

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Bandung, 01 November 2006

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Mal Bandung Trade Centre
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir Program Strata Satu (S1) Jurusan Akuntansi pada Universitas Kristen Maranatha, saya bermaksud mengadakan penelitian mengenai **”Peranan Pengendalian Biaya Promosi dalam Menunjang Peningkatan Penjualan.”**

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui peranan pengendalian biaya promosi dalam meningkatkan penjualan.

Agar penelitian ini dapat terlaksana, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang saya lampirkan bersama surat ini. Setelah kuesioner tersebut diisi, saya akan mengambil kembali kuesioner tersebut. Saya akan merahasiakan identitas Bapak/Ibu sebagai sumber data, jika Bapak/Ibu menghendakinya.

Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan yang Bapak/Ibu berikan.

Hormat saya,

Peneliti

(Yunita Verawaty)

KUESIONER

'Peranan pengendalian biaya promosi dalam menunjang peningkatan penjualan' (Studi kasus pada Mal Bandung Trade Centre)

A. Pertanyaan Umum

Petunjuk pengisian:

Daftar pertanyaan berikut ini terdiri dari tipe pilihan dan tipe isian. Pada tipe isian Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan isian pada tempat jawaban yang telah disediakan dengan singkat dan jelas. Dan pada tipe pilihan, Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan tanda silang (x) pada kotak jawaban yang dianggap tepat.

1. Nama :

(Jika berkeberatan, boleh tidak diisi)

2. Jenis Kelamin : a. Pria
b. Wanita

3. Pendidikan formal : a. SLTP d. Sarjana/ S-1
b. SLTA e. Master/ S-2
c. Akademik f.

4. Jabatan :

5. Lama Bekerja :

B. Pertanyaan Khusus

Petunjuk pengisian:

Dibawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan yang terdiri dari tipe pilihan dan tipe isian. Pada tipe pilihan Bapak/ Ibu dimohon untuk memberikan tanda check (v) pada kolom yang tersedia. Dan pada tipe isian, Bapak/ Ibu dimohon untuk memberikan jawaban secara singkat dan jelas pada tempat yang disediakan.

PERTANYAAN PILIHAN

Variabel X

Independent Variable: Peranan pengendalian biaya promosi

NO	PERTANYAAN	YA	RAGU-RAGU	TIDAK
----	------------	----	-----------	-------

Proses pengendalian biaya promosi

1.	Apakah perusahaan menyusun anggaran biaya promosi sebagai standar perbandingan atau tolok ukur?			
2.	Apakah perusahaan mengumpulkan dan mencatat biaya promosi yang sebenarnya terjadi?			
3.	Apakah perusahaan telah membuat laporan yang berisi hasil biaya promosi aktual serta anggaran biaya promosi dengan baik?			
4.	Apakah realisasi anggaran biaya promosi telah dicatat dengan benar?			
5.	Apakah perusahaan membandingkan biaya promosi yang sebenarnya dengan anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan?			
6.	Apakah perusahaan telah melakukan analisis <i>variance/</i> analisis penyimpangan?			
7.	Apakah anggaran biaya promosi digunakan sebagai pedoman pengeluaran biaya promosi yang sesungguhnya?			
8.	Apakah anggaran biaya promosi digunakan sebagai pedoman			

	untuk mengetahui sebab-sebab penyimpangan yang terjadi?			
9.	Apakah dari analisis <i>variance</i> tersebut dapat dijadikan dasar bagi manajer yang bersangkutan seperti manajer pemasaran atau manajer penjualan untuk mengambil tindakan koreksi yang perlu?			
10.	Apakah perusahaan melakukan tindak lanjut atas pengendalian untuk menilai efektivitas dan tindakan koreksi tersebut?			
11.	Apakah pengendalian yang dilakukan terhadap kebijakan promosi yang ditetapkan meningkatkan efisiensi penggunaan dana yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan penjualan?			
12.	Apakah pihak yang berwenang dalam menganalisis sebab-sebab terjadinya penyimpangan menyelenggarakan catatan yang efisien dan efektif?			
13.	Jika ya, apakah catatan tersebut diperbolehkan untuk dilihat oleh semua pihak dalam perusahaan?			

Prinsip penyusunan anggaran biaya promosi

14.	Apakah perusahaan memiliki struktur organisasi yang memuat secara jelas wewenang dan tanggung jawab?			
15.	Apakah perusahaan mempunyai struktur organisasi secara tertulis? Jika ya, lampirkan struktur organisasi.			

