

ANALISI BIAYA PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PERCATAKAN PT. TRIBUN

ARIES BASUKI, SIGIT SUKMONO, SE, MMSI

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : pengendalian biaya

Abstraksi :

Dizaman sekarang ini, hampir setiap hari kita melihat bermacam-macam produk di berbagai media, semua berusaha meyakinkan para konsumen bahwa produk mereka adalah yang paling bagus untuk semua itu mereka mengeluarkan biaya yang sangat besar. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah dimulai dari biaya penjualan, pmbungkusan dan pengiriman, biaya advertensi, biaya kredit dan penagihan serta biaya akuntansi pemasaran. Peningkatan biaya-biaya pemasaran jelas akan mempengaruhi laba yang bisa diperoleh perusahaan khususnya akan tampak pada laporan rugi laba. Setelah diketahui bahwa perusahaan menggunakan analisis menurut jenis produk, namun penulis mencoba melakukan perhitungan menurut jenis produk, yaitu untuk besarnya biaya pemasaran yang digunakan untuk masing-masing jenis produk adalah untuk produk kalender biaya pemasarannya lebih tinggi dari pada biaya pemasaran jenis produk notes book dan sampul buku. Dan untuk produk kalender mempunyai laba bersih yang sangat besar diantara produk notes book dan sampul buku. Penggunaan metode jenis produk lebih efektif karena didalamnya tercantum seluruh komponen biaya yang diperlukan oleh perusahaan sehingga penggunaannya dapat membantu perusahaan dalam memperkirakan biaya keseluruhan.