

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peranan Anggaran Biaya Pemasaran terhadap Efektifitas Penjualan Komputer pada PT. Bimantara Computer ( PT. Bimacom ) Medan” , yakni sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Strata-I ( S-1) di Fakultas Ekonomi Medan Area.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Keluarga, Sahabat, Sanak Saudar, atas jerih payah dan doanya selama ini kepada peneliti, serta yang menjadi motivasi bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan ini. Selanjutnya atas bantuan pihak terkait baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini, maka peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, Mcc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Linda Lores SE, Msi, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Karlonta Nainggolan, SE, MSAc, selaku Ketua Meja Hijau di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

5. Ibu Dra. Hj. Retnawati Siregar. Msi. selaku Pembimbing I, yang penuh kesabaran memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga bagi peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Marzuki Ibrahim. MM, selaku Pembimbing II, yang juga telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga bagi peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Agustiono, SE, MMA, selaku sekretaris Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
8. Seluruh Dosen/Staff Pengajar, serta Pegawai/Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
9. Bapak Pimpinan dan Pegawai PT. Bimacom Medan yang telah memberikan informasi / data Perusahaan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Ayah dan Bundaku serta saudara-saudaraku tercinta, yang tak pernah berhenti memberikan dukungan moril dan kasih.
11. Kepada rekan-rekan kerja di PT. Bimacom Medan, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan didalam doa.

Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan masukan dan bermanfaat bagi peneliti dan pembaca dalam menambah pengetahuan keilmuan kita.

Medan,

2010

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Anggaran.....	5
1. Pengertian dan Fungsi Anggaran.....	5
2. Kelemahan-kelemahan Anggaran.....	8
B. Biaya Pemasaran.....	9
1. Pengertian Biaya Pemasaran.....	9
2. Klasifikasi Biaya Pemasaran.....	12
C. Penyusunan Anggaran Biaya Pemasaran.....	12
D. Efektivitas Penjualan.....	19
1. Pengertian Efektifitas Penjualan.....	19

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	21
---	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
B. Populasi dan Sampel.....	23
C. Defenisi Operasional.....	23
D. Jenis dan Sumber Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisa Data.....	25

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	26
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	26
2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	26
3. Fungsi Anggaran.....	29
4. Prosedur Penyusunan Anggaran Biaya Pemasaran.....	33
5. Efektifitas Penjualan .....	38
B. Pembahasan.....	38
1. Fungsi Anggaran Biaya Pemasaran.....	38
2. Prosedur Penyusunan Anggaran Biaya Pemasaran .....	40
3. Efektifitas Biaya Pemasaran dan Penjualan.....	50

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran.....	54

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagram Anggaran Biaya Pemasaran dan Penjualan .....	52
2. Diagram Realisasi Biaya Pemasaran dan Penjualan .....	53



## DAFTAR TABEL

### Tabel

4.3	Volume Penjualan Pameran Tahun 2008.....	46
4.4	Volume Penjualan Pameran Tahun 2009.....	47
4.5	Anggaran Biaya Pemasaran dan Penjualan Tahun 2008/2009.....	51
4.6	Realisasi Biaya Pemasaran dan Penjualan Tahun 2008/2009.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Tabel 4.1 Biaya Pemasaran Pameran Tahun 2008
Lampiran II	Tabel 4.2 Biaya Pemasaran Pameran Tahun 2009
Lampiran III	Struktur Organisasi PT. Bimacom Medan