16.	Apakah setiap bagian yang ada dalam struktur organisasi dikepalai oleh kepala bagian?			
17.	Apakah perusahaan menetapkan secara tegas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian?			
18.	Apakah perusahaan mempunyai bagian khusus yang menangani proses penyusunan anggaran biaya promosi?			
19.	Apakah anggaran biaya promosi yang disusun berdasarkan standar patokan tertentu?			
20.	Apakah anggaran biaya promosi yang disusun berdasarkan pedoman penyusunan anggaran yang telah ditetapkan?			
21.	Apakah dalam penyusunan anggaran biaya promosi selalu disesuaikan dengan sasaran yang telah ditetapkan?			
22.	Apakah dalam penyusunan anggaran biaya promosi melibatkan semua manajer?			
23.	Apakah direktur utama ikut serta dalam penyusunan anggaran biaya promosi?			
24.	Apakah setiap bagian dalam perusahaan diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam penyusunan anggaran biaya promosi?			
25.	Apakah setiap manajer menyusun dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran biaya promosi untuk			

	organisasi dibawahnya?			
26.	Apakah ada partisipasi manajer lainnya dalam menyusun anggaran biaya promosi?			
27.	Apakah anggaran biaya promosi yang disahkan didasarkan pada pertimbangan manajer tingkat atas?			
28.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah disahkan tersebut didistribusikan pada setiap bagian dalam organisasi di bawahnya dan dijadikan sebagai pedoman pelaksanaan anggaran?			
29.	Apakah perusahaan melakukan penggolongan rekening yang sama antara anggaran biaya promosi dengan realisasi yang akan dicatat oleh akuntan?			
30.	Apakah transaksi yang ada, dicatat, diikhtisarkan, ke dalam perkiraan masing-masing?			
31.	Apakah pencatatan akuntansi terhadap transaksi akan memberikan realisasi dari anggaran?			
32.	Apakah transaksi yang ada benar dan dinilai dengan pantas?			
33.	Apakah laporan yang disajikan dapat dibuat sesuai dengan penentuan tingkat pertanggungjawaban dari bagian atau individu dalam perusahaan?			
34.	Apakah penyusunan anggaran biaya promosi menggunakan data nominal yang berasal dari bagian akuntansi?			

35.	Apakah penetapan besarnya biaya promosi dalam anggaran disesuaikan dengan kebijakan yang telah ditetapkan?			
36.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah tersusun dikomunikasikan agar semua pelaksana dapat mengetahui dan melaksanakannya?			
37.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah disetujui didistribusikan kepada bagian organisasi di bawahnya dan disajikan pedoman pelaksanaan kegiatan promosi?			
38.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah disusun merupakan hasil kesepakatan bersama sesuai dengan kondisi lingkungan dan daya beli konsumen?			
39.	Apakah pimpinan bersikap realitis dalam menentukan sasaran yang akan dicapai dalam suatu anggaran biaya promosi?			
40.	Apakah perusahaan menetapkan periode anggaran biaya promosi untuk jangka waktu satu tahun?			
41.	Apakah setiap anggaran biaya promosi dibuat terpisah setiap bulan?			
42.	Apakah anggaran biaya promosi bersifat fleksibel sehingga manajer dapat mengambil keputusan pada kondisi tertentu yang terjadi diluar rencana?			
43.	Apakah setiap bagian diperkenankan mengajukan usulan perubahan apabila terjadi			

	perubahan pada anggaran biaya promosi?			
44.	Apakah usulan perubahan tersebut dapat diajukan setiap waktu?			
45.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan dapat memotivasi para karyawan dalam mencapai target dalam penjualan?			
46.	Apakah dalam penyusunan anggaran biaya promosi dapat diukur prestasi kerja pelaksana?			
47.	Apakah ada evaluasi atas hasil yang dicapai dibandingkan dengan anggaran?			

Tujuan pengendalian biaya promosi

Pekerjaan dapat berjalan lancar				
48.	Apakah dengan adanya pengendalian biaya promosi setiap kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan lancar?			
49.	Apakah tidak ada hambatan dari segi dana dalam pelaksanaan kegiatan promosi karena adanya pengendalian biaya promosi?			
Memperbaiki kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh pegawai				
50.	Apakah tidak pernah terjadi kesalahan dalam pencatatan atau pengalokasian biaya promosi oleh bagian akuntansi?			
51.	Apakah kesalahan pencatatan atau pengalokasian biaya promosi dapat segera diketahui			

