

## **ABSTRAK**

PT. Bikasoga adalah salah satu perusahaan milik Yayasan Kesejahteraan Keluarga Bank Indonesia (YKKBI) yang bergerak dibidang jasa penyewaan gedung pertemuan, pusat sarana olah raga dan rekreasi yang terkemuka di wilayah Bandung Selatan. PT. Bikasoga dalam melaksanakan operasional ternyata mengalami ketidaksesuaian anggaran dan realisasi biaya pemasaran. Masalah tersebut diduga karena belum tepatnya penerapan akuntansi pertanggungjawaban. Tujuan penelitian ini adalah melakukan riset mengenai peranan akuntansi sebagai alat pengendalian biaya pemasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini juga menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memperoleh data. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan hasil observasi dengan indikator – indikator akuntansi pertanggungjawaban.

Pada penelitian terhadap PT. Bikasoga, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa akuntansi pertanggungjawaban telah cukup berfungsi sebagai alat pengendalian biaya pemasaran. Hal ini dapat dibuktikan adanya 7 dari 10 indikator atau sebesar 70% telah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Perusahaan perlu membenahi sistem agar pengendalian biaya pemasaran lebih efektif dan efisien.