

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efektivitas pengendalian biaya pemasaran. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh penerapan akuntansi pertanggungjawaban terhadap efektivitas pengendalian biaya pemasaran dalam hotel bintang 4 dan 5 di Kota Bandung. Penulis menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan mengumpulkan data, menganalisis dan menyusun hasil penelitian secara sistematis, dengan objek penelitian hotel bintang 4 dan 5 di Kota Bandung. Penulis mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dan penelitian kepustakaan. Sampel diambil dengan menggunakan metode *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 8 hotel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t yaitu membandingkan nilai t hitung dan t tabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya berpengaruh terhadap efektivitas pengendalian biaya pemasaran. Hal ini didukung dengan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3,671 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 2,048, maka dengan hasil perbandingan tersebut artinya penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas pengendalian biaya pemasaran. Sehingga hipotesis “penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas pengendalian biaya pemasaran” dapat diterima.

Kata kunci : penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya dan efektivitas pengendalian biaya pemasaran.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of implementation of cost center accounting for effectiveness of marketing cost control. In connection with this, so this research tried to identify whether there is an influence on the effectiveness of the implementation of accounting control marketing expenses in 4 and 5 star hotels in the city. The author uses descriptive analysis research methods to collect data, analyze and develop a systematic research with research object is 4 and 5 star hotels in the city. Authors collected data through questionnaires and research literature. Samples taken using simple random sampling method with a total sample of 30. Hypotesis testing is done by the t-test to compare the t value and t tables.

The result showed that implementation of cost center accounting significantly affect effectiveness of marketing cost control. This is supported by the result of hypothesis testing using a t-test showed that t of 3,671 is greater than t tables is 2.048, then the result of these comparisons mean implementation of cost center accounting significantly affect effectiveness of marketing cost control. So the hypothesis “implementation of cost center accounting significantly affect effectiveness of marketing cost control” is acceptable.

Keywords: implementation of cost center accounting and effectiveness of marketing cost control.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Akuntansi Pertanggungjawaban.....	8
2.1.1.1 Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban	8

2.1.1.2 Manfaat Akuntansi Pertanggungjawaban	8
2.1.2 Pusat Pertanggungjawaban.....	10
2.1.2.1 Pengertian Pusat Pertanggungjawaban	10
2.1.2.2 Jenis-jenis Pusat Pertanggungjawaban	11
2.1.2.2.1 Pusat Biaya.....	11
2.1.2.2.2 Pusat Pendapatan	12
2.1.2.2.3 Pusat Laba	12
2.1.2.2.4 Pusat Investasi.....	12
2.1.3 Dimensi Akuntansi Pertanggungjawaban Pusat Biaya.....	12
2.1.4 Akuntansi Pertanggungjawaban Pusat biaya.....	13
2.1.5 Syarat-syarat Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban	13
2.1.5.1 Struktur Organisasi	13
2.1.5.2 Anggaran.....	14
2.1.5.2.1 Pengertian Anggaran.....	14
2.1.5.2.2 Tujuan Anggaran	14
2.1.5.2.3 Manfaat Anggaran	15
2.1.5.2.4 Jenis-jenis Anggaran.....	15
2.1.6 Efektivitas	16
2.1.6.1 Pengertian Efektivitas	16
2.1.7 Pengendalian	16
2.1.7.1 Pengertian Pengendalian.....	16
2.1.7.2 Jenis Pengendalian.....	16
2.1.8 Biaya	17
2.1.8.1 Pengertian Biaya.....	17

2.1.8.2 Penggolongan Biaya	17
2.1.8.3 Pengendalian Biaya	20
2.1.9 Biaya Pemasaran	21
2.1.9.1 Pengertian Biaya Pemasaran.....	21
2.1.9.2 Penggolongan Biaya Pemasaran.....	21
2.1.9.3 Karakteristik Biaya Pemasaran	23
2.1.9.4 Analisis Biaya Pemasaran.....	24
2.1.10 Efektivitas Biaya Pemasaran.....	26
2.1.11 Dimensi Efektivitas Biaya Pemasaran	26
2.1.12 Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban Pusat Biaya Terhadap Efektivitas pengendalian Biaya Pemasaran.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	30

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Jenis Penelitian	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	33
3.6 Populasi dan Sampel	35
3.6.1 Populasi Penelitian	35
3.6.2 Sampel Penelitian.....	35
3.7 Metode Analisis Data	37

3.7.1 Pengolahan Data.....	37
3.7.2 Uji Validitas	38
3.7.3 Uji Reliabilitas	39
3.7.4 Uji Normalitas	40
3.7.5 Uji Regresi Linear	41
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.1.1 Deskripsi Responden.....	44
4.1.2 Hasil Analisis Data.....	46
4.1.2.1 Hasil Analisis Data Variabel X.....	46
4.1.2.2 Hasil Analisis Data Variabel Y.....	50
4.1.3 Pengujian Hipotesis.....	54
4.1.4 Koefisien Determinasi.....	56
4.1.5 Hasil Uji Validitas	57
4.1.6 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.1.7 Hasil Uji Normalitas	60
4.2 Pembahasan Pengaruh Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Pusat Biaya Terhadap Efektivitas Pengendalian Biaya Pemasaran	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Struktur Organisasi 14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran 29
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian 30

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel 34
Tabel 3.2	Ukuran Penilaian Variabel X..... 36
Tabel 3.3	Ukran Penilaian Variabel Y..... 37
Tabel 4.1	Kondisi Kuesioner 44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan..... 45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 45
Tabel 4.5	Jawaban Respoden Mengenai Adanya Pemisahan Tugas 46
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Adanya Job Descriptions Yang Jelas Di Setiap Posisi 47
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Adanya Komunikasi Yang Baik Antara Atasan Dan Bawahan 47
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Proses Penyusunan Anggaran 48
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Adanya Peran Serta Manajer Dalam Penyusunan Aanggaran..... 49
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Proses Pelaporan Akuntansi 49
Tabel 4.11	Jawaban Responden Mengenai Laporan Dari Tiap Pusat Biaya Setiap Periodenya 50
Tabel 4.12	Jawaban Responden Mengenai Mencatat Pelaksanaan yang Sebenarnya 51
Tabel 4.13	Jawaban Responden Mengenai Melakukan Analisa Dan Meneliti Faktor-Faktor yang Menyebabkan

	Terjadinya Penyimpangan	52
Tabel 4.14	Jawaban Responden Mengenai Mengembangkan Tindakan Alternatif Perbaikan Terhadap Penyimpangan Yang Terjadi	52
Tabel 4.15	Jawaban Responden Mengenai Efektivitas Biaya Pemasaran.....	53
Tabel 4.16	Coefficients	55
Tabel 4.17	Model Summary	57
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Validitas Variabel X.....	57
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	58
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X	59
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Y	60
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Normalitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Surat Keterangan Penelitian 68
Lampiran B	Kuesioner Penelitian 72
Lampiran C	Jawaban Responden..... 76
Lampiran D	Hasil Pengujian SPSS 79