	dan diperbaiki?			
52.	Apakah biaya promosi yang digunakan tidak melebihi anggaran biaya promosi yang ditetapkan?			
Mencegah agar tidak terulang kembali kesalahan yang sama atau timbul masalah-masalah baru				
53.	Apakah kesalahan pencatatan atau pengalokasian biaya promosi sering terulang kembali?			
54.	Apakah dengan pengendalian biaya promosi maka kesalahan dalam penggunaan biaya promosi yang melebihi anggaran tidak terulang kembali?			
55.	Apakah manajemen mengevaluasi anggaran biaya promosi?			
Penggunaan anggaran promosi yang telah ditetapkan dalam <i>planning</i> terarah kepada sasarannya dan sesuai dengan yang telah ditentukan				
56.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan digunakan untuk tujuan peningkatan penjualan?			
57.	Apakah anggaran biaya promosi yang ditetapkan hanya digunakan untuk kegiatan promosi?			
58.	Apakah anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan oleh manajemen sering dilanggar oleh pelaksana anggaran tersebut?			
Pelaksanaan biaya promosi sesuai dengan program seperti yang telah ditentukan dalam <i>planning</i>				
59.	Apakah biaya promosi yang dikeluarkan sesuai atau tidak			

	melebihi anggaran biaya promosi yang direncanakan?			
60.	Apakah biaya promosi yang dikeluarkan benar-benar dipergunakan untuk kegiatan promosi yang telah ditentukan dalam rencana?			
61.	Apakah ada sejumlah biaya promosi yang dipergunakan selain untuk kegiatan promosi?			
Mengetahui hasil pekerjaan, dibandingkan dengan yang telah ditetapkan dalam rencana				
62.	Apakah dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan berhasil meningkatkan penjualan?			
63.	Apakah dengan adanya promosi, hasil penjualan meningkat melebihi target yang diharapkan?			
64.	Apakah dengan adanya kegiatan promosi, hasil penjualan relatif konstan?			
Pelaksanaan kerja sesuai dengan prosedur dan kebijaksanaan yang telah ditentukan				
65.	Apakah pengalokasian biaya promosi yang dilakukan oleh bagian akuntansi sesuai dengan prosedur dan kebijaksanaan yang telah ditentukan oleh perusahaan?			
66.	Apakah pelaksanaan kegiatan promosi selama satu tahun terakhir ini sesuai dengan prosedur dan kebijaksanaan yang telah ditentukan perusahaan?			

Variabel Y

Dependent Variable: Peningkatan penjualan

NO	PERTANYAAN	YA	RAGU-RAGU	TIDAK
----	------------	----	-----------	-------

Peningkatan Penjualan

1.	Apakah dana yang disediakan untuk biaya promosi besarnya relatif konstan tiap tahun?			
2.	Apakah kebijakan promosi yang diambil harus selalu mengacu pada tujuan untuk meningkatkan penjualan?			
3.	Apakah perusahaan mempunyai tujuan promosi yang lebih spesifik selain tujuan umum untuk meningkatkan penjualan?			
4.	Apakah kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan dari tahun ke tahun selalu berbeda? Jika ya, bagaimana bentuk kegiatan promosi yang dilaksanakan agar dapat meningkatkan penjualan?			
5.	Apakah penetapan biaya promosi mempunyai dampak yang berarti pada peningkatan penjualan?			
6.	Apakah perusahaan mengalami peningkatan dalam pengeluaran biaya promosi selama 2 tahun terakhir ini? Jika ya, berapa persen peningkatan biaya promosi tiap tahun?			
7.	Jika tidak, apakah dengan penurunan biaya promosi setiap tahunnya diikuti dengan peningkatan penjualan yang diperoleh tiap tahunnya?			

8.	Apakah kontribusi biaya promosi terus meningkat terhadap penjualan?			
9.	Apakah dengan peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan diikuti pula dengan peningkatan penjualan?			
10.	Apakah penjualan mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya? Jika ya, berapa persen peningkatan penjualan tiap tahunnya?			
11.	Apakah dengan dikeluarkannya biaya promosi, anggaran penjualan dapat tercapai?			
12.	Apakah perusahaan menetapkan target penjualan yang akan dicapai untuk suatu tahun anggaran tertentu?			
13.	Apakah perusahaan melakukan kegiatan promosi untuk mencapai target penjualan yang telah ditargetkan?			

PERTANYAAN ISIAN

- Apakah tujuan dilakukannya pengendalian biaya promosi di perusahaan?
.....
.....
- Faktor apa yang dipertimbangkan dalam menetapkan besarnya anggaran biaya promosi?
.....
.....

