

ANALISIS BIAYA PEMASARAN MENURUT JENIS PRODUK PADA CV.BENGAWAN CIDURIAN RUBBERINDO UNTUK MENGENDALIKAN BIAYA PEMASARAN

Tantry Kusumahati, Utara, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : biaya pemasaran

Abstraksi :

Dalam mencapai tujuannya perusahaan harus dapat mengendalikan biaya yang dikeluarkan seefisien mungkin jika ingin memperoleh keuntungan yang besar. Pengendalian biaya yang dimaksud adalah biaya pemasaran yang meliputi biaya-biaya yang dapat dikelompokkan kedalam fungsi pemasaran yaitu : biaya menurut fungsi penjualan, fungsi pergudangan, fungsi pengiriman, fungsi advertensi dan fungsi akuntansi pemasaran. Biaya pemasaran memegang peranan yang cukup penting bagi perusahaan yaitu untuk pengendalian terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh. Penulis melakukan penelitian pada CV. Bengawan Cidurian Rubberindo untuk menganalisis pengendalian biaya pemasaran dan menentukan kemampuan tiap produk dalam menghasilkan laba. Setelah melakukan penelitian dan menganalisa, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pengendalian biaya pemasaran pada CV. Bengawan Cidurian Rubberindo dapat dilakukan dengan menghubungkan biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan laba yang diperoleh untuk tiap jenis produk. Hasilnya ternyata produk CB WR 20 mempunyai potensi biaya pemasaran untuk menghasilkan laba yang paling besar. Daftar Pustaka (1992-2008)