

ANALISIS BIAYA PEMASARAN MENURUT JENIS PRODUK PADA PT MULTIBREEDER ADIRAMA INDONESIA.

M. REZA INDRAWAN, Budi Santoso, S.E., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

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 Day Old Chiks yang berlokasi di jalan raya Gisting atas dan di jalan raya Campang, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Setelah melakukan penelitian dan menganalisanya, penulis menarik kesimpulan bahwa laba bersih yang diperoleh tiap jenis produk adalah DOC Silver sebesar Rp 177.359.110, DOC Gold sebesar Rp 466.490.178, dan untuk DOC Platinum sebesar Rp747.764.334. Namun, dari hasil ketiga jenis produk tersebut dapat disimpulkan bahwa jenis produk DOC Platinum memiliki hasil penjualan, jumlah biaya pemasaran, serta laba bersih yang lebih besar dibandingkan dengan produk DOC Silver dan produk DOC Gold.