

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

PROSEDUR AKUNTANSI PENJUALAN JASA PERIKLAMAN PADA PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER



Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan akademis
pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

oleh :

Mahuda Dwi Rascova

NIM. 99.08.031.04.061

**PROGRAM DIPLOMA III EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

2002

JUDUL
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

PROSEDUR AKUNTANSI PENJUALAN JASA PERIKLANNAN PADA
PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAHUDA DWI RASCOVA
N. I. M. : 99.08.031.04.061
Program Studi : DIII AKUNTANSI
Jurusan : AKUNTANSI

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal:
3 OKTOBER 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
kelengkapanguna memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md)
Program Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas
Jember.

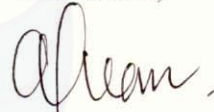
Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Drs. Wasito, AK
NIP. 131 966 372

Sekretaris,



Alwan Sri K, SE, Msi, AK
NIP. 132 299 103

Anggota,



Drs. Djoko Supatmoko, AK
NIP. 131.386 654



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Drs. H. Liakip, SU
NIP. 130 531 976

Lembar Persetujuan

Nama : Mahuda Dwi Rascova
Nomor Induk Mahasiswa : 990803104061
Program Studi : Diploma III Akuntansi
Jurusan : Akuntansi
Program : Diploma III Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Judul Laporan : PROSEDUR AKUNTANSI PENJUALAN
JASA PERIKLANAN PADA
PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER

Jember, September 2002

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Drs. H. Djoko Supatmoko, Ak

Nip : 131.386.654

MOTTO

- Tidak ada sesuatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan izin Allah, dan barangsiapa yang beriman kepada Allah niscaya Dia akan memberi petunjuk kepada hatinya . Dan Allah maha Mengetahui segala sesuatu (S.At-Taghaabun : 11).
- Kesempatan dan harapan besar tidak akan datang pada orang yang tidak memperhatikan dan memperjuangkannya.

Kupersembahkan karya ini kepada :

- ❖ Sang Pemilik Hidup dan Kehidupan
- ❖ Ayahanda Mashud Djadjuri dan Ibunda Maria Christina yang tak pernah kering akan kasih sayang, doa dan pengorbanannya demi kesuksesanku
- ❖ Kakakku Mahuda Eka Nurdina tercinta atas doa dan kasih sayangnya
- ❖ Kebanggaanku

Kata Pengantar

Bismillahirrahmaanirrahim,

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul : Prosedur Akuntansi Penjualan Jasa Periklanan Pada PT. Radio Suara Akbar Jember.

Tujuan penulisan laporan Praktek Kerja Nyata ini sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan program studi Diploma III Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas jember.

Dengan terselesainya laporan ini karena adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H Djoko Supatmoko, Akt, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga terselesainya laporan ini.
2. Bapak Drs. H Liakip SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Abdurrachman Abubakar, selaku Direktur penanggung jawab PT. Radio Suara Akbar Jember.
4. Bapak Drs. Supartu, selaku Kabag siar PT. Radio Suara Akbar Jember.
5. Bapak Iman Isnanto, SE, selaku staf marketing dan semua karyawan PT. Radio Suara Akbar Jember.
6. Sahabat-sahabatku : N'chut, Opie, Adenk, Errud, N'thak, Kenthung dan semuanya yang telah memberikan perhatian, masukan dan kasih sayangnya.
7. Kru F.26, Dhe khung dan mas suroso dirental Aibo atas bantuannya selama ini.
8. Rekan-rekan Fakultas Ekonomi khususnya D.III Akuntansi '99 dan semua pihak yang telah banyak membantu selama studi hingga penulisan laporan ini.

Mengingat kemampuan yang terbatas, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penulisan laporan ini, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharap saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Atas segala bantuan dan pengorbanannya penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya.

Amien.....