3. Siapa saja yang ikut berperan dalam menetapkan dan menyusun anggaran biaya promosi di dalam perusahaan?
.....
.....
4. Siapa saja yang dapat mengajukan usulan perubahan anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan?
.....
.....
5. Masalah atau penyimpangan-penyimpangan apa saja yang ditemui dalam pengendalian biaya promosi dan penjualan?
.....
.....
6. Bagaimana mekanisme penyusunan anggaran promosi yang dilakukan?
.....
.....
7. Apakah ukuran keberhasilan pengendalian biaya promosi?
.....
.....
8. Departemen apa yang bertanggung jawab atas semua catatan dan pelaporan akuntansi perusahaan dan dikepalai oleh siapa?
.....
.....
Nama dan Jabatan.....
9. Bagaimana cara perusahaan menetapkan target biaya promosi yang akan dikeluarkan?
.....
.....
10. Kegiatan promosi apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan ?
.....
.....

HASIL JAWABAN KUESIONER

Variabel Independen

(Peranan Pengendalian Biaya Promosi)

No Pertanyaan	Jawaban Responden										Jumlah Jawaban			Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Y	R	T	
1	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
2	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
3	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
4	Y	R	R	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	7	3	0	10
5	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
6	Y	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
7	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	0	1	10
8	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
9	Y	R	R	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	6	4	0	10
10	Y	T	Y	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	7	2	1	10
11	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
12	Y	Y	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
13	T	T	T	R	T	T	T	T	T	T	0	1	9	10
14	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
15	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
16	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
17	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
18	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	0	1	10
19	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
20	Y	Y	R	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	7	3	0	10

No Pertanyaan	Jawaban Responden										Jumlah Jawaban			Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Y	R	T	
21	Y	Y	T	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
22	T	Y	T	R	R	T	T	T	T	T	0	2	8	10
23	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	0	1	10
24	T	T	T	T	Y	T	T	T	T	T	1	0	9	10
25	Y	T	R	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	7	1	2	10
26	Y	T	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
27	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
28	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
29	T	T	R	R	R	R	Y	R	T	R	1	6	3	10
30	Y	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
31	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	8	1	1	10
32	Y	T	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	7	2	1	10
33	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
34	Y	Y	T	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	7	2	1	10
35	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	0	1	10
36	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
37	Y	T	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
38	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
39	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
40	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
41	Y	T	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
42	R	Y	Y	Y	Y	R	Y	R	R	Y	6	4	0	10
43	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	9	0	1	10
44	T	T	R	Y	Y	T	T	T	T	T	2	1	7	10

No Pertanyaan	Jawaban Responden										Jumlah Jawaban			Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Y	R	T	
45	Y	T	R	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	6	1	3	10
46	Y	Y	T	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	7	2	1	10
47	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
48	Y	T	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
49	Y	Y	T	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	1	1	10
50	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
51	Y	T	T	R	Y	Y	R	Y	Y	Y	6	2	2	10
52	T	Y	R	R	Y	Y	Y	T	Y	T	5	2	3	10
53	T	Y	R	R	R	R	T	T	R	T	1	4	5	10
54	Y	T	Y	R	R	T	T	R	T	T	2	3	5	10
55	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
56	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
57	T	Y	T	Y	Y	Y	T	Y	T	T	5	0	5	10
58	T	T	Y	R	Y	T	T	T	T	T	2	1	7	10
59	Y	T	Y	R	Y	T	Y	T	Y	R	5	2	3	10
60	Y	T	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	0	2	10
61	Y	T	T	Y	T	Y	Y	T	T	T	4	0	6	10
62	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	R	R	8	2	0	10
63	T	T	R	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	5	3	2	10
64	Y	Y	Y	Y	R	R	Y	R	R	Y	6	4	0	10
65	Y	T	R	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	6	3	1	10
66	Y	Y	R	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
TOTAL											477	85	98	660

Variabel Dependen
(Peningkatan Penjualan)

No Pertanyaan	Jawaban Responden										Jumlah Jawaban			Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Y	R	T	
1	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	R	Y	Y	8	2	0	10
2	T	Y	T	Y	R	T	T	T	Y	T	3	1	6	10
3	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
4	T	T	R	Y	Y	T	T	T	T	T	2	1	7	10
5	Y	Y	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	9	1	0	10
6	T	T	T	Y	R	Y	Y	Y	Y	Y	6	1	3	10
7	Y	R	R	R	R	R	R	R	Y	R	1	8	1	10
8	Y	T	R	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	6	3	1	10
9	R	Y	Y	R	Y	Y	Y	Y	R	Y	7	3	0	10
10	R	R	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	6	4	0	10
11	Y	Y	R	R	Y	Y	Y	Y	Y	Y	8	2	0	10
12	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
13	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	10	0	0	10
TOTAL											86	26	18	130

