



POLITEKNIK POS INDONESIA

JURNAL AKUNTANSI

TH II / 04 / Agustus / 2010

ISSN : 1979 - 8334

Pengaruh Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Auditor Pada Kantor Akuntan Publik Di Bandung
Indra Firmansyah, Y. Casmadi, Puji Barkah

Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Bantu Menejemen Terhadap Efisiensi Pengendalian Biaya Pemasaran Pada PT. Dirgantara Indonesia Di Bandung
Bambang Jatmiko, Dhanang Widjawan, Srijuliani Manurung

Analisis Pengendalian Kualitas Invoice Dengan Menggunakan Metode Six Sigma Dan Pengaruhnya Terhadap Prosedur Piutang Pada PT. DHL Exel Supply Chain Indonesia Ericsson Project
Dini Wahyu Hapsari, Dewi Selviani Y, Ramdan Apriana

Pengaruh Pengendalian Internal Pendayagunaan Zakat Terhadap Efektivitas Iplementasi Prinsip-Prinsip Good Organization Governance Pada Rumah Zakat Bandung
Dedy Somantri Yusuf, Surya Ramadhan Noor, Khairunnisa Baroroh

Analisis Perbandingan Return Saham Dan Volume Perdagangan Saham Sebelum Dan Sesudah Right Issue Di Bursa Efek Indonesia
Indra Firmansyah, Hery Mulyanto, Yulistiani

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Implementasi Self Assesment System
Surya Ramadhan Noor, Dedy Somantri Yusuf, Neng Nurahmah Susilawati

Pengaruh Aktivitas Shipment Ekspor Dan Impor Ocean Freight Terhadap Profit Departemen Ocean Freight (Penelitian Pada PT. Schenker Petrolog Utama)
Dini Wahyu Hapsari, Y. Casmadi, Ratna Wulandari

ISSN 1979-8334
9 771979 833418

Jurnal Akuntansi	Tahun II	Nomor 04	Bandung, Agustus 2010	ISSN 1979-8334
------------------	----------	----------	-----------------------	----------------



JURNAL AKUNTANSI

TH II / 04 / Agustus / 2010

ISSN : 1979 – 8334

Pengaruh *Time Budget Pressure* Terhadap Kualitas Auditor Pada Kantor Akuntan Publik Di Bandung

Indra Firmansyah, Y. Casmadi, Puji Barkah

Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Bantu Menejemen Terhadap Efisiensi Pengendalian Biaya Pemasaran Pada PT. Dirgantara Indonesia Di Bandung

Bambang Jatmiko, Dhanang Widijawan, Srijuliani Manurung

Analisis Pengendalian Kualitas *Invoice* Dengan Menggunakan Metode *Six Sigma* Dan Pengaruhnya Terhadap Prosedur Piutang Pada PT. DHL Exel Supply Chain Indonesia Ericsson Project

Dini Wahyu Hapsari, Dewi Selviani Y, Ramdan Apriana

Pengaruh Pengendalian Internal Pendayagunaan Zakat Terhadap Efektivitas Implementasi Prinsip-Prinsip *Good Organization Governance* Pada Rumah Zakat Bandung

Dedy Somantri Yusuf, Surya Ramadhan Noor, Khairunnisa Baroroh

Analisis Perbandingan *Return Saham* Dan Volume Perdagangan Saham Sebelum Dan Sesudah *Right Issue* Di Bursa Efek Indonesia

Indra Firmansyah, Hery Mulyanto, Yulistiani

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Implementasi *Self Assesment System*

Surya Ramadhan Noor, Dedy Somantri Yusuf, Neng Nurahmah Susilawati

Pengaruh Aktivitas *Shipment Ekspor* Dan *Impor Ocean Freight* Terhadap *Profit Departemen Ocean Freight* (Penelitian Pada PT. Schenker Petrolog Utama)

Dini Wahyu Hapsari, Y. Casmadi, Ratna Wulandari

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK POS INDONESIA
Jl. Sariasih No. 54 Bandung 40151 Telp. 022-2009562,022-2009570,
Fax 022-2009568

JURNAL AKUNTANSI

TH II / 04 / Agustus/ 2010

ISSN : 1979 - 8334

Setiap tahun terbit dua kali pada bulan Februari dan Agustus. Berisi hasil penelitian dan kajian analisis di bidang Akuntansi.

