

ABSTRAK

ANALISIS EFISIENSI BIAYA PEMASARAN STUDI KASUS PADA DIVISI TEKSTIL PT DANLIRIS SURAKARTA

Veronica Eva Novita
Universita Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui selisih anggaran dan realisasi biaya pemasaran pada setiap fungsi yaitu (1) fungsi promosi, (2) fungsi penjualan, (3) fungsi penggudangan, (4) fungsi pengepakan dan pengiriman, (5) fungsi kredit dan penagihan, (6) fungsi administrasi pemasaran. Jenis penelitian adalah studi kasus pada Divisi Tekstil PT Danliris Surakarta.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuisioner. Untuk mengetahui efisiensi biaya pemasaran digunakan analisis selisih biaya pemasaran yaitu dengan membandingkan antara anggaran biaya pemasaran dengan realisasi biaya pemasaran. Adapun langkah-langkahnya yaitu : a) mendistribusikan setiap jenis biaya pemasaran, b) menentukan satuan pengukur jasa yang dihasilkan oleh setiap fungsi pemasaran, c) menyusun tabel perhitungan tarif biaya pemasaran dan anggaran fleksibel, d) menyusun tabel biaya pemasaran sesungguhnya, e) pembebanan biaya pemasaran, f) analisis selisih biaya pemasaran dengan toleransi 5%.

Berdasarkan hasil analisis, fungsi-fungsi yang sudah dapat dikatakan efisien yaitu: fungsi promosi, fungsi penjualan, fungsi penggudangan, fungsi pengepakan dan pengiriman, serta fungsi administrasi pemasaran. Sementara fungsi kredit dan penagihan belum efisien. Sehingga dapat disimpulkan secara umum bahwa biaya pemasaran pada PT Danliris sudah efisien. Kesimpulan ini diambil karena dari keenam fungsi yang ada, lima diantaranya sudah termasuk kategori efisien.

ABSTRACT

An ANALYSIS ON THE COST MARKETING EFFICIENCY a CASE STUDY AT TEXTILE DIVISION PT DANLIRIS SURAKARTA

Veronica Eva Novita
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

This research purposed to know the cost difference between the budgeted and the realization of marketing cost for every function, namely: (1) promotion, (2) sales, (3) storage, (4) packaging and delivery, (5) credit claim, and (6) marketing administration. The research was a case study at PT DANLIRIS Surakarta.

The data were collected by interview, observation, documentation, and questionnaire. To know the marketing cost efficiency, the research used marketing cost difference analysis by comparing marketing cost budget and marketing cost realization. These were the steps to do it: a) Distributing the marketing cost, b) Determining the service measure unit resulted from every marketing function, c) arranging the price calculation for the marketing cost and the flexible cost, d) arranging the real marketing cost, e) charging the marketing cost, f) analyzing marketing cost difference with tolerance rate of 5%.

According to the analysis, the functions that had been efficient were: promotion, sales, storage, packaging and delivery, and also marketing administration. While the credit and claim were not efficient yet. Therefore it could be concluded that generally the marketing cost in PT DANLIRIS was already efficient.