**Jumlah Jawaban Kuesioner
Variabel Independen**

Kriteria Jawaban	Variabel Independen	<i>Score</i>	Total
Ya	477	2	954
Ragu-ragu	85	1	85
Tidak	98	0	0
Total			1039

**Jumlah Jawaban Kuesioner
Variabel Dependen**

Kriteria Jawaban	Variabel Dependen	<i>Score</i>	Total
Ya	86	2	172
Ragu-ragu	26	1	26
Tidak	18	0	0
Total			198

**Jumlah Keseluruhan
Jawaban Kuesioner**

Variabel	Jumlah Jawaban			Total
	Ya	Ragu-ragu	Tidak	
Independen	954	85	0	1039
Dependen	172	26	0	198
Total	1126	111	0	1237



**FORM PERMINTAAN
PROMOSI, ACARA & DESIGN**

Advertising & Promotion
Nomor :

Bulan :

Nama
Departement / Bagian Tenant *)
Bentuk Promosi / Acara
Waktu
Bandung,	Pemohon,
	Diperiksa, Advertising & Promotion
	Mengetahui, General Manager
	(.....)
	(.....)

*) khusus distri oleh Tenant



Membantu Anak Memaih Kesuksesan Lampiran 4

Taman Cibaduyut Indah Blok F - 232 Bandung 41 239 Telp. 022-5409259, 5410319

FORMULIR KESEDIAAN MENJADI SPONSOR/DONATUR

Bertanda tangan dibawah ini:

Nama :
Jabatan :
Perusahaan :
Alamat :
Telp :

Fungsi Sponsor:

- Sponsor Utama
- Sponsor pendamping
- Sponsor Biasa
- Donatur / Partisipasi

Dengan nilai tunai sebesar : Rp

Terbilang (.....)

Kompensasi berupa:

.....
.....
.....
.....

Demikian surat ini kami buat dengan niat saling menguntungkan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.



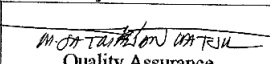
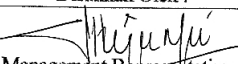
Hal-hal yang tidak / belum tercantum dalam perjanjian kerjasama ini akan dimusyawarahkan kemudian.

Bandung,

Panitia

.....
Nama jelas

(.....)
Nama jelas dan cap perusahaan

	FORMULIR		No. Dokumen	ISO-BTC/F-MKT.026
	SURAT TANDA PEMESANAN DI PUSAT PERTOKOAN BANDUNG TRADE CENTRE		Tanggal Terbit	1 Januari 2005
			Revisi	00
			Halaman	1/1
Dibuat Oleh :		Diperiksa Oleh :	Disahkan Oleh :	
 Staf Marketing		 Quality Assurance	 Management Representative	

**SURAT TANDA PEMESANAN DI PUSAT PERTOKOAN
BANDUNG TRADE CENTRE**

Nomor : / BTC - MKT/ /

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : _____
 Alamat : _____
 Perusahaan : _____

Bersedia untuk memasang / memesan di pusat pertokoan Bandung Trade Centre dengan ketentuan dan syarat sebagai berikut :

Jenis : _____
 Lokasi / No. Code : _____
 Luas Total Area : _____
 Harga : _____
 Masa Kerjasama Kontrak : _____
 Perhitungan : _____
 Waktu : _____

Dengan Sistem Pembayaran : _____
 - Pembayaran : _____
 - PPN 10% : _____
 - Total Pembayaran : _____

Prosedur Pembayaran : _____
 - Booking Fee : _____ Pembayaran tanggal _____ No. Kwitansi _____
 - Sisa Pembayaran : _____
 - Pembayaran dilakukan dalam Termint :
 ▪ Termint Pertama 50%, 1 minggu setelah booking fee dilakukan pada saat penandatanganan surat kontrak ini.
 ▪ Termint Kedua 50% / (Pelunasan) 1 minggu sebelum pelaksanaan.
 - Pembayaran dengan Giro ditulis atas nama PT. Bandung Inti Graha

Sanksi Pembatalan Sepihak :

Surat Tanda Pemesanan ini merupakan agenda kegiatan Pusat Perbelanjaan Bandung Trade Centre, apabila terjadi pembatalan pesanan oleh pihak pemesan, maka uang yang sudah masuk dianggap HANGUS.

Kami menyetujui segala ketentuan yang diberlakukan oleh pihak Manajemen Bandung Trade Centre.