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI :

Pelindung

DR. Bambang Djatmiko, SE., M.Si

Penanggung Jawab

Dini Wahyu Hapsari, SE., M.Si.Ak

Ketua

Dedy Somantri Yusuf, SE, MM

Anggota

Indra Firmansyah, SE., MM.Ak

Dhanang Widijawan, SH., MH

Y. Casmadi, SE., MM

Hery Mulyanto, SE

Suya Ramadhan Noor, SE

Penyunting Kehormatan

Iwa Karniwa, SE.,MM.Ak

Amrizal, SE., MM

Staf Administrasi

Taufik Munggaran, A.Md

ALAMAT PENYUNTING DAN REDAKSI :

Jurusan Akuntansi, Gedung Administrasi,

Politeknik Pos Indonesia

Jl. Sariasih 54 Bandung 40151 Telp. 022-2009570, Fax 022-2009568 ,

email : poltekpos@jurusanakuntansi.com

**PENGARUH AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN SEBAGAI ALAT BANTU
MENEJEMEN TERHADAP EFISIENSI PENGENDALIAN BIAYA PEMASARAN
PADA PT.DIRGANTARA INDONESIA DI BANDUNG**

Oleh: Bambang Jatmiko, Dhanang Widijawan, Srijuliani Manurung

ABSTRACT

Accounting for Accountability in Indonesia had develop may affect the achievement of corporate Marketing Cost Control Efficiency. That is the presence of Akuntasni Accountability, efficiency can help companies control costs, especially in the field of Marketing. The purpose of this study is to determine how much influence the mebanu Responsibility Accounting for efficient management of Marketing Costs. The research method used in this study dalah literature study method and survey method of descriptive research, writer use Rank Spearman formula, regression, correlation, coefficient of determination and t test, to determine the relationship and influence between two variables.

Correlation calculation result known for 0864 showed a very strong relationship between the effect of responsibility accounting with Marketing Cost Control Efficiency (a) 4.198 for the regression coefficient increased investment in fixed assets (b) equal to 0.601 so that the regression equation $Y = 4.198 + 0.601 X$. Coefficient of determination of 74.64% indicates the percentage of responsibility accounting effect on the efficiency of marketing cost control. Whereas for the t test t obtained for 6.679 and t table for 2101 so that there are significant effect between the increased profitability of fixed asset investment decisions.at.IndonesianAerospace

The analysis shows that the PT. Indonesian Aerospace has a good accountability that already has to her in efficiency in controlling costs, particularly marketing costs. And this shows the correlation of two variables for 0753 are a very strong relationship. Regression equation $Y = 4.198 + 0.601 X$. While the determination coefficient of 74.64% and the test t value obtained t count equal to 6.679 with degrees of freedom at 5%, then got the t table for 2101. So that there are significant effect between the influence of responsibility accounting and cost efficiency of marketing companies. The suggestion is that a more proactive manager of the company in order to coordinate with the staff / employees in the numbers of openness to any responsibility centers in the company's work activities.

Keywords: *Influence, Responsibility Accounting, Cost Control Marketing Efficiency*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai suatu perusahaan yang berorientasi laba serta diorganisasikan dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat, pada dasarnya perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan menggunakan kemampuan dan sumber daya yang tersedia serta meningkatkan kesejahteraan bagi karyawannya. Dalam menjalankan fungsinya perusahaan dihadapkan bagaimana cara menggunakan faktor-faktor produksi yang terbatas, seperti bahan baku, tenaga kerja dan faktor-faktor produksi lainnya yang dikoordinasikan dan digunakan dengan baik dan efisien.

Dalam menghadapi situasi bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk mengarahkan seluruh sumber daya yang dimilikinya secara optimal untuk meningkatkan kemampuan bersaing, antara lain dapat berupa harga jual yang kompetitif, yang didukung oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar.

Dalam perusahaan, Aspek pemasaran memegang peranan penting dalam memasarkan produk kepada konsumen. Kebutuhan akan pemasaran ini tumbuh dan berkembang disaat masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi sampai produk tersebut kembali menjadi uang tunai.

