

## ABSTRAK

Dunia bisnis sekarang ini sangat akrab dengan kata “persaingan”. Jarang rasanya ada suatu perusahaan yang melakukan bisnisnya tanpa adanya pesaing. Belum lagi adanya perkembangan teknologi dan informasi yang dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan sehingga akan berdampak pada semakin ketatnya lagi persaingan usaha. karenanya, banyak perusahaan yang tidak ingin kalah dengan pesaing-pesaing mereka. Untuk mempertahankan usaha mereka, pusat pendapatan mereka akan sangat berperan dalam melakukan tindakan pemasaran atau penjualan dan membahas mengenai fungsi-fungsi/aktivitas pemasaran untuk mendapatkan penjualan yang baik yang meliputi uji pemasaran, pembentukan, pelatihan, dan pengawasan terhadap tenaga penjualan, periklanan, dan promosi penjualan.

Perusahaan akan melakukan berbagai cara agar dapat meningkatkan penjualannya dengan melakukan kegiatan promosi, baik lewat iklan, promosi, publisitas, maupun penjualan pribadi. Tetapi kegiatan promosi tersebut memiliki karakteristik yang dapat menimbulkan permasalahan pengendalian manajemen perusahaan. Karenanya, perusahaan harus pandai menentukan alat yang tepat untuk melakukan kegiatan promosi yang efektif dan efisien sehingga konsumen berminat untuk membeli dan terjadi peningkatan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan perlu membuat anggaran biaya promosi sebagai salah satu perencanaan dan pengendalian kegiatan promosi perusahaan yang tepat sehingga biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi tersebut dapat mengupayakan peningkatan penjualan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Peranan Anggaran Biaya Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel”** di Hotel Flamboyan Tasikmalaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, dan survey melalui kuesioner (skala likert) dan teknik wawancara dengan responden seluruh populasi yang berhubungan dengan karyawan yang bertugas dalam penyusunan dan pelaksanaan anggaran biaya promosi.

Teknik statistik yang digunakan penulis adalah teknik analisis korelasi *spearman* melalui program SPSS. Teknik tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, variabel independen (anggaran biaya promosi) dan variabel dependen (peningkatan volume penjualan sewa kamar hotel), yang sebelumnya sudah dilakukan uji validitas dengan pendekatan *Correlation-Bivariate (Pearson)* dan uji reliabilitas.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Rerangka Pemikiran .....	7
1.6 Metodologi Penelitian .....	11
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	14
2.1 Konsep tentang Peranan .....	14
2.2 Anggaran .....	14
2.2.1 Pengertian Anggaran .....	15
2.2.2 Fungsi Anggaran .....	16
2.2.3 Hubungan Anggaran dengan Akuntansi .....	18
2.2.4 Hubungan Anggaran dengan Manajemen .....	18
2.2.5 Perbedaan Anggaran dan Ramalan .....	19
2.2.5.1 Karakteristik Anggaran dan Ramalan .....	20
2.2.6 Penggolongan Anggaran .....	21
2.2.7 Aspek dan Manfaat Anggaran .....	24
2.2.8 Keuntungan, Kelemahan dan Keterbatasan Anggaran .....	26

2.2.8.1	Keuntungan Pemakaian Anggaran .....	26
2.2.8.2	Kelemahan Anggaran .....	27
2.2.8.3	Keterbatasan Anggaran .....	28
2.2.9	Syarat-syarat Pokok dari Program Anggaran yang Berhasil (Prinsip dalam Penyusunan Anggaran) .....	29
2.2.10	Syarat-syarat Anggaran yang Baik .....	30
2.2.11	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Anggaran .....	31
2.2.12	Prosedur Penyusunan Anggaran .....	33
2.3	Biaya Promosi .....	34
2.3.1	Biaya .....	34
2.3.1.1	Pengertian Biaya .....	34
2.3.1.2	Klasifikasi Biaya .....	35
2.3.1.3	Penentuan Biaya .....	37
2.3.1.4	Manfaat Data Biaya bagi Manajemen .....	38
2.3.2	Pemasaran .....	39
2.3.2.1	Pengertian Pemasaran .....	39
2.3.2.2	Bauran Pemasaran .....	41
2.3.2.2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran .....	42
2.3.3	Promosi .....	44
2.3.3.1	Pengertian Promosi .....	45
2.3.3.2	Macam Bentuk Promosi .....	46
2.3.3.3	Tujuan Promosi .....	48
2.3.3.4	Fungsi Promosi .....	49
2.3.3.5	Alat-alat Promosi .....	50
2.3.4	Biaya Promosi .....	53
2.3.5	Anggaran Biaya Promosi .....	54
2.3.5.1	Metode dalam Penerapan Anggaran Biaya Promosi .....	55