Pemesan,

Manajemen BTC,

()

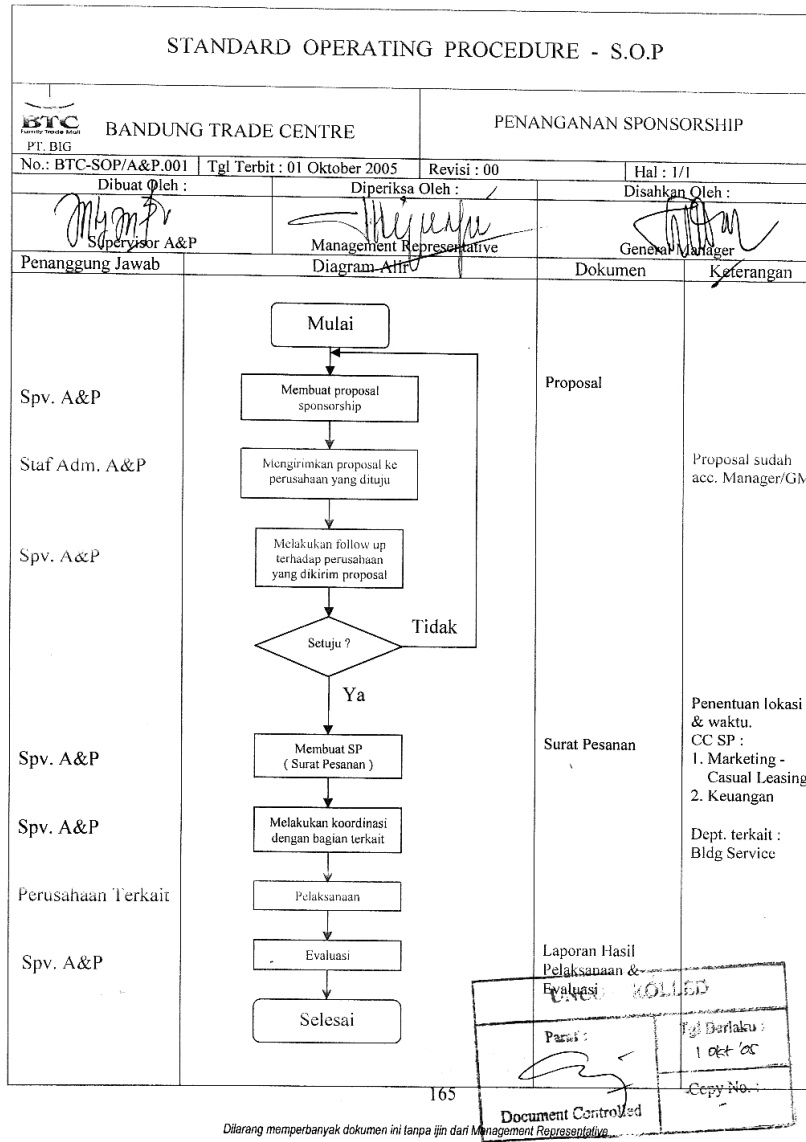
(Bagian Keuangan)

UNCC. COLLED	
Peral : (Bagian Pameran)	Tgl Berlaku : 1 Jan '05
Document Control	- Copy No. :

- Tembusan :
1. Asli : Customer
 2. Keuangan
 3. Marketing / Casual Leasing
 4. Akusiting