Manajemen harus selalu memperhatikan masalah penggunaan sumber daya karena penggunaan ekonomi yang kurang efisien akan merupakan biaya yang akan mengurangi pendapatan perusahaan. Sehingga usaha pengendalian manajemen sangat diperlukan, karena perusahaan dalam berskala besar memiliki aktifitas perusahaan yang meningkat sehingga menimbulkan kekompleksan dalam mengendalikan biaya aktifitasnya. Dalam hal ini manajemen tidak mungkin secara langsung melakukan pengawasan terhadap kegiatan operasional perusahaan, salah satu alat bantu perusahaan dalam mengatasi pengendalian perusahaan adalah dengan menerapkan akuntansi pertanggungjawaban (*Responsibility accounting*)

Akuntansi pertanggungjawaban merupakan suatu sistem akuntansi yang dirancang sedemikian rupa sehingga untuk pengumpulan dan pelaporan biaya dan penghasilan yang dilakukan sesuai berdasarkan masing-masing tingkat pertanggungjawaban. Sehingga akan diketahui apabila terjadi penyimpangan-penyimpangan terhadap biaya yang ada.

Setiap pusat pertanggungjawaban dipimpin oleh seorang manajer yang akan bertanggungjawab atas perencanaan yang akan dibuat. Dari hasil perbandingan perencanaan dan hasil real, manajer akan mengetahui berapa besar perbandingan dan perbedaannya. Dan hal ini dapat memungkinkan manajer untuk melakukan analisa terhadap perbedaan yang terjadi, hal ini sering disebut tindakan koreksi. Dan informasi semacam ini disebut dengan akuntansi pertanggungjawaban.

Pengendalian biaya dalam akuntansi pertanggungjawaban dapat dijalankan dengan menjalankan suatu system pencatatan atas biaya-biaya yang dapat dikendalikan, sehingga dari sini akan diperoleh suatu laporan biaya yang menunjukkan bagaimana manajemen memenuhi tanggung jawab pemakaian biaya yang terjadi pada unit organisasi yang dipimpinya.

Efisiensi menurut Handoko (2003: 7) adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Manajer yang dapat meminimumkan biaya penggunaan sumber-sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan atau dapat memaksimumkan keluaran.

Dengan adanya akuntansi pertanggungjawaban di perusahaan PT.Dirgantara Indonesia maka pimpinan atau para menejer dapat mengetahui dan menilai tanggungjawab dan kinerja serta prestasi bawahan atas tugas yang didelagasikan padanya, sehingga tujuan perusahaan PT.Dirgantara Indonesia secara keseluruhan dapat tercapai.

Berdasarkan uraian tersebut diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang akuntansi pertanggungjawaban kaitanya dengan biaya pemasaran, dan membahasnya dalam laporan penelitian yang berjudul :

“Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Bantu Menejemen Terhadap Efisiensi Pengendalian Biaya Pemasaran (Pada Perusahaan PT.Dirgantara Indonesia di Bandung)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang penelitian yang diangkat, maka masalah yang timbul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban di PT.Dirgantara Indonesia ?
2. Bagaimana Efisiensi Pengendalian Biaya Pemasaran Pada PT.Dirgantara Indonesia ?
3. Seberapa besar penerapan akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh terhadap efisiensi pengendalian biaya pemasaran pada PT.Dirgantara Indonesia ?

1.3. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Peneliti : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran untuk bidang akuntansi pertanggungjawaban dan menambah pengetahuan tentang teori-teori dan konsep-konsep untuk dibandingkan pada saat penerapannya secara nyata diperusahaan.
2. Bagi Perusahaan : Hasil kesimpulan Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi implementasi konsep akuntansi pertanggungjawaban dan memberikan masukan-masukan atau rekomendasi kepada manajemen untuk membantu dalam pengendalian biaya pemasaran agar dapat memberikan respon yang memadai terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa yang akan datang dan juga dapat membantu manajemen untuk mengevaluasi sampai sejauh mana pengaruh akuntansi pertanggungjawaban Terhadap efisiensi pengendalian biaya pemasaran.
3. Bagi Pembaca : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada pihak lain untuk mengkaji yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban pada PT.Dirgantara Indonesia ?
2. Untuk mengetahui bagaimana efisiensi pengendalian biaya pemasaran pada PT.Dirgantara Indonesia ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akuntansi pertanggungjawaban Terhadap efisiensi Pengendalian biaya pemasaran pada PT.Dirgantara Indonesia ?

