

# **ANALISIS BIAYA PEMASARAN MENURUT DAERAH PEMASARAN PADA PT. SINAR SOSRO. TBK CABANG LENTENG AGUNG**

**Cardian Bestary, C. Widi Pratiwi SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : akuntansi biaya

Abstraksi :

Biaya pemasaran mencakup semua biaya yang terjadi sejak produk selesai diproduksi sampai dengan produk diubah kembali dengan bentuk uang. Dengan demikian biaya pemasaran meliputi biaya pergudangan, advertensi, penjualan, pembungkusan dan pengepakan, kredit dan penagihan, dan akuntansi pemasaran. Oleh karena itu, biaya pemasaran perusahaan menjadi bagian penting dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan, karena pentingnya biaya pemasaran bagi perusahaan maka penulis membantu perusahaan untuk mengetahui didaerah mana yang hasil penjualannya lebih banyak, untuk mengetahui didaerah mana yang biaya pemasarannya lebih tinggi dan untuk mengetahui didaerah mana yang lebih baik dalam meningkatkan laba bersih perusahaan menurut daerah pemasaran. Atas kesimpulan diatas penulis tergerak untuk melakukan observasi langsung dan untuk mengetahui analisis biaya pemasaran produk teh botol sosro yang berlokasi di Jalan Raya Lenteng Agung No 39 (Citranet), Kecamatan Jagakarsa Jakarta Selatan menurut daerah pemasaran. Setelah melakukan penelitian dan menganalisisnya, penulis menarik kesimpulan bahwa laba yang diperoleh tiap daerah pemasaran adalah Depok I sebesar Rp 930.756.000 dan Rp 548.860.000 untuk daerah Depok II. Namun, bila dilihat dari potensi biaya pemasarannya dalam meningkatkan laba bersih perusahaan yang diperoleh dengan membagi antara prosentase biaya pemasaran dengan prosentase laba disetiap daerah adalah sebesar 0,9 kali untuk Depok I dan 1,05 kali untuk Depok II. Daerah yang hasil penjualannya lebih banyak adalah daerah Depok I, biaya pemasarannya lebih tinggi adalah daerah Depok I dan daerah Depok I juga termasuk daerah yang lebih baik dalam meningkatkan laba bersih perusahaan.