

**PENGARUH BIAYA PEMASARAN UNTUK MENDAPATKAN PESANAN
TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN
PADA PERUM PERUMNAS REGIONAL I
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :
ARINI
NPM. 078330119**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 1**

**Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PEMASARAN UNTUK
MENDAPATKAN PESANAN TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN PADA PERUM PERUMNAS
REGIONAL I MEDAN**

Nama Mahasiswa : ARINI

No. Stambuk : 078330119

Jurusan : Akuntansi

Menyetujui:

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

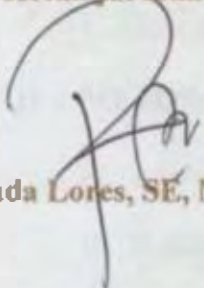

(Drs. Ali Usman Srg, Msi)

Pembimbing II

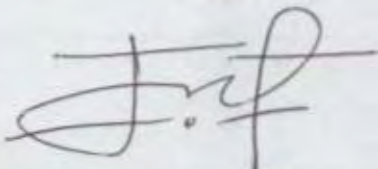

(Dra. Hj. Rosmaini, Ak)

Mengetahui :

Ketua jurusan


(Linda Lores, SE, MSi)

Dekan


(Prof. DR. Sya'ad Afifuddin, SE, Mec)

Tanggal lulus : 9 November 2011

ABSTRAK

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi sejak perumahan selesai dibangun sampai dengan perumahan tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Adanya biaya-biaya ini akan menambah biaya yang telah dikeluarkan dalam memproduksi perumahan. Perum Perumnas Regional I Medan, perumahan yang dihasilkan terdiri dari berbagai jenis dan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan sarana pemukiman yang layak dengan berbagai fasilitas yang diberikan. Hal ini memerlukan kerja keras dari manajer perusahaan untuk mengembangkan perumahannya agar mendapatkan tempat dipasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti nyata tentang pengaruh biaya pemasaran untuk mendapatkan pesanan terhadap peningkatan penjualan di Perum Perumnas Regional I Medan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data biaya pemasaran dan volume penjualan Perum Perumnas Regional I Medan dari tahun 2010 per bulan. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, sedangkan sumber data berasal dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan digunakan teknik analisis analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan *SPSS for windows 15*.

Pengeluaran biaya pemasaran Perum Perumnas Regional I Medan setiap bulannya selalu mengalami perubahan, adapun rata-rata perubahan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan selama 36 bulan adalah sebesar 93%.

Kata Kunci : Biaya, Pemasaran, Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian dan Penggolongan Biaya.....	4
B. Pengertian Pemasaran dan Biaya Pemasaran.....	6
C. Volume Penjualan.....	13
D. Kerangka Konseptual.....	16
E. Hipotesis.....	17
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
B. Populasi dan Sampel.....	19
C. Definisi Operasional.....	19
D. Jenis dan Sumber Data.....	20

E. Teknik Pengumpulan Data	21
F. Teknik Analisis Data	21

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	23
1. Sejarah Singkat Perusahaan	23
2. Struktur Organisasi Perusahaan	24
3. Tugas, Wewenang dan Tangung Jawab	27
4. Aktivitas Perusahaan	36
5. Bentuk-bentuk Lingkungan Makro	37
6. Pelaksanaan Strategi Pemasaran	43
7. Hambatan-hambatan Usaha Perusahaan	45
8. Biaya Pemasaran	47
9. Pendapatan Penjualan	50
B. Pembahasan	53
1. Analisis Data	53
2. Uji Hipotesis	54
3. Uji Determinasi	55

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

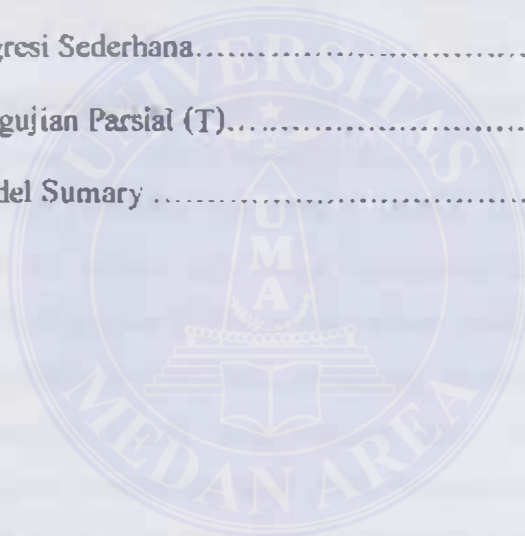
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Kerangka Konseptual.....	17
IV.1 : Struktur Organisasi.....	26
IV.2 : Grafik Biaya pemasaran.....	49
IV.3 : Grafik Data Pendapatan Penjualan.....	52
IV.4 : Kurva Pengujian Hipotesis.....	55

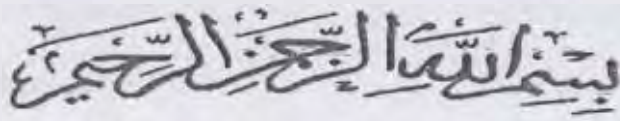


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Perencanaan jadwal penelitian.....	18
4.1 : Spesifikasi Teknik bangunan.....	38
4.2 : Biaya Lingkungan Makro.....	42
4.3 : Biaya Pemasaran.....	48
4.4 : Pendapatan Penjualan	51
4.5 : Regresi Sederhana.....	53
4.6 : Pengujian Parsial (T).....	55
4.7 : Model Summary	56



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa di dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan atau masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini di sebabkan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu untuk kesempurnaan Skripsi ini penulis mengharapkan saran, kritik dan perbaikan dari pembaca yang sifatnya konstruktif.

Dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan serta dorongan semangat dari beberapa pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan rasa penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahril, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Linda Lores, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Bapak Drs. Ali Usman Siregar, MSi selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya, guna membimbing penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Hj. Rosmaini, Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perku liaban.
7. Bapak Pimpinan Perum Penunns Regional I Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Teristimewa kepada ayahanda, yang mengilhami semangat penulis, sekaligus skripsi ini dipersembahkan sebagai budi bakti kepada orang tua penulis. Ibunda tercinta yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta dengan do'a restunya penulis berhasil menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi.
9. Seluruh teman-teman "Seperkuliaban dan semua pihak yang telah membantu penulis baik dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya. Amin.....

Medan, 2011
Penulis

(ARINI)

BA§ I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran yang meliputi biaya iklan, biaya promosi, biaya penjualan, gaji bagian pemasaran dan lain sebagainya. Perhatian manajemen semula dipusatkan pada bidang perumahan, sehingga sebagian besar kegiatan akuntansi biaya ditujukan untuk menyediakan informasi biaya perumahan bagi kepentingan manajemen. Dengan semakin meningkatnya persaingan memperebutkan pasar, perhatian manajemen bergeser ke pemasaran perumahannya, karena kegiatan perumahan saja tidak akan menjamin dihasilkannya peningkatan penjualan, jika pemasaran perumahan tidak mampu merebut pasar. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut untuk memperluas perhatiannya dibidang pemasaran perumahannya. Pemasaran mempertemukan perumahan perusahaan dengan pasar guna memuaskan kebutuhan pelanggan dan menghasilkan laba yang layak bagi perusahaan. Para manajer perusahaan harus mengambil keputusan mengenai jenis, rancangan, warna, ukuran, harga jual, dan iklan yang akan dilaksanakan. Keputusan yang beraneka ragam ini perlu diorganisasi, direncanakan dan dikendalikan.

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi sejak perumahan selesai dibangun sampai dengan perumahan tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Adanya biaya-biaya ini akan menambah biaya yang telah dikeluarkan dalam memproduksi perumahan. Agar biaya pemasaran ini dapat

efektif maka para manajer harus berusaha mengendalikan dan memperhitungkan dengan cermat.

Pada Perum Perumnas Regional I Medan, perumahan yang dihasilkan terdiri dari berbagai jenis dan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan sarana pemukiman yang layak dengan berbagai fasilitas yang diberikan. Hal ini memerlukan kerja keras dari manajer perusahaan untuk mengembangkan perumahannya agar mendapatkan tempat dipasaran. Pada kenyataannya penjualan yang dilakukan Perum Perumnas Regional I Medan ini kurang mendapatkan tempat dipasaran. Hal ini dapat terlihat dengan kurang minatnya konsumen untuk membeli perumahan. Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya penjualan adalah sistem kegiatan pemasaran yang tidak begitu diperhatikan oleh perusahaan.

Usaha pemasaran yang baik sangat berpengaruh terhadap volume penjualan perumahan. Promosi, saluran distribusi serta kegiatan pemasaran lainnya harus dilaksanakan dengan baik. Biaya yang timbul sebagai akibat dari pemasaran perumahan ini harus dikontrol agar tidak terlalu rendah juga tidak terlalu tinggi. Dengan demikian perusahaan dapat memperoleh peningkatan penjualan yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka penulis ingin menganalisis biaya pemasaran dan penjualan. Dengan ini penulis mengambil judul **"Pengaruh Biaya Pemasaran Untuk Mendapatkan Pesanan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Perum Perumnas Regional I Medan"**.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha dan T. Hani Handoko, 2003, **Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen**. BPEP, Yogyakarta
- Basu Swastha dan Irawan, 2007, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Kotler Philip, 2005, **Prinsip-prinsip Pemasaran**, Jilid Satu, Edisi Revisi, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusnadi. Arifin, Zainal. Syadeli, Moh. 2002. **Akuntansi Manajemen Komprehensif Tradisional dan Kontemporer**. Universitas Brawijaya, Malang.
- Mulyadi, 2005, **Akuntansi Biaya**, Edisi Kelima, UPP-AMP YKPN, Yogyakarta.
- Simamora Henry, 2004, **Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis**, Jilid II, Salemba Empat, Jakarta.
- Sutanto, 2004. **Teknik Menjual Barang**. Bumi Aksara, Jakarta.
- Supriyono., 2007, RA, **Akuntansi Biaya, Pengumpulan dan Penentuan Harga Pokok**, Edisi yang diperbaharui, Cetakao Ketiga Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Supriyono, R. A. 2003. **Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan**. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptooo, 2007, **Pemasaran Jasa**. Salemba Empat, Jakarta.
- Sogiyono, 2005, **Metode Penelitian Bisnis**, Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.