II. HIPOTESIS DAN LANDASAN TEORI

2.1. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diterima kemudian diuji kebenarannya dengan secara statistik. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.1
Hipotesis Statistik

$H_0: \mu < 0$	Tidak terdapat peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam membantu manajemen untuk mengefisienkan pengendalian biaya pemasaran
$H_1: \mu > 0$	Terdapat peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam membantu manajemen untuk mengefisienkan pengendalian biaya pemasaran.

2.2. Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1. Definisi Konsep

a. Pengertian akuntansi pertanggungjawaban

Menurut Hansen dan Mowen (2000:63) "akuntansi pertanggungjawaban adalah sistem yang mengukur berbagai hasil yang dicapai oleh setiap hasil pertanggungjawaban menurut informasi yang didapat para manajer untuk mengoperasikan pusat pertanggungjawaban mereka.

Menurut Mulyadi (2001: 218) "akuntansi pertanggungjawaban merupakan suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan serta pelaporan biaya dan pendapatan dilakukan sesuai dengan pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, dengan tujuan agar dapat ditunjuk orang atau kelompok orang yang bertanggungjawab atas penyimpangan biaya dan atau pendapatan yang dianggarkan.

b. Pengertian Biaya Pemasaran

Meningkatnya laba perusahaan dapat dilihat dari peningkatan efisiensi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, oleh karena itu aktifitas penjualan harus terlaksana dengan baik dan efisiensi. Adanya biaya pemasaran dapat meningkatkan penjualan sehingga pengendalian biaya pemasaran sangat penting bagi perusahaan. Untuk pengendalian biaya pemasaran diperlukan biaya-biaya yang digunakan guna mendukung biaya pemasaran sehingga lebih efisien dan efisien.

Menurut Mulyadi (2005: 529) menyatakan biaya pemasaran dalam dua lingkup yaitu sebagai berikut :

- 1) Dalam arti sempit biaya pemasaran seringkali dibatasi, artinya sebagai biaya penjualan yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk kepasar.
- 2) Dalam arti luas, biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produksi selesai diproduksi dan disimpan digudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai.

Menurut Philip, Kotler (2001:7) "Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan.

2. Definisi Operasional

Untuk lebih jelasnya operasionalisasi variabel dapat sebagai berikut ini:

Variabel Independen(X) = Akuntansi Pertanggungjawaban

Variabel dependent (Y) = Efisiensi Pengendalian Biaya Pemasaran

Dalam penelitian ini, penulis menguraikan definisi operasional yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel Definisi Operasional

Variabel	Konsep	Indicator	Sub Indikator	Skala ukur	Sumber data	Alat Analisis
X: Akuntansi Pertanggungjawaban	Akuntansi Pertanggung Jawaban adalah system yang mengukur berbagai hasil yang dicapai oleh setiap hasil pertanggungjawaban menurut informasi yang didapat para manajer untuk mengoperasikan pusat pertanggung jawaban mereka.	Terdapat syarat-syarat akuntansi pertanggung jawaban	<ul style="list-style-type: none"> • struktur organisasi • penyusunan anggaran • pemisahan biaya tak terkendali • Laporan pertanggung Jawaban 	Ordinal	Primer	Regresi korelasi
		Terdapat karekteristi akuntansi pertanggung jawaban	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya identifikasi pusat pertanggung jawaban • standard ditetapkan sebagai tolak ukur kinerja menejemen • kinerja menejemen diukur dengan membandingkan relasi dan anggaran • menejer secara individual 			

			diberi penghargaan atau hukuman atas berdasarkan kebijakan manajemen yang lebih tinggi			
		Terdapat peningkatan kualitas operasional perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Organisasi lebih mudah dikendalikan karena terbagi menjadi sub-sub unit Keputusan operasional manajemen menjadi lebih baik dalam memecahkan permasalahan • Keputusan manajemen tepat sesuai situasi dan kondisi yang berlaku • Para manajer memiliki skill manajerial yang lebih baik • Manajer lebih bertanggung jawab 			
Y: Efisiensi Pengendalian biaya Pemasar	Efisiensi pengendalian adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghemat atau meminimalisir kekurangan dan kesalahan dalam mencapai target atau sasaran	1. Proses perencanaan dan Pengendalian biaya pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Penyusunan anggaran biaya pemasaran • Pengumpulan dan pencatatan biaya pemasaran yang sebenarnya 	Ordinal	Primer	Regresi korelasi

