Tahun..... 51
Tabel IV	Biaya Perjalanan Dinas Salesman per Tahun 52
Tabel V	Biaya Pemeliharaan Bangunan Bagian Penjualan per Tahun..... 52
Tabel VI	Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor Bagian Penjualan per Tahun 52
Tabel VII	Penyusutan Bangunan Bagian Penjualan per Tahun 53
Tabel VIII	Biaya Promosi per Tahun 53
Tabel IX	Gaji Bagian Gudang per Tahun 54
Tabel X	Bongkar Muat Barang per Tahun 54
Tabel XI	Biaya Pemeliharaan Bangunan Bagian Pergudangan per Tahun... 54
Tabel XII	Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor Bagian Pergudangan per Tahun 55
Tabel XIII	Penyusutan Bangunan Bagian Pergudangan per Tahun 55
Tabel XIV	Gaji Supir Bagian Pengiriman (ekspedisi) per Tahun 56
Tabel XV	Biaya Pengiriman per Tahun 56
Tabel XVI	Biaya Packing per Tahun 56
Tabel XVII	Biaya Pemeliharaan Kendaraan Bermotor per Tahun 57
Tabel XVIII	Penyusutan Kendaraan Bermotor per Tahun 57
Tabel XIX	Biaya Bahan Bakar Bagian Pengepakan dan Pengiriman per Tahun 58

Tabel XX	Tunjangan Pajak dan Biaya Keperluan Kantor per Tahun	58
Tabel XXI	Rincian Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran CV.X.....	59
Tabel XXII	Gaji Direksi per Tahun	60
Tabel XXIII	Gaji Bagian Administrasi per Tahun	60
Tabel XXIV	Gaji Supir Bagian Umum per Tahun	60
Tabel XXV	Listrik Bagian Administrasi dan Umum per Tahun.....	61
Tabel XXVI	Air PAM Bagian Administrasi dan Umum per Tahun	61
Tabel XXVII	Telepon Bagian Administrasi dan Umum per Tahun	61
Tabel XXVIII	Tunjangan Hari Raya per Tahun.....	61
Tabel XXIX	Biaya Pemeliharaan Bangunan Bagian Administrasi dan Umum per Tahun	62
Tabel XXX	Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor Bagian Administrasi dan Umum per Tahun	62
Tabel XXXI	Benda POS dan Meterai per Tahun	62
Tabel XXXII	Administrasi Bank per Tahun	63
Tabel XXXIII	STNK dan KIR per Tahun	63
Tabel XXXIV	Penyusutan Bangunan Bagian Administrasi dan Umum per Tahun	63
Tabel XXXV	Penyusutan Inventaris Kantor Bagian Administarsi dan Umum per Tahun	63
Tabel XXXVI	Biaya Bahan Bakar Bagian Administarsi dan Umum per Tahun ..	64
Tabel XXXVII	Biaya Umum Lainnya per Tahun.....	64
Tabel XXXVIII	Rincian Biaya Administrasi dan Umum CV.X.....	65
Tabel XXXIX	Laporan Laba Rugi CV. X Tahun 2008.....	66

Tabel XL	Laporan Laba Rugi CV. X Tahun 2009.....	67
Tabel XLI	Laporan Laba Rugi CV. X Tahun 2010.....	67
Tabel XLII	Hasil Penjualan Per Tahun 2009 dan 2010.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Daftar Wawancara77
Lampiran B	Pembagian Beban CV. X Per Tahun78
Lampiran C	Pembagian Biaya Gaji CV. X Per Tahun79
Lampiran D	Laporan Laba Rugi Tahun 200880
Lampiran E	Laporan Laba Rugi Tahun 200981
Lampiran F	Laporan Laba Rugi Tahun 201082