

ABSTRAK

Tingkat persaingan yang semakin ketat dalam merebut pangsa pasar mendorong pimpinan perusahaan merencanakan dan mengendalikan pendapatan dan biaya. Pimpinan perusahaan harus menyadari bahwa peningkatan volume penjualan bukan merupakan suatu indikasi yang baik dalam menghasilkan laba, jika tanpa diikuti pengendalian biaya yang baik.

Salah satu cara dalam mengendalikan biaya ialah dengan melakukan analisis terhadap biaya pemasaran. Hal ini dimaksudkan agar biaya yang dikeluarkan tidak menjadi semakin besar, yang pada akhirnya dapat mengurangi laba perusahaan.

Analisis biaya pemasaran yang dipakai penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis perilaku biaya, yaitu memisahkan biaya campuran (semivariabel) ke dalam komponen-komponen tetap dan variabel.

Penulis melakukan penelitian pada CV. Permata Sejati yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan beku di Bandung. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu metode yang berusaha menyimpulkan, menyajikan, serta menganalisis data dengan melakukan wawancara, observasi langsung ke perusahaan, pengkajian data perusahaan, dan studi kepustakaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara biaya pemasaran dengan volume penjualan. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan koefisien korelasi (r) yang diperoleh yaitu sebesar 0,58 dengan tingkat kesesuaian (*Adjusted R Square*) sebesar 27,78% yang berarti bahwa sebesar 27,78% dari volume penjualan dipengaruhi oleh biaya pemasaran, sedangkan sisanya sebesar 72,22% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar biaya pemasaran.

Kata kunci: Analisis biaya pemasaran, volume penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
DAFTAR GAMBAR	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 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	5
1.6 Metode Penelitian	8
1.7 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Akuntansi Biaya	10
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya	10
2.1.2 Peranan Akuntansi Biaya	10
2.1.3 Tujuan Pokok Akuntansi Biaya	11
2.2 Biaya	12
2.2.1 Pengertian Biaya	12
2.2.2 Perbedaan Istilah "Biaya (<i>Cost</i>)" dan "Beban (<i>Expense</i>)"	13
2.2.3 Klasifikasi Biaya	14
2.3 Pemasaran	21
2.3.1 Pengertian dan Konsep Inti Pemasaran	21
2.3.2 Fungsi Saluran Pemasaran	25
2.3.3 Bauran Pemasaran	27
2.4 Biaya Pemasaran	30
2.4.1 Pengertian Biaya Pemasaran	30
2.4.2 Penggolongan Biaya Pemasaran	31
2.4.3 Karakteristik Biaya Pemasaran	31
2.5 Analisis Biaya Pemasaran	33
2.5.1 Analisis Biaya Pemasaran dengan Menggunakan Analisis Perilaku Biaya	33
2.6 Volume Penjualan dalam Hubungannya dengan Laba	36
2.7 Hubungan Analisis Biaya Pemasaran dengan Peningkatan Volume Penjualan	38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian dan Sejarah Perusahaan 39
3.2	Metode Penelitian 40
	3.2.1 Variabel 41
	3.2.2 Sumber Data 41
3.3	Teknik Pengumpulan Data 42
3.4	Metode Analisis Data 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian 46
	4.1.1 Analisis Grafik, Regresi, dan Korelasi 47
4.2	Peranan Analisis Biaya Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan 69
	4.2.1 Analisis Perilaku Biaya dengan <i>Least-Squares Regression</i> <i>Method</i> 71
	4.2.2 Metode Korelasi Sederhana 72
	4.2.3 Pengujian Hipotesis 73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan 74
5.2	Saran 75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Gaji Pegawai dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	48
Tabel 4.2 Komisi Penjualan Pegawai dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	51
Tabel 4.3 Biaya Sewa dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006...	54
Tabel 4.4 Biaya Promosi dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	56
Tabel 4.5 Biaya Pembungkusan dan Pengiriman dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	59
Tabel 4.6 Biaya Pemeliharaan Kendaraan dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	62
Tabel 4.7 Biaya Administrasi dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	65
Tabel 4.8 Biaya Listrik, Air, dan Telepon dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	68
Tabel 4.9 Hubungan antara Biaya Pemasaran (X) dengan Volume Penjualan (Y) CV. Permata Sejati Th. 2006	71

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1 Gaji Pegawai dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	47
Grafik 4.2 Komisi Penjualan dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	50
Grafik 4.3 Biaya Sewa dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	53
Grafik 4.4 Biaya Promosi dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	55
Grafik 4.5 Biaya Pembungkusan dan Pengiriman dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	58
Grafik 4.6 Biaya Pemeliharaan Kendaraan dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	61
Grafik 4.7 Biaya Administrasi dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	64
Grafik 4.8 Biaya Listrik, Air, dan Telepon dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	67
Grafik 4.9 Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan CV. Permata Sejati Th. 2006	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran Peranan Analisis Biaya Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	5
Gambar 2.1 Sistem Pemasaran Sederhana	25
Gambar 2.2 Strategi Bauran Pemasaran	28