sis
:si
:si

an	yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan membandingkan antara yang sebenarnya tercapai dengan yang seharusnya tercapai.		<ul style="list-style-type: none"> • Penggolongan biaya pemasaran • kebijakan penyusunan anggaran • biaya pemasaran dapat mempercepat kinerja bagian pemasaran • penyimpangan biaya pemasaran Evaluasi tindakan 			
		2. Tercapainya efisiensi pengendalian biaya pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • adanya pengawasan yang signifikan dari manajer • Tercapainya target biaya pemasaran yang telah direncanakan • Biaya pemasaran sesuai dengan peruntukannya • Terdapat efisiensi biaya pemasaran • jumlah komplain menurun 	Ordinal	Primer	Regresi korelasi

2.3. Landasan Teori

1. Akuntansi Pertanggungjawaban

Menurut Hansen dan Mowen (2000:63) "akuntansi pertanggungjawaban adalah sistem yang mengukur berbagai hasil yang dicapai oleh setiap hasil pertanggungjawaban menurut informasi yang didapat para manajer untuk mengoperasikan pusat pertanggungjawaban mereka.

3. Efisiensi Pengendalian Biaya

Efisiensi Pengendalian menurut Handoko (2003: 7) adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Manajer yang dapat meminimumkan biaya penggunaan sumber-sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan atau dapat memaksimumkan keluaran.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi literatur dan *survey* dengan metode penelitian deskriptif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan serta menganalisa data yang dapat memberikan gambaran yang jelas atas objek yang diteliti. Penggunaan metode deskriptif ini juga dilakukan untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang sedang diselidikinya, juga menguji hipotesa dan membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. (Sugiyono 2009 : 94)

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dengan cara pembuatan daftar pertanyaan (*quisioner*). Data yang diperoleh berupa laporan anggaran dan realisasi anggaran biaya pemasaran dari mulai tahun 2008 dan tahun 2009 dan hasil kuisisioner yang diperoleh nantinya akan diolah lebih lanjut untuk mendapatkan suatu pemecahan masalah yang diteliti.

3.2. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan (*Literature Research*)

Studi kepustakaan atau studi literatur merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai literatur (seperti buku, jurnal akuntansi, internet dan lain-lain) yang menunjang pelaksanaan penelitian, yang bertujuan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan serta teori-teori yang relevan dengan masalah yang akan dibahas.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer. Dalam hal ini, data primer diperoleh melalui :

a. Wawancara (*Interview*)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung secara lisan mengenai masalah-masalah yang sedang diteliti kepada karyawan terkait.

b. Daftar Pertanyaan (*Quesioner*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengedarkan lembaran daftar pertanyaan-pertanyaan yang kemudian akan diisi oleh responden atau pejabat yang berkaitan dengan peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efisiensi biaya pemasaran.

3. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yang bersangkutan.

Namun pada penelitian ini, tidak menggunakan ketiga cara penggunaan data primer diatas, melainkan hanya menggunakan daftar pertanyaan (*Quesioner*).

3.3. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2009 : 61) mengemukakan pendapatnya tentang populasi sebagai berikut, " Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Objek yang akan diteliti dalam populasi disebut unit analisis atau elemen populasi. Unit analisis dapat berupa orang, perusahaan, media dan sebagainya.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah responden pegawai PT. Dirgantara Indonesia yaitu sebanyak 80 karyawan yakni ada divisi akuntansi dan pemasaran. Sedangkan kuisioner yang terkumpul sebanyak 20, sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 20 responden, Yang mana akan diwakili oleh para karyawan yang berkaitan dengan pemanfaatan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efisiensi pengendalian biaya pemasaran, seperti : Bagian Keuangan, dan Bagian Pemasaran.

3.4. Teknik Analisis

Teknik analisis yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif berupa instrumen questioner dan analisis kuantitatif berupa perhitungan tabulasi hasil questioner.