164

Dilarang memperbanyak dokumen ini tanpa izin dari Management Representative



BORNEO UTARA
CENT OFFICE
TRADE CENTER
Jl. Dr. Junjuman 143 - 149
Dundung



ORDER DEPARTMENT Acara Teh Botol Sosro surprise party at BTC

A & P	Date	22 Oktober 2005
Marketing Dept.	Incharge	A & P
Jl. Dr. Junjuman 143 - 149	Time	16.00 s/d 19.00
Dundung	Attendance	A & P
(022) 603 3043 - 45	Venue	FF
(022) 612 6060		
<p>PROGRAM</p> <p>Acara teh botol sosro akan mengadakan acara surprise party at BTC yang bekerjasama dengan SE Radis. Acara ini bertujuan membagikan hadiah kepada setiap meja yang datang teh botol sosro berupa uang tunai. Program tersebut akan dilaksanakan pada :</p> <p>Waktu : Sabtu, 22 Oktober 2005 : FF : PM 16.00 s/d 19.00 wib</p>	<p>VM</p> <p>Set Up 21 Oktober 2005 21.00 wib 1. Set sound system di FF</p> <p>Clear Up 22 Oktober 2005 21.00 wib 1. Pengembalian seluruh alat ke tempat semula.</p> <p>PROMOTION Supervisi Loading panggung.</p> <p>Hary Hendang</p>	
<p>RELATIONS</p> <p>Respon Program tersebut.</p> <p>Hary Hendang</p>	<p>GENERAL AFFAIR NIL</p> <p>Doni Marand</p>	
<p>FINANCE</p> <p>Manajemen di food court dan jalur kembali BTC. Inventaris BTC di sekitar lokasi. Penyediaan panung saat loading.</p> <p>Valsiana</p>	<p>BLESSING ROOM NIL</p> <p>Valsiana</p>	
<p>ENGINEERING</p> <p>Instalasi panggung dan Back Stage. Pang empah di area FF min. 2 buah.</p> <p>Yusuf</p>	<p>ENGINEERING</p> <p>Headrik</p>	
<p>HR</p> <p>Menyediakan informasi mengenai event tsb. Langsung announcement atau informasi langsung.</p> <p>Adelin</p>	<p>FINANCE NIL</p> <p>Adelin</p>	
<p>SECURE PARKING</p> <p>1. Mengatur area parkir. 2. Free parking untuk OB Van pada tanggal 22 Oktober 2005 di jalur Bimbel BTC.</p> <p>Yani</p>	<p>SECURE PARKING</p> <p>Yani</p>	

Prepared by

Approved By

Yani

Ir. Nedra Gunawan



Membantu Anak Meraih Kesuksesan

Taman Cibaduyut Indah Blok F - 232 Bandung 40139 Telp. 022-5409869, 5410319

Lampiran 8

PROPOSAL

Jenis acara : KIDS ORIENTAL FESTIVAL
dalam rangka HARI RAYA IMLEK

* LOMBA MEWARNA	kategori (4-6 th) (7-10 th)
* LOMBA MENGGAMBAR	kategori (7-10 th)
* CHINESE MODEL CONTEST	kategori (7tahun kebawah) (8-12 th)
* LOMBA FOTOGENIC	kategori (Balita 0-5 th)
* MANDARIN SINGING CONTEST	kategori (7 th kebawah) (8-12 th)
* MANDARIN POETRY READING CONTEST	kategori (SD 1-3) (SD 4-6)

- Piala JUARA I,II,III	= 11 set x Rp 200.000,-	= Rp 2.200.000,-
- Piala HRPN I,II,III	= 11 set x Rp 150.000,-	= Rp 1.650.000,-
- Hadiah uang tunai	= 11 set x Rp 200.000,-	= Rp 2.200.000,-
- Hadiah Hiburan		
JUARA I – III	= 11 x Rp 100.000,-	= Rp 1.100.000,-
HRPN I – III	= 11 x Rp 100.000,-	= Rp 1.100.000,-
	= 12 x Rp 200.000,-	= Rp 2.400.000,-
- Team Work	= 10 x Rp 150.000,-	= Rp 1.500.000,-
- Brosur	= 10 x Rp 100.000,-	= Rp 1.000.000,-
- Konsumsi	= 25 x Rp 25.000,-	= Rp 625.000,-

Total Rp 13.700.000,-

Peserta: 100

Pelaksanaan

Hari & Tgl : Selasa, 31 Januari 2006
Pukul : 09.00 -13.00 (Baca puisi Mandarin)
11.00 -15.00 (L. GBR + Mewarnai)
13.00 -15.30 (L. Karaoke Mandarin)
15.00 -16.30 (Final Percussion Master)
17.00 -18.00 (Lomba Busana Cina)
18.00 - (Pengumuman pemenang Fotogenic Model)

Tempat Pelaksanaan:
BANDUNG TRADE CENTRE
DJUNJUNAN 143-149
BANDUNG



Membantu Anak Meraih Kesuksesan

Taman Cibaduyut Indah Blok F - 232 Bandung 41239 Telp. 022-5409259, 5410319

Bentuk Kerjasama:

- * Sponsor Utama membiayai acara sebesar 70% dari total budget
Kompensasi berupa:

- gratis 1 bh stand
- logo nama perusahaan menjadi judul acara lomba
- logo atau nama perusahaan menjadi lambang supremasi piagam
- pemasangan logo di back drop panggung
- pemasangan logo di brosur
- pemasangan spanduk perusahaan di panggung
- spot MC dan Audio land
- bebas sampling & bagi brosur perusahaan
- presentasi di panggung 5-10 menit

- * Sponsor Pendamping membiayai acara sebesar 40% dari total budget
Kompensasi berupa:

