

## **ABSTRAK**

### **Penerapan Variabel Costing Pada Biaya Pemasaran PT Sumber Cipta Multiniaga – Bali**

**Syaeful Bahri**

*Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember*

Perkembangan bisnis sangatlah pesat, tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan laba. Umumnya perusahaan mampu memenuhi permintaan pasar beberapa tahun yang akan datang, sehingga memiliki kapasitas menganggur yang mendorong untuk mempertimbangkan penetapan harga jual normal, selain itu harga pokok produksi harus dipertimbangkan.

Pemasaran memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena pemasaran merupakan suatu kegiatan yang cukup menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, terutama perusahaan sejenis, maka kegiatan pemasaran akan semakin meningkat, dan sebagai akibatnya biaya pemasaran akan meningkat. Peningkatan biaya pemasaran pada akhirnya akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan dan laba yang akan diperoleh perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu pengendalian terhadap biaya pemasaran. Akuntansi biaya merupakan sistem yang dapat dipakai sebagai dasar dalam melaksanakan pengendalian efektivitas biaya pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perusahaan mengidentifikasi, mengakui, mengukur, dan menyajikan serta mengungkapkan biaya pemasaran pada laporan keuangan. Penelitian ini dilakukan pada PT Sumber Cipta Multiniaga Bali. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh secara langsung dari narasumber. Perusahaan dalam mengukur dan menilai biaya pemasaran sebesar biaya yang dikeluarkan dan disajikan bersama dengan biaya-biaya yang sejenis dalam laporan keuangan dan informasi mengenai biaya pemasaran diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan.

Kata Kunci : Penerapan Biaya Pemasaran, Akuntansi Biaya, Biaya Pemasaran.

## *ABSTRACT*

### *THE APPLICATION OF COST VARIABEL COSTING ON MARKETING COSTS PT SUMBER CIPTA MULTINIAGA BALI*

*Syaeful Bahri*

*Department of Accounting, Faculty of Economics, University Muhammadiyah of Jember*

*Business development is currently very fast, main purpose is a profit. Generally the company meet market demand in the coming years, capacity of unemployed that encourages companies to consider a selling price, in addition cost of good production should be considered.*

*Marketing hold an important role in a company, because marketing is activity that is sufficient to determine the success of a company. Therefore Intense competition between companies, mainly similiar companies, then the marketing activities will increase, and as a result marketing costs will increase. Increased marketing costs ultimately affect the size alan revenues and profits will be obtained by the company. Therefore we need a control on marketing costs. A cost accounting system that can be used as a basic for implementing effective control of marketing costs*

*The purpose of this study is to investigate and analyze how firms identify, recognize, measure, assess and present and disclose the marketing cost in the financial statements. The research was conducted at the PT Sumber Cipta Multiniaga Bali. This study is a qualitative research. This study uses primary data. The primary data obtained directly from the source. Companies in measuring and assessing the marketing cost issued by cost and presented together with similar costs in the financial statements and information about marketing costs disclosed in the notes to the financial statements of the company.*

*Keywords : Application of marketing, Cost Accounting, Marketing Costs.*