1. Analisis Kualitatif

Metode analisis kualitatif adalah sebuah metodologi penelitian yang didalamnya mencakup pandangan-pandangan falsafah mengenai *dicipline inquiry* yang ada pada studi ilmu-ilmu sosial dan tingkah laku. (Saniah faisal 1990 : 1)

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif menurut Slamet (1993 : 15) digunakan untuk menganalisis masalah yang dapat diwujudkan dalam jumlah tertentu/diwujudkan dalam kualitas tertentu.

Data yang akan dianalisa adalah dari hasil penelitian. Rancangan analitis data menggunakan pengukuran skala data ordinal, yaitu tingkat ukuran yang memungkinkan peneliti mengurutkan respondennya dari tingkat yang paling rendah ketingkat yang paling tinggi, dengan dasar skala pengukuran tersebut setiap pertanyaan dalam data tersebut diberi nilai sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|---------|
| 1) Sangat Setuju | Nilai 5 |
| 2) Setuju | Nilai 4 |
| 3) Ragu-Ragu | Nilai 3 |
| 4) Tidak Setuju | Nilai 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju | Nilai 1 |

IV. PEMBAHASAN

Berdasarkan dari perhitungan koefisien korelasi *Rank sperman* dapat kita lihat bahwa peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efisiensi biaya pemasaran, dalam penelitian ini yaitu 0,864 sehingga dapat dikatakan nilai yang cukup diambil dari skala 1, oleh karena itu dapat dikatakan akuntansi pertanggungjawaban memiliki peranan yang penting dalam menunjang efisiensi biaya pemasaran pada PT.Dirgantara Indonesia. Setelah dianalisis dengan menggunakan teknik analisis yang dilakukan serta pengolahan jawaban kuisioner yang disebarakan kepada 20 responden, maka hal ini menunjukkan bahwa:

1. Perusahaan sangat memprioritaskan kedisiplinan para karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab yang diberikan kepada mereka, salah satunya tentang bagaimana seharusnya seorang atasan yang memberikan contoh, menjadi teladan bagi bawahannya kemudian bawahan terhadap atasannya serta etika-etika bagi seluruh pegawainya, sehingga dapat menjadi pedoman moral bagi seluruh karyawan dan dapat menjadikan batasan-batasan tersendiri dalam berbuat untuk perusahaan dan memberikan yang terbaik untuk perusahaan, nilai integritas dan etika bisnis tersebut dapat dikomunikasikan oleh manajer kepada para staff dan pegawainya selain itu terdapat pusat-pusat pertanggungjawaban yang telah bekerja sesuai bidang dan tanggungjawab masing-masing.
2. Struktur organisasi PT. Dirgantara Indonesia telah menjelaskan tentang pemisahan bagian-bagian yang menggambarkan urutan pertanggungjawaban dan kewenangan berdasarkan garis-garis jabatan yang tentu saja akan mempengaruhi kepada perilaku individu dalam perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi PT.Dirgantara Indonesia telah disusun dengan baik dan sesuai dengan teori yang ada.
3. Adanya rapat khusus para menejer terhadap penganggaran akan biaya-biaya khususnya biaya pemasaran yang akan dikeluarkan oleh PT.Dirgantara Indonesia dan dalam hal ini membuat pengelolaan perusahaan dilakukan oleh para menejer dengan baik. Hal ini dapat kita lihat dari beberapa uraian berikut ini :
4. Menetapkan target-target pemasaran terhadap barang/produk yang akan dijual.
Meminta dan menilai pertanggungjawaban setiap direksi atas tugas-tugas dan beban kerja yang ditanggihkan kepadanya.
 - a. Memberikan pelaporan pertanggungjawaban atas setiap tugas yang telah dilaksanakan.
Melakukan pengujian dan penilaian atas hasil laporan berkala atau sewaktu-waktu dari setiap unit kerja di perusahaan.
Unsur terpenting yang harus diperhatikan dalam Akuntansi Pertanggungjawaban adalah pengendalian biaya perusahaan, Contohnya penganggaran dan hal ini telah disadari oleh perusahaan yaitu PT. Dirgantara Indonesia, Karena pengendalian pertanggungjawaban yang dijalankan dengan baik akan memberikan suatu pendidikan moral, menambah loyalitas karyawan ke perusahaan, sehingga karyawan akan lebih terkonsentrasi dalam melakukan pekerjaannya. Perusahaan terus mencoba untuk memperbaiki efisiensi lingkungan pengendalian yang diterapkan dalam perusahaan yang mengatur sumber daya manusia dalam perusahaan PT. Dirgantara Indonesia, hal ini terbukti bahwa perusahaan telah membukukan suatu perjanjian yang berisi tentang pasal-pasal yang mengatur tentang kedisiplinan, kesejahteraan dan