- logo nama perusahaan menjadi judul acara lomba
- logo atau nama perusahaan menjadi lambang supremasi piagam
- pemasangan logo di back drop panggung
- pemasangan logo di brosur
- pemasangan spanduk perusahaan di panggung
- spot MC dan Audio land
- bebas sampling & bagi brosur perusahaan
- presentasi di panggung 5-10 menit

- * Sponsor Biasa membiayai acara sebesar 20% dari total budget
Kompensasi berupa:

- logo nama perusahaan menjadi judul acara lomba
- logo atau nama perusahaan menjadi lambang supremasi piagam
- pemasangan logo di back drop panggung
- spot MC dan Audio land
- bebas sampling & bagi brosur perusahaan

- * Sponsor Partisipan memberikan dana/ produk dengan kompensasi atas bersama:

- pemasangan logo di back drop panggung
- spot MC dan Audio land
- bebas sampling & bagi brosur perusahaan

EVALUASI ACARA

Tema Acara : STIMUNO
Tempat : GF (Ground Floor)
Hari/Tanggal : Sabtu, 28 Januari 2006
Waktu : Pukul 16.00 s/d 20.00 WIB
Pelaksana : A&P Dept. dan STIMUNO

Uraian :

Acara ini berupa program produk STIMUNO (Si Penguat Sistem Imun) yang pelaksanaannya di Ground Floor Mall BTC. Acara ini berisi lomba mewarnai usia TK yang dimana anak tersebut dibantu oleh salah seorang keluarganya dalam mewarnai gambar yang telah disediakan panitia. Di dalam acara tersebut juga ada hadiah hiburannya berupa quiz yang diberikan oleh pembawa acara. Selain itu acara ini dimeriahkan oleh artis cilik Adelia yang menampilkan kehebatannya bermain biola, serta adanya penampilan parodi opera yang cukup menarik minat para pengunjung dan peserta lomba.

Dengan adanya acara ini ternyata dapat menarik minat para pengunjung mall BTC khususnya bagi para ibu-ibu yang mempunyai anak kecil, selain itu bagi para tenant yang ada di sekitar tempat acara tersebut berlangsung juga terlihat menjadi semakin ramai dari hari biasanya.

Sehingga menurut kami acara seperti itu memang perlu diadakan lagi, meskipun tentunya harus ada perbaikan sedikit agar acara selanjutnya lebih sempurna. Baik itu dari segi waktunya, sarana pendukung, serta proses pengiklannya agar peserta yang datang pun lebih banyak.

Bandung 29 Januari 2006

EVALUASI ACARA

Tema Acara : KID'S ORIENTAL FESTIVAL
Tempat : GF (Ground Floor)
Hari/Tanggal : Selasa, 31 Januari 2006
Waktu : Pukul 11.00 s/d 19.00 WIB
Pelaksana : A&P Dept. dan Sponsor

Uraian :

Acara ini berupa kerjasama Bandung Trade Center (BTC) dengan pihak sponsor dalam rangka memeriahkan tahun baru imlek. Adapun acara ini berisi lomba-lomba seperti lomba mewarnai kategori (4 – 6 th) dengan (7 – 10 th), lomba menggambar kategori (7 – 10 th), Chinese model contest kategori (\leq 7 th) serta kategori (8 – 12 th), lomba foto ceria kategori balita dan anak (6 – 12 th), Mandarin singing contest kategori (\leq 7 th) dan kategori (8 – 12 th), serta Mandarin poetry reading contest kategori (SD kelas 1 – 3) serta (SD kelas 4 – 6). Selain lomba-lomba tersebut ada juga fina percussion master.

Acara ini cukup menarik banyak pengunjung, selain itu peserta lomba pun terlihat semakin banyak dari pada acara yang lalu.

Meskipun terlihat lebih banyak pengunjung namun tetap kekuranganpun ada yaitu seperti pada saat final percussion master penonton berada dekat sekali dengan peserta lomba. Namun secara keseluruhan acara ini jauh lebih baik dari acara sebelumnya.

Bandung 1 Februari 2006

170

MANAGEMENT OFFICE : Jl. Dr. Djunjunan 143-149 BANDUNG 40173
Telp. 022-6033843-45 Fax. 022-6126060

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Verawaty

NRP : 0251073

Menyatakan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir atau Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan duplikasi dari orang lain. Serta apabila di kemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar dan pembatalan ijazah yang telah dikeluarkan. Demikian pernyataan saya.

Bandung, Februari 2007

Yang menyatakan,

(Yunita Verawaty)