

ABSTRAK

Biaya yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan untuk melakukan pemasaran sangatlah besar. Hal ini disebabkan karena semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha, terutama sektor industri persaingan. Faktor ini yang membuat penulis tertarik untuk menelitinya.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ialah metode penelitian kualitatif berbentuk studi kasus yang bersifat eksploratif. Penulis melakukan pengumpulan data dan informasi di perusahaan melalui kegiatan kerja lapangan, wawancara, dan pengkajian dokumen.

Hasil temuan yang penulis dapatkan pada saat melakukan penelitian ialah analisis biaya pemasaran telah dilakukan oleh PT."X" dengan mengelompokkan biaya berdasarkan fungsinya, sehingga laba perusahaan dapat meningkat.

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Lokasi Penelitian.....	8
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Akuntansi.....	9
2.2 Akuntansi Biaya.....	12
2.2.1 Pengertian Akuntansi Biaya.....	12
2.2.2 Fungsi dari Akuntansi Biaya.....	15
2.2.3 Tujuan Pokok dari Akuntansi Biaya.....	15
2.3 Biaya	18
2.3.1 Pengertian Biaya (<i>cost</i>).....	18
2.3.2 Klasifikasi Biaya.....	20

2.4	Pemasaran.....	23
2.4.1	Pengertian Pemasaran.....	24
2.4.2	Kegiatan Pemasaran.....	26
2.4.3	Strategi Pemasaran.....	26
2.5	Biaya Pemasaran.....	28
2.5.1	Pengertian Biaya Pemasaran.....	29
2.5.2	Penggolongan Biaya Pemasaran.....	29
2.5.3	Anggaran Biaya Pemasaran.....	31
2.6	Analisis Biaya Pemasaran.....	33
2.6.1	Tujuan dan Manfaat Analisis Biaya Pemasaran.....	33
2.6.2	Jenis-jenis Analisis Biaya Pemasaran.....	35
2.6.3	Penggolongan Biaya Pemasaran Menurut Fungsinya.....	43
2.6.4	Alokasi Biaya Pemasaran Menurut Fungsinya.....	44
2.6.5	Kendala Dalam Analisis Biaya Pemasaran.....	46
2.7	Penggunaan Standar dan Budget Untuk Tujuan Pengendalian Biaya Pemasaran.....	49
2.8	Penetapan Harga Jual dan Laba.....	50
2.8.1	Penetapan Harga.....	50
2.8.2	Penetapan Laba.....	52

BAB III. METODE, OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian.....	55
3.1.1	Definisi Metode Penelitian Kualitatif.....	55
3.2	Objek Dan Subjek Penelitian.....	59
3.2.1	Responden.....	59
3.3	Teknik Pengumpulan Data Dan Langkah Penelitian.....	60

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	63

4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	64
4.1.3	Proses Produksi.....	72
4.1.4	Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT."X".....	75
4.1.5	Anggaran Biaya Pemasaran Pada PT."X".....	76
4.2	Pembahasan.....	77
4.2.1	Penggolongan Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pada PT."X".....	77
4.2.2	Pengalokasian Biaya Pemasaran Berdasarkan Fungsi.....	81
4.2.3	Peranan Analisis Biaya Pemasaran Dalam Usaha Peningkatan Laba.....	85
4.3	Hail Kuesioner.....	92

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA.....104

LAMPIRAN.....106

RIWAYAT HIDUP.....128

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Keterangan Tabel	Halaman
2.1	Perbedaan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen.....	13
2.2	Dasar Distribusi Biaya Tidak Langsung Menurut Mulyadi.....	38
2.3	Dasar Alokasi Biaya Pemasaran Menurut Mulyadi.....	39
2.4	Dasar Alokasi Biaya Tidak Langsung Menurut Supriyono.....	45
2.5	Dasar Alokasi Biaya Pemasaran Menurut Supriyono.....	45
4.1	Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran PT."X".....	78
4.2	Dasar Pengalokasian Yang Digunakan Untuk Tiap Fungsi Pemasaran Tahun 2003.....	81
4.3	Dasar Pengalokasian Yang Digunakan Untuk Tiap Fungsi Pemasaran Tahun 2004.....	82
4.4	Dasar Pengalokasian Yang Digunakan Untuk Tiap Fungsi Pemasaran Tahun 2005.....	82
4.5	Tarif Alokasi Biaya Pemasaran.....	84
4.6	Laporan Laba Rugi PT."X" Tahun 2003.....	86
4.7	Laporan Laba Rugi PT."X" Tahun 2004.....	86
4.8	Laporan Laba Rugi PT."X" Tahun 2005.....	86
4.9	Laporan Laba Rugi Terhadap Prosentase Penjualan.....	87
4.10	Prosentase Laba dan Biaya Pemasaran Untuk Tahun 2003, 2004, 2005 Terhadap Totalnya.....	87
4.11	Pendistribusian Biaya Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung Menurut Fungsi Pemasaran Pada Tahun 2003.....	89

4.12	Pendistribusian Biaya Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung Menurut Fungsi Pemasaran Pada Tahun 2004.....	90
4.13	Pendistribusian Biaya Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung Menurut Fungsi Pemasaran Pada Tahun 2005.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Gambar Mesin Tenun.....	106
Lampiran 2	Gambar Mesin <i>Pedroll</i>	106
Lampiran 3	Gambar Mesin Pencucian.....	107
Lampiran 4	Gambar Mesin <i>Printing Rotary</i>	107
Lampiran 5	Gambar Mesin <i>Finished</i>	108
Lampiran 6	Contoh Produk Kain <i>Greige</i>	108
Lampiran 7	Contoh Faktur Penjualan.....	109
Lampiran 8	Contoh Faktur Pembelian.....	110
Lampiran 9	Contoh Surat Jalan.....	111
Lampiran 10	Contoh Daftar Permintaan Pembelian Barang.....	112
Lampiran 11	Kuesioner Untuk Direktur Keuangan dan Penjualan.....	113
Lampiran 12	Kuesioner Untuk Staf Bagian Penjualan.....	120
Lampiran 13	Surat Pernyataan.....	127