sebagainya yang tentu saja berkaitan dengan sumber daya manusia, perjanjian tersebut ditandatangani oleh pihak perusahaan yaitu PT. Dirgantara Indonesia. Akuntansi Pertanggungjawaban terdiri dari beberapa unsur penting yang harus diperhatikan dan dijalankan dengan baik sehingga benar-benar dapat mendukung pelaksanaan Efisiensi Pengendalian Biaya khususnya biaya pemasaran, adapun Pengendalian Pertanggungjawaban dan Integritas Karyawan sangat berpengaruh penting dalam akuntansi pertanggungjawaban.

PT. Dirgantara Indonesia sangat memperhatikan pelaksanaan nilai integritas dan etika dalam bekerja yang akan membentuk moral pada karyawan salah satunya dalam hal kedisiplinan, terbukti dengan adanya peraturan-peraturan tertulis yang dibuat berupa kewajiban dan larangan untuk karyawannya, serta hukuman-hukuman yang akan diberikan jika dilanggar.

Dengan adanya pembatasan pusat-pusat pertanggungjawaban dapat diketahui bahwa perusahaan telah menanamkan integritas dan nilai etika dalam perusahaan itu sendiri baik melalui *personal behavior* atau *operational behavior* dimana terdapat tentang bagaimana seharusnya seorang atasan yang memberikan contoh, menjadi teladan bagi bawahannya kemudian bawahan terhadap atasannya serta etika-etika bagi seluruh pegawainya, sehingga dapat menjadi pedoman moral bagi seluruh karyawan dan dapat menjadikan batasan-batasan tersendiri dalam berbuat untuk perusahaan dan memberikan yang terbaik untuk perusahaan, nilai integritas dan etika bisnis tersebut dapat dikomunikasikan oleh manajer dengan cara sebagai berikut “:

- 1) *Personal behavior*, melalui personal behavior, manajer mengkomunikasikan nilai integritas dan etika melalui tindakan individual mereka.
- 2) *Operational behavior*, melalui operational behavior, manajer mendesain sistem yang digunakan untuk membentuk perilaku yang diinginkan, yang berdasarkan nilai integritas dan etika, sehingga pusat-pusat pertanggungjawaban yang dilaksanakan sesuai dengan batasan tugas sesuai dengan struktur organisasi yang ditetapkan perusahaan.

Dari pemisahan pusat pertanggungjawaban tersebut selanjutnya akan memupuk nilai integritas karyawannya terhadap perusahaan maupun terhadap sesama karyawannya, loyalitas karyawan terhadap perusahaan dapat terjaga. Dengan adanya batasan tanggung jawab tersebut dapat memberikan akibat positif bagi karyawan salah satunya dapat mengurangi atau menghilangkan dorongan dan godaan yang bisa membuat karyawan menjadi tidak jujur, melanggar hukum dan bertindak tidak etis. Para karyawan di PT. Dirgantara Indonesia terlihat sangat memperhatikan dan mentaati batasan tanggung jawab ini salah satunya dapat terlihat dari ketaatan dalam menjalankan tugas, adanya keharmonisan dalam penyampaian informasi dari atasan pada bawahan dan sebaliknya sehingga membuat aktivitas usaha di Perusahaan Dirgantara Indonesia baik terlaksana. Selain itu kehadiran dan jam pulang kerja, cara berpakaian yang rapi dan seragam juga dalam bekerja setiap karyawan tersebut juga dapat terkendali, perusahaan pun telah menerapkan hukuman dan sanksi yang telah ditetapkan di atas pada kasus salah satu karyawannya yang terkena hukuman disiplin berat yaitu pemberhentian dengan hormat tidak atas permintaan sendiri sebagai pegawai.

Akuntansi pertanggungjawaban dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap efisiensi Pengendalian biaya khususnya biaya pemasaran, dimana akuntansi pertanggungjawaban membentuk sumber daya manusia suatu

perusahaan sumber daya manusia tersebut yang menjalankan efisiensi biaya pemasaran, dan hasil perhitungan kuesioner dan penelitian yang dilakukan, memberikan hasil yang baik antara kedua variabel tersebut.

Akuntansi pertanggungjawaban yang memadai berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya pemasaran, yang artinya jika akuntansi pertanggungjawaban memadai maka efisiensi biaya pemasaran akan baik, sedangkan besarnya pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran yaitu sebesar 74,64% dan sisanya yaitu sebesar 25,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan masalah pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Akuntansi Pertanggungjawaban yang dilaksanakan di PT.Dirgantara Indonesia sudah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan prosedur yang ada, hal ini dapat dilihat dari Struktur organisasi PT. Dirgantara Indonesia telah menjelaskan tentang pemisahan bagian-bagian yang menggambarkan urutan pertanggungjawaban dan kewenangan berdasarkan garis-garis jabatan yang tentu saja akan mempengaruhi kepada perilaku individu dalam perusahaan, selain itu telah adanya pemisahan antara biaya terkendali dan biaya tidak terkendali, begitu juga dengan penyusunan anggaran dan Laporan pertanggungjawaban telah terkendali dengan baik sesuai dengan teori yang ada diperusahaan.
2. Akuntansi pertanggungjawaban yang dilaksanakan di PT.Dirgantara Indonesia sangat berpengaruh dalam menunjang efisiensi Pengendalian biaya khususnya di bidang Pemasaran. dimana akuntansi pertanggungjawaban membentuk sumber daya manusia suatu perusahaan sumber daya manusia tersebut yang menjalankan efisiensi biaya pemasaran, dan hasil perhitungan kuesioner dan penelitian yang dilakukan, memberikan hasil yang baik antara kedua variabel tersebut.
3. Akuntansi pertanggungjawaban yang ada di PT.Dirgantara Indonesia memiliki hubungan yang kuat dan memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam mewujudkan efisiensi Pengendalian biaya pemasaran perusahaan. Dimana akuntansi pertanggungjawaban yang memadai berpengaruh positif terhadap efisiensi biaya pemasaran, yang artinya jika akuntansi pertanggungjawaban memadai maka efisiensi biaya pemasaran akan baik, sedangkan besarnya pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap efisiensi biaya pemasaran yaitu sebesar 74,6% dan sisanya yaitu sebesar 25,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian diatas, penulis memberikan saran kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Sebaiknya setiap divisi di perusahaan, lebih aktif dalam melakukan koordinasi/bekerjasama dengan karyawan / *staff* dalam rangka meningkatkan keterbukaan untuk setiap pusat-pusat pertanggungjawaban dalam aktivitas kerja di perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat menambahkan 1 variabel independen lagi untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi variabel dependen yang belum ditemukan dalam penelitian ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Hansen dan Mowen (2000) "*Responsibility Accouting*" Jakarta: Citra Harta Prima.
- Hasan, Iqbal.2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Horne, James C Van, dkk. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hornngren (2005) *Prinsip-prinsip Akuntansi Pertanggungjawaban*. Bandung: Alfabeta.
- Handoko (2003) *Efisiensi Cost Management Emphasis* edisi 12. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Haruman dan Rahayu (2007) "*Fungsi Anggaran*" Jakarta : Erlangga.
- Molan (2006) "*Dasar-Dasar Organisasi*". BPFE Yogyakarta.
- Munandar (2001) '*Bisnis Budget Salemba Empat*' : Jakarta.
- Mulyadi dan Setyawan (2001) "*Prinsip of Marketing*" Salemba Empat: Jakarta.
- Mulyadi (2001) "Akuntansi menejemen" Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyadi (2009) '*Metedologi Penelitian*' Edisi 1 : Jakarta: Salemba Empat.
- Molan (2007) "*Marketing Controlling*"Salemba Empat : Jakarta.
- Philip,Kotler (2001) "*Marketing Planning*"Edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Slamet (2002) "*Pusat-pusat pertanggungjawaban*" Liberty. Yogyakarta.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2009. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 10*. Bandung: Alfabeta.