Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Pengendalian biaya pemasaran sebagai salah satu cara meningkatkan laba perusahaan studi kasus PT GKU

Rika Diah Widyantiningsih, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184246&lokasi=lokal

---

Abstrak

Skripsi ini ditulis untuk memperlihatkan pentingnya pengenda1ian atas biaya pemasaran, di samping pengendalian biaya produksi yang sudah umum dilakukan. Untuk memperjelas gambaran bagaimana pengendalian biaya pemasaran dapat dilakukan, diambil suatu studi kasus pada PT GKU. Metode penelitian yang dipakai adalah :1. Studi literatur yaitu dengan mengumpulkan bahan bahan teoritis dari buku, majalah dan literatur lain yang relevan. 2. Studi lapangan yaitu dengan peninjauan langsung ke perusahaan dan mewawancarai personel yang terkait. Hasil penelitian : Biaya pemasaran makin lama makin penting bagi PT. GKU melihat persentase terhadap penjualan yang makin meningkat setiap tahun dan pertumbuhannya lebih besar dari biaya umum dan administrasi. Komponen biaya pemasaran terbesar yaitu biaya karyawan dan promosi. PT. GKU memang lebih banyak menggunakan promosi dibanding iklan untuk meningkatkan penjualan, karena dianggap lebih efektif. Perangkat pengendalian yang digunakan yaitu budget. yang ditetapkan setiap tahun. Review dan pembaruan atas budget. di lakukan tiga bulan seka1i dengan mempertimbangkan kondisi perusahaan serta situasi pasar. Kesimpulan dan saran Kesadaran akan pentingnya pengendalian biaya pemasaran telah ada pada PT. GKU terbukti dengan adanya prosedur untuk melakukan pengendalian tersebut. Namun masih ada hal-hal yang harus diperbaiki. Sistem akuntansi yang ada harus dapat menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh Manajer Pemasaran untuk melakukan review terhadap budget dan menganalisa penyimpangan yang terjadi. Dan analisa biaya sebaiknya diikuti dengan analisa profitabilitas berdasar outlet, produk atau salesman, sehingga pengendalian biaya pemasaran dapat menunjang tujuan perusahaan dalam mencari laba.