2.3.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Anggaran Biaya Promosi .....	56
2.4	Penjualan .....	57
2.4.1	Pengertian Penjualan .....	57
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	58
2.4.3	Penjualan dari Sudut Perhotelan .....	59
<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	61
3.1	Objek Penelitian .....	61
3.2	Sejarah Hotel Flamboyan .....	61
3.3	Struktur Organisasi .....	62
3.4	Uraian Jabatan .....	63
3.5	Ruang Lingkup Kegiatan Hotel Flamboyan .....	66
3.6	Metode Penelitian .....	67
3.7	Sampel dan Populasi .....	69
3.8	Definisi Operasional Variabel .....	70
3.9	Pengukuran Variabel .....	71
3.10	Rancangan Pengujian Hipotesis .....	74
3.10.1	Penetapan Tingkat Signifikansi .....	75
3.10.2	Penerimaan dan Penolakan Hipotesis .....	75
3.11	Pengujian Instrumen .....	75
3.11.1	Uji Validitas .....	76
3.11.2	Uji Reliabilitas .....	77
3.11.3	Uji Statistik .....	77
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	81
4.1	Hasil Penelitian .....	81
4.1.1	Penyusunan Anggaran Hotel Flamboyan .....	81
4.1.2	Anggaran Biaya Promosi Hotel Flamboyan .....	82
4.1.2.1	Macam Promosi yang Dilakukan Oleh Hotel Flamboyan .....	82

4.1.2.2	Tujuan Dilakukan Kegiatan Promosi Oleh Hotel Flamboyan .....	83
4.1.2.3	Metode dalam Penerapan Anggaran Biaya Promosi Hotel Flamboyan .....	84
4.1.2.4	Penyusunan Anggaran Biaya Promosi Hotel Flamboyan .....	84
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	86
4.1.4	Karakteristik Responden .....	86
4.1.5	Deskripsi Jawaban Responden .....	87
4.1.5.1	Anggaran Biaya Promosi .....	88
4.1.5.2	Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	91
4.1.6	Hasil Pengujian Data .....	93
4.1.6.1	Pengujian Validitas .....	93
4.1.6.2	Pengujian Reliabilitas .....	96
4.1.6.3	Pengujian Korelasi (Statistik) .....	99
4.1.6.3.1	Koefisien Determinasi .....	101
4.2	Pembahasan .....	102
4.2.1	Anggaran Biaya Promosi .....	102
4.2.2	Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	104
4.2.3	Peranan Anggaran Biaya Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	106
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>108</b>
5.1	Simpulan .....	108
5.2	Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	.....	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Biaya Promosi/Komunikasi yang Umum .....	54
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	72
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	87
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Bekerja .....	87
Tabel 4.6	Skor Jawaban Responden atas Variabel Anggaran Biaya Promosi .....	89
Tabel 4.7	<i>Weight Mean Score</i> Untuk Variabel Anggaran Biaya Promosi	90
Tabel 4.8	Skor Jawaban Responden atas Variabel Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	91
Tabel 4.9	<i>Weight Mean Score</i> Untuk Variabel Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	92
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Anggaran Biaya Promosi ..	94
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Variabel Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	95
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Anggaran Biaya Promosi .....	97
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Peningkatan Volume Penjualan Sewa Kamar Hotel .....	98
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Validitas Setelah Item X5 dibuang .....	99
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Korelasi <i>Spearman</i> .....	100

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Bagan Rerangka Pemikiran.....	10
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Hotel Flamboyan Tasikmalaya .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner .....	115
Lampiran 2	Hasil Jawaban Penyebaran Kuesioner .....	118
	1 Hasil Jawaban Penyebaran Kuesioner untuk Pertanyaan Umum .....	119
	2 Hasil Jawaban Penyebaran Kuesioner untuk Pertanyaan Khusus Tentang Variabel Independen .....	120
	3 Hasil Jawaban Penyebaran Kuesioner untuk Pertanyaan Khusus Tentang Variabel Dependen .....	121
Lampiran 3	Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner .....	122
Lampiran 4	Hasil Pengolahan Data Kuesioner Dengan SPSS .....	125
	1 Hasil Pengujian Validitas Independen .....	126
	2 Hasil Pengujian Validitas Dependen .....	127
	3 Hasil Pengujian Reliabilitas Independen .....	128
	4 Hasil Pengujian Reliabilitas Dependen .....	129
	5 Hasil Pengujian Reliabilitas Dependen Setelah Y5 dibuang .....	130
	6 Hasil Pengujian Korelasi <i>Spearman</i> .....	131
Lampiran 5	Surat-surat .....	132
	1 Surat Penelitian untuk Penyusunan Skripsi .....	133
	2 Surat Pernyataan .....	134
	3 Berita Acara Bimbingan .....	135
	4 Riwayat Hidup Penulis .....	136