Jember, September

2002

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Alasan Pemilihan Judul.....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....	2
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	2
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....	2
1.3 Obyek dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	2
1.3.1 Obyek Praktek Kerja Nyata.....	2
1.3.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	2
1.4 Bidang Ilmu.....	3
1.5 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	3
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Prosedur.....	4
2.2 Pengertian Akuntansi.....	5
2.3 Pengertian Penjualan.....	5
2.3.1 Proses Penjualan.....	7
2.3.2 Cara Penjualan.....	7
2.4 Pengertian Prosedur Penjualan.....	7
2.5 Pengertian Periklanan dan Iklan.....	8

2.6 Peranan Periklanan.....	8
III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah singkat PT. Radio Suara Akbar Jember.....	13
3.2 Struktur Organisasi.....	14
3.3 Motto Perusahaan.....	19
3.4 Tenaga Kerja Perusahaan.....	20
3.5 Peralatan Produksi.....	20
3.6 Kegiatan Pokok Perusahaan.....	21
3.7 Kegiatan Bagian Komersial/Tata Laksana Iklan Sebagai Penjualan Jasa Periklanan.....	22
IV. KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA	
4.1 Membantu Membuat Surat Pemasangan Iklan.....	27
4.1.1 Pemasang Iklan Datang Langsung ke Media Iklan.....	27
4.1.2 Bagian Promosi Menawarkan Langsung Pemasangan Iklan Kepada Perusahaan Swasta Atau Pemerintah.....	29
4.2 Membantu Menyusun Jam Tayang Iklan (<i>Log Book Iklan</i>).....	30
4.2.1 Perhitungan Durasi Iklan.....	30
4.2.2 Menghitung Pendapatan Perusahaan Melalui Iklan.....	32
4.3 Membantu Membuat Bukti Siar Iklan Bulanan.....	33
4.4 Membantu Membuat Bukti Pembayaran Pemasangan Iklan.....	35
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	40

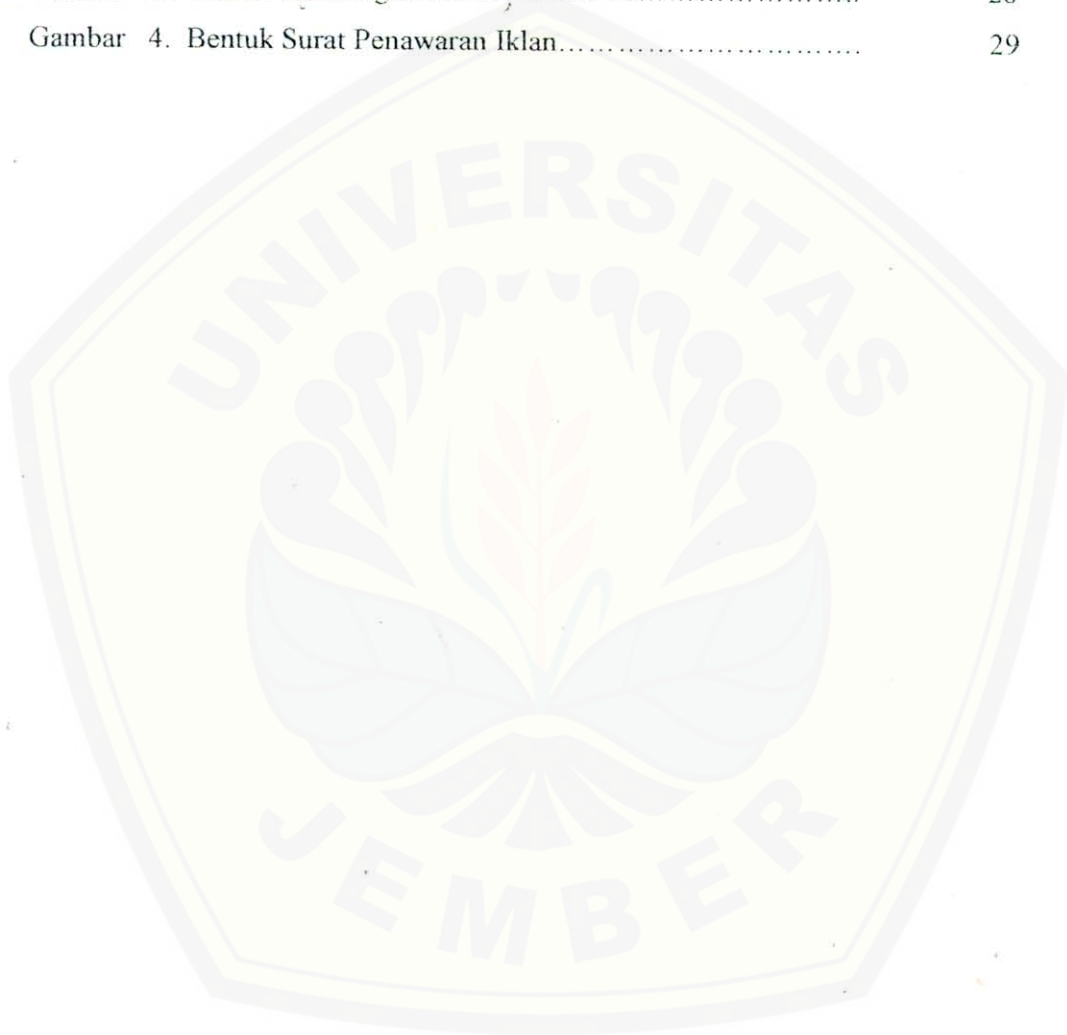
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	3
Tabel 2. Tarif Iklan Tahun 2002.....	25
Tabel 3. Daftar Nama Sponsor Acara Tahun 2002.....	26
Tabel 4. Bentuk Jadwal Siar Iklan (<i>Log Book Iklan</i>).....	30
Tabel 5. Perhitungan Durasi Iklan.....	31
Tabel 6. Bentuk Bukti Siar Iklan Bulanan.....	34



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Radio Suara Akbar Jember.....	15
Gambar 2. Hubungan Mekanisme Kerja.....	24
Gambar 3. Order Pemasangan Iklan.....	28
Gambar 4. Bentuk Surat Penawaran Iklan.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Surat Ijin Praktek Kerja Nyata
2. Surat Pengantar Praktek Kerja Nyata
3. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Praktek Kerja Nyata
4. Daftar Hadir Prktek Kerja Nyata
5. Tarip Iklan PT. Radio Suara Akbar Jember 2002
6. Profil Acara dan Sponsor PT. Radio Suara Akbar Jember 2002
7. Order Pemasangan Iklan
8. Penawaran Harga Iklan
9. Fax Order Iklan
10. Laporan Log Book Iklan
11. Bukti Siar Iklan
12. Kuitansi Pembayaran Pemasangan Iklan
13. Jurnal Spot Iklan Periode Maret 2002
14. Kartu Konsultasi

BAB I PENDAHJULUAN



1.1 Alasan Pemilihan Judul

Persaingan dan perkembangan media komunikasi dewasa ini merupakan suatu bentuk tuntutan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan informasi. Salah satunya adalah media komunikasi radio yang memberikan jasa pelayanan penyiaran berupa penyiaran pesan kepada masyarakat. Dalam usaha menyampaikan informasi dan hiburan bagi para pendengarnya, radio berusaha meluncurkan produk acara yang dapat diminati oleh pendengar. Membuat produk acara tidaklah mudah, karena diperlukan ketrampilan tertentu untuk menentukan segmen mana yang akan dituju dalam penayangan suatu acara dan dapat diterima oleh masyarakat. Media komunikasi radio tidak hanya dituntut memberikan kebutuhan produk kepada pendengar, akan tetapi bagaimana mempertahankan pendengar tersebut menjadi pendengar setia terhadap acara-acara yang disajikan.

Penayangan acara di radio diselipkan berupa iklan untuk melayani informasi bagi pendengar. Iklan merupakan sumber penghasilan bagi media informasi khususnya radio. Jasa periklanan merupakan bagian dari fungsi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Penjualan tidak hanya difokuskan pada bagaimana mentransferkan produk dari produsen ke konsumen, melainkan variabel-variabel apa saja yang terdapat dalam penjualan yang meliputi : harga, bentuk, dan jenis produk yang akan dijual.

Salah satu media komunikasi yaitu PT. Radio Suara Akbar Jember yang salah satu aktivitasnya bergerak dalam bidang penjualan jasa periklanan. Penjualan merupakan bagian dari program pemasaran, hasil dari penjualan digunakan untuk membiayai aktivitas perusahaan secara keseluruhan guna memperoleh keuntungan maksimal.

Keberhasilan suatu perusahaan memerlukan manajemen yang baik dalam perencanaan, pelaksanaan atau penerapan, serta pengawasan dari berbagai aktivitas yang dilakukan. Suatu rencana yang dipersiapkan dengan matang sangat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan dari berbagai alternatif dan

merumuskan kebijakan dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta membantu pengoperasian perusahaan.

Untuk kepentingan kelancaran kegiatan penjualan jasa periklanan, maka dalam setiap transaksi perlu diketahui prosedur-prosedur yang digunakan. Maka penulis mengambil judul “ **PROSEDUR AKUNTANSI PENJUALAN JASA PERIKLANAN PADA PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER** ”.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Untuk mengetahui dan memahami secara langsung mengenai pelaksanaan prosedur akuntansi penjualan jasa periklanan pada PT. Radio Suara Akbar Jember.
- b. Untuk memperoleh pengalaman praktis dari perusahaan khususnya yang berhubungan dengan prosedur penjualan jasa periklanan.

1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

- a. Merupakan sarana untuk meningkatkan, memperluas, dan mengaplikasikan teori dan ketrampilan yang dapat dijadikan bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
- b. Memperoleh pengalaman kerja khususnya mengenai prosedur akuntansi penjualan jasa periklanan walaupun dengan waktu yang relatif singkat.

1.3 Obyek dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Obyek Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan pada PT. Radio Suara Akbar Jember yang beralamat di Jl. Trunojoyo 56 Jember.

1.3.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2002 atau sama dengan 144 jam kerja efektif.

BAB II
LANDASAN TEORI



2.1 Pengertian Prosedur

Pada umumnya, tujuan utama perusahaan baik yang bergerak dibidang pemberian jasa, perdagangan maupun industri adalah mencari laba semaksimal mungkin. Hal ini tentu saja tidak mudah untuk dicapai tanpa adanya koordinasi dan sistem yang baik dari perusahaan tersebut. Untuk itu perlu disusun suatu sistem akuntansi yaitu penggunaan prosedur yang tepat.

Beberapa pendapat mengenai pengertian prosedur adalah sebagai berikut :

1. Menurut W. Gerald Cole (Zaki Baridwan, 1998; 3)
Prosedur adalah suatu urutan pekerjaan kerani (clerical), biasanya melibatkan beberapa orang atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.
2. Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang (Mulyadi, 1997; 6).

Maksud dari kegiatan klerikal tersebut diatas terdiri dari kegiatan berikut ini yang dilakukan untuk mencatat informasi dalam formulir, buku jurnal dan buku besar adalah sebagai berikut :

- a. Menulis
- b. Menggandakan
- c. Menghitung.
- d. Memberi kode
- e. Mendaftar
- f. Memilih
- g. Memindah
- h. Membandingkan

2.2 Pengertian Akuntansi

Beberapa pendapat mengenai pengertian akuntansi adalah sebagai berikut :

1. Akuntansi dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan peringkasan, pelaporan dan penganalisisan data keuangan suatu organisasi (Al-Haryono Yusuf, 1999; 4).
2. Menurut American Accounting Association (Soemarsono S.R, 1994; 5)
Akuntansi adalah proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut.

Tujuan utama akuntansi adalah menyajikan informasi ekonomi (*economic information*) dari suatu kesatuan ekonomi (*economic entity*) kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan kesatuan ekonomi adalah badan usaha (*business enterprise*). Informasi ekonomi yang dihasilkan oleh akuntansi berguna bagi pihak-pihak didalam perusahaan itu sendiri maupun pihak diluar perusahaan.

2.3 Pengertian Penjualan

Penjualan sebagai interaksi atau hubungan antar individu yang saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan pihak lain (Basu Swasta, 1990; 408).

Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang meliputi :

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Dalam hal ini penjual harus dapat meyakinkan pembeli sehingga target penjual dapat terpenuhi. Untuk itu penjual harus memahami semua permasalahan yang berkaitan dengan jenis produk, harga barang atau jasa yang ditawarkan dan syarat penjualan.

2. Kondisi pasar

Pasar merupakan sasaran yang dapat mempengaruhi volume penjualan.

Faktor-faktor kondisi pasar yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut :

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, penjual, industri, pemerintah atau internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
- c. Daya beli konsumen.
- d. Frekuensi pembelian.
- e. Keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Modal

Penjual akan kesulitan untuk menjual barang atau jasanya, apabila barang atau jasa yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam kondisi seperti ini penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu produk yang akan ditawarkan. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut diperlukan sarana serta usaha seperti : alat transportasi, media peraga, promosi dan sebagainya. Semua itu dapat terlaksana apabila penjual mempunyai modal yang cukup.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Dalam perusahaan besar masalah penjualan ditangani sendiri oleh bagian penjualan, sedangkan pada perusahaan kecil biasanya ditangani sendiri oleh pemilik perusahaan.

5. Faktor lain

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan adalah periklanan, demonstrasi dan pemberian hadiah. Akan tetapi hal tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit, biasanya perusahaan besarlah yang sering melakukan kegiatan tersebut.

2.3.1 Proses Penjualan

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan menurut Basu Swasta (1990; 410) adalah penjualan dengan bertemu muka (*face to face selling*) dimana seorang penjual langsung berhadapan muka dengan calon pembelinya atau *personal selling*, yaitu :

- a. Persiapan sebelum penjualan.
- b. Penentuan lokasi pembeli potensial.
- c. Pendekatan pendahuluan.
- d. Melakukan penjualan.
- e. Pelayanan sesudah penjualan.

2.3.2 Cara Penjualan

Cara penjualan antara perusahaan yang satu dengan yang lain pasti terdapat perbedaan. Adapun cara penjualan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penjualan langsung
Yaitu cara penjualan dimana penjual langsung berhadapan dengan pembeli atau langganan. Disini pembeli bisa langsung mengemukakan keinginannya dan juga bisa langsung tawar menawar harga. Penjualan langsung dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu penjualan melalui toko dan diluar toko.
2. Penjual tidak langsung
Yaitu cara penjualan dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung atau tidak menggunakan tenaga-tenaga penjual, karena penjual dan pembeli tidak berhadapan secara langsung maka transaksi dapat dilakukan melalui surat, telepon, fax dan sebagainya.

2.4 Pengertian Prosedur Penjualan

Prosedur penjualan adalah urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli, pengiriman barang, pembuatan faktur (penagihan) dan pencatatan penjualan (Zaki Baridwan, 1998; 109).

2.5 Pengertian Periklanan dan Iklan

Periklanan adalah suatu komunikasi massa dan harus dibayar untuk menarik kesadaran, menanamkan informasi, mengembangkan sikap atau mengharapkan adanya suatu tindakan yang menguntungkan bagi pengiklan (Rhenald Kasali, 1995; 51).

Sedangkan Iklan dapat didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Rhenald Kasali, 1995; 9).

2.6 Peranan Periklanan

Iklan pertama kali dikenal lewat pengumuman-pengumuman yang disampaikan secara lisan, artinya dilaksanakan melalui komunikasi verbal. Karena disampaikan secara lisan, maka daya jangkauannya sempit. Selangkah lebih maju dari peradaban lisan, manusia mulai menggunakan sarana tulisan sebagai alat penyampaian pesan. Ini berarti pesan iklan sudah dapat dibaca dan disimpan. Melalui iklan, orang dapat mempelajari sejarah peradaban manusia pada suatu masa.

Dampak positif iklan bagi perusahaan dan masyarakat menurut Rhenald Kasali (1995; 16) adalah sebagai berikut :

1. Iklan memperluas alternatif bagi konsumen.
Dengan adanya iklan, konsumen dapat mengetahui adanya berbagai produk yang pada gilirannya menimbulkan adanya pilihan.
2. Iklan membantu produsen menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya.
3. Iklan membuat orang kenal, ingat dan percaya.

Disamping memberi manfaat, iklan juga menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat antara lain :

1. Iklan membuat orang membeli sesuatu yang sebetulnya tidak ia inginkan atau butuhkan.
2. Iklan mengakibatkan barang-barang menjadi mahal.
3. Iklan yang baik akan membuat produk yang berkualitas rendah dapat terjual.
4. Iklan adalah pemborosan, karena dana yang dibutuhkan untuk operasional sangat mahal.

Radio adalah media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu, yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Sebagai media, radio memiliki kekuatan dan kelemahan (Rhenald Kasali, 1995; 130).

Kekuatan Radio antara lain :

1. *Audience Selectivity*

Dibanding dengan media massa lainnya, setiap siaran radio mempunyai pendengar yang spesifik. Segmen pendengar radio terdiri dari kalangan atas, menengah, kalangan bawah. Dari segi ini pengiklan dapat memilih stasiun radio mana yang format programnya cocok atau sesuai dengan prospeknya. Pada segmentasi pasar dewasa ini, radio menjadi medium yang efektif bila memiliki fokus yang jelas atas khalayak sasaran yang spesifik. Selain itu, radio umumnya efektif untuk menjangkau orang atau kelompok yang sulit dijangkau media lain, seperti wanita karier, orang-orang yang aktif dan lain-lain.

2. Radio adalah Media Intrusif

Pendengar memerlukan upaya khusus untuk tidak mendengarkan iklan. Biasanya pendengar otomatis terekspos oleh iklan pada saat iklan tersebut disiarkan. Iklan tersebut dapat hadir ditengah-tengah siaran tanpa mengakibatkan orang beralih kesiaran lainnya. Sifat intrusif ini menyebabkan radio memiliki efektivitas untuk memutuskan atau menyela perhatian konsumen dan menciptakan minat. Dan ini menyebabkan radio

cocok digunakan sebagai alat pengenalan produk baru, terutama produk-produk tertentu yang tidak menjadi prioritas bagi calon pembeli.

3. Biaya produksi yang rendah

Pengiklan tidak perlu menghabiskan biaya yang besar untuk membuat copy atau *jingles* untuk menyampaikan pesan mereka. Banyak stasiun radio yang memberikan pelayanan plus kepada kliennya berupa pembuatan copy dan rekaman iklan secara cuma-cuma.

4. Radio dapat mendukung kampanye periklanan melalui media-media lain, seperti media cetak, sebagai *secondary buy* (media). Radio mempunyai fungsi sebagai pengingat atas iklan yang dimuat disurat kabar, majalah atau televisi.

5. Radio adalah media yang fleksibel

Pengiklan dapat menyiarkan iklannya sesuai dengan jam-jam siaran yang dikehendaki.

6. Radio bukan media musiman

Dibeberapa daerah di Indonesia, surat kabar dicari orang bila cuaca buruk, seperti hujan dan orang harus berdiam diri dirumah. Berbeda dengan di Jakarta, hujan yang terus menerus menyebabkan penjualan surat kabar dan majalah merosot dratis. Sebaliknya radio tidak terpengaruh oleh perubahan cuaca dan musim. Radio tetap memiliki pendengar sepanjang musim.

7. Radio adalah media yang murah

Umumnya tarif iklan radio ditetapkan berdasarkan *rating position*-nya. Dengan demikian terdapat perbedaan tarif yang mencolok antara *top rated stations* dengan yang lainnya. Namun demikian, bukan hanya *rating position* yang menentukan tarif, daya beli segmen atau kualitas segmen khalayak pasaran, skala pasar dan *share of audience* pun ikut menentukan.

8. Karena biaya penyiarannya relatif murah dibandingkan dengan media lainnya, pengiklan dapat menyiarkan iklan tersebut beberapa kali.

9. Imajinatif

Radio menawarkan peluang kreatif yang unik bagi pengiklan. Karena tidak menyajikan gambar, radio bermain dalam *theater of mine*. Ini berarti pendengar membuat gambar sendiri-sendiri dalam benaknya, visi dan persepsi muncul dalam imajinasi masing-masing pendengar.

10. Radio bersifat mobil

Radio dapat dibawa kemana saja orang pergi. Di kota-kota besar radio dibawa dalam mobil menemani orang dalam perjalanan. Sedangkan di pedesaan, radio dapat dibawa ke sawah. Radio juga tidak memerlukan energi listrik yang besar.

11. *Suburban Coverage*

Radio umumnya memiliki jangkauan yang baik dikalangan *suburban coverage*, yang umumnya tidak terjangkau oleh surat kabar.

12. Menghanyutkan pendengar

Dalam radio, penyiar menyajikan infleksi, empasis dan emosi. Beberapa tekanan pada kata-kata tertentu dengan menggunakan dialog, musik atau suara-suara tertentu dapat menghanyutkan pendengar sebagai prospek, dapat membuat mereka tertawa, mengernyitkan dahi, mengulangi kata-kata yang bersangkutan atau menimbulkan rasa ingin tahu lebih jauh.

Kelemahan Radio meliputi :

1. *Lack of Picture*

Pengiklan tidak dapat mendemonstrasikan produknya di radio. Media “buta” ini akan menjadi masalah bagi pengiklan produk tertentu.

2. Radio menyiarkan iklan hanya sekilas

Pendengar pada umumnya tidak memiliki waktu untuk mencatat alamat, nomor telepon, spesifikasi produk dan lain-lain dari sesuatu yang diiklankan. Iklan ini tampil sekilas dan pendengar tidak dapat meminta penyiar radio mengulangi apa yang disiarkan. Oleh karena itu pengulangan sangat penting dalam siaran iklan di radio.

3. Radio bersifat terbagi

Dalam satu wilayah tertentu mungkin terdapat 20 sampai 30 stasiun radio yang harus dipilih oleh pengiklan. Sifat terbagi ini mengakibatkan pengiklan mengalami ketumpang-tindihan dalam menjangkau pasar.

4. *Local Area Service*

Karena peraturan pemerintah menetapkan demikian, maka iklan pada radio harus disebar di beberapa daerah yang kadang-kadang tidak sama pola siarannya.

5. Pengiklan sulit memperoleh bukti bahwa stasiun radio telah menyiarkan iklan sebanyak pesanan.

Dari uraian diatas dapat diketahui tujuan diadakan pengiklanan supaya apa yang

menjadi harapan pemakai iklan dapat terlaksana dengan baik, adapun tujuan periklanan antara lain :

1. Sebagai alat bagi komunikasi dan koordinasi.
2. Memberikan kriteria dalam pengambilan keputusan.
3. Sebagai alat bagi evaluasi.



3.1 Sejarah Singkat PT. Radio Suara Akbar Jember

PT. Radio Suara Akbar adalah salah satu perusahaan jasa radio tertua di kota Jember. Berdiri pada tahun 1967, dimana pada masa itu memang sudah banyak berdiri radio-radio amatir di kota Jember. Tetapi pada tahun 1971 hanya dua radio yang mendapat pengesahan, yaitu Radio Suara Akbar dan Radio Suara Kartika. Pada tahