

ABSTRAK

Sofianti, 2022

:Analisis Penentuan Tarif Pemasangan Iklan Dengan Metode Cost-Plus Pricing Studi Kasus Pada PT. Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang)

Dosen Pembimbing

:Kiki Wulandari, S.E.,M.M dan Abdul Jalal, S.E.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah penentuan tarif pemasangan iklan dan besarnya tarif pemasangan iklan pada PT Batam Intermedia Pers. Dalam Penelitian ini dibatasi hanya pada perhitungan harga jual iklan kolom yang dilakukan pada perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengumpulkan data atau dokumen. Untuk menganalisis data dengan cara : 1) Mendeskripsikan langkah penentuan tarif dan besarnya tarif pemasangan iklan yang di terapkan pada PT Batam Intermedia Pers. 2) Mendeskripsikan langkah Penentuan tarif pemasangan iklan dengan metode *cost plus pricing*. 3) Membandingkan antara langkah penentuan tarif pemasangan iklan yang diterapkan oleh perusahaan dengan penentuan tarif pemasangan iklan menurut teori. 4) Menguji Perbedaan besarnya tarif pemasangan iklan perusahaan dengan teori menggunakan kriteria penilaian. Dari hasil analisis data perhitungan penentuan tarif pemasangan iklan yang di hitung menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp 7.819,42 sedangkan perhitungan tarif pemasangan iklan yang diterapkan PT Batam Intermedia Pers Rp 7.500, disini telah menghasilkan nilai selisih Rp 3.19,42 atau 4,08% nilai tersebut masuk dalam kriteria tepat atau masih dalam batas penyimpangan yang dapat diterima. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa 1) Tidak cukup informasi untuk menarik kesimpulan apakah prosedur penentuan tarif pemasangan iklan sudah tepat. 2) Besarnya Tarif pemasangan iklan yang di tetapkan PT.Batam Intermedia Pers adalah sudah tepat.

Kata kunci : Tarif Pemasangan Iklan, *Cost Plus Pricing*, *Full Costing*

ABSTRACT

Sofianti, 2022

:Analysis Of Determination Of Adversiting Rates With Cost-Plus Pricing Method Of a Case Study at PT Batam Intermedia Press (Tanjungpinang Pos) (Tanjungpinang)

Dosen Pembimbing

:Kiki Wulandari, S.E.,M.M dan Abdul Jalal, S.E.,M.Si

This study aims to determine how the steps in determining advertising rates and the amount of advertising fees on PT Batam Intermedia Pers. In this study is limited only to the calculation of the selling price of column ads made on the company. This research method uses quantitative descriptive research methods by collecting data or documents. To analyze the data by: 1) Describe the steps of determining the tariff and the amount of advertising installation rates applied to PT Batam Intermedia Pers. 2) Describe the steps for determining the tariff for advertising using the cost plus pricing method. 3) Comparing the steps of determining advertising rates applied by companies with the determination of advertising rates according to theory. 4) Test the difference in the amount of company advertising rates with the theory using assessment criteria. From the results of the analysis of the calculation data the determination of the advertising tariffs calculated using the cost plus pricing method with a full costing approach of Rp. 7,819.42 while the calculation of the advertising installation rates applied by PT Batam Intermedia Press Rp. 7,500, here has resulted in a difference of Rp. 3.19.42 or 4.08% of the value is included in the right criteria or is still within the limits of acceptable deviations. Based on the results of research and discussion in this study, it can be concluded that 1) There is not enough information to draw conclusions whether the procedure for determining advertising rates is appropriate. 2) The amount of advertisements set by PT. Batam Intermedia Press is right.

Keywords : Advertising Costs, Cost Plus Pricing, Full Costing