

ABSTRAK

Kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam sebuah perusahaan, karena dengan adanya kegiatan promosi maka konsumen dapat mengetahui dan mengenali suatu produk. Kegiatan promosi dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkannya kepada publik. Kegiatan promosi pun turut menentukan kontinuitas perusahaan dan menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan. Agar kegiatan promosi dapat terlaksana dengan baik, perlu dilakukan anggaran terhadap biaya promosi dengan memperhatikan segala aspek dan komponennya. Perusahaan perlu melakukan anggaran agar dapat melaksanakan kegiatan promosinya dengan efektif dan efisien, juga dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada secara maksimal. Pimpinan perusahaan berperan dalam melaksanakan anggaran biaya promosi perusahaan, berwewenang untuk mengambil keputusan, dan melakukan tindakan perbaikan terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana peranan anggaran dalam meningkatkan efisiensi biaya promosi pada PT. Pelangi Steel yang berlokasi Jalan Satria Raya no. 8, Bandung.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui anggaran biaya promosi yang telah dilaksanakan oleh perusahaan, dan untuk mengetahui bagaimana peranan anggaran dalam meningkatkan efisiensi biaya promosi pada PT. Pelangi Steel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah PT. Pelangi Steel yang berlokasi di Jl. Satria Raya No. 8, Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah Metode Analisis Deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik. Penelitian lapangan dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pihak perusahaan, yaitu direktur dan para karyawan PT. Pelangi Steel. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan kuesioner yang disebarkan menunjukkan peranan anggaran dalam meningkatkan efisiensi biaya promosi adalah sebesar 85,71%. Dengan demikian, peranan anggaran dalam meningkatkan efisiensi biaya promosi sangat besar, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa peranan anggaran berpengaruh dalam meningkatkan efisiensi biaya promosi dapat diterima.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Rerangka Penelitian.....	6
1.6 Metodologi Penelitian.....	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Anggaran.....	12
2.2 Ruang lingkup anggaran.....	13

2.2.1 Pengertian Anggaran.....	13
2.2.2 Fungsi Anggaran.....	16
2.2.3 Keuntungan Pemakaian Anggaran.....	20
2.2.4 Keterbatasan Anggaran.....	22
2.3 Syarat-syarat Program Anggaran.....	22
2.4 Jenis-jenis Anggaran.....	23
2.5 Biaya.....	25
2.5.1 Pengertian Biaya.....	25
2.5.2 Penggolongan Biaya.....	26
2.6 Konsep tentang Biaya Promosi.....	34
2.6.1 Empat Metode umum untuk Menetapkan Biaya untuk Promosi.....	35
2.6.2 Membuat Anggaran Total untuk Promosi.....	37
2.7 Sifat dari Setiap Alat Promosi.....	39
2.8 Menetapkan Anggaran Periklanan.....	41
2.9 Hubungan Anggaran dengan Biaya Promosi.....	41

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Metodologi Penelitian.....	45
3.2.1 Penentuan Responden.....	46

3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.2.2.1 Jenis Data.....	46
3.2.2.2 Sumber Data.....	47
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.4 Variabel Penelitian.....	49
3.2.5 Variabel, Indikator Variabel dan Skala Pengukuran.....	49
3.2.6 Metode Analisis Data.....	53

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	55
4.1.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.....	56
4.1.2 Kegiatan Perusahaan Secara Umum.....	57
4.1.3 Kegiatan Produksi.....	57
4.2 Anggaran Biaya Promosi.....	60
4.2.1 Karakteristik Anggaran.....	60
4.2.2 Fungsi Anggaran.....	61
4.3 Pentingnya Anggaran.....	62

4.4 Efektifitas dan Efisiensi dalam melakukan

Anggaran Biaya Promosi..... 63

4.5 Hambatan dalam proses Anggaran Biaya Promosi..... 64

4.6 Pengujian Hipotesis..... 65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 68

5.2 Saran..... 69

DAFTAR PUSTAKA..... xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Ikhtisar Variabel, Sub Indikator, dan Instrumen.....	50
-----------	--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Proses Produksi PT. Pelangi Steel.....	58
------------	--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Formulir Penyusunan Skripsi