

Perencanaan dan pengendalian biaya pemasaran pada biro perjalanan umum PT X di Jakarta

Winda Haryanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184011&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat diketahui aplikasi perencanaan dan pengendalian biaya pemasaran pada biro perjalanan umum PT. "X" dan perbandingannya dengan teori. Dengan perencanaan dan pengendalian biaya pemasaran yang baik tingkat keuntungan yang diharapkan akan dapat dipertahankan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah riset perpustakaan, observasi lapangan dan wawancara. Kebijakan pemasaran yang diterapkan pada biro perjalanan umum PT. "X" terdiri dari kebijakan produk, kebijakan promosi, kebijakan harga dan kebijakan distribusi. Proses penyusunan budget biaya pemasaran diterapkan dalam siklus tertentu. Sales Forecast yang disesuaikan dengan data biaya pemasaran dari periode sebelumnya dijadikan dasar untuk menyusun konsep budget biaya pemasaran. Pengendalian biaya pemasaran di PT. "X" dilakukan melalui pengendalian secara administratif dan pengendalian manajemen. Dari hasil pengamatan mengenai hal-hal tersebut diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam menyusun budget biaya pemasaran, bagian pemasaran PT. "X" telah melibatkan seluruh tingkatan manajemen sehingga menimbulkan sense of participation. Pengendalian administratif sudah cukup baik, dilakukan dengan menggunakan sistem voucher sehingga terhindar dari penggunaan dokumen atau formulir atau bukti secara tidak sah. Pengendalian manajemen belum terlaksana dengan baik karena data kumulatif yang tersedia sangat terbatas. PT. "X" hanya menggunakan biaya tetap. Agar perencanaan dan pengendalian biaya pemasaran dapat mendekati realisasi disarankan untuk mencantumkan budget biaya pemasaran pada bulan yang bersangkutan, nilai penyimpangan dan penjelasannya, selain itu agar lebih efektif sebaiknya menggunakan budget fleksibel, budget biaya standar untuk kegiatan pemasaran yang berulang-ulang (order rilling) dan budget appropriasi untuk kegiatan pemasaran yang sulit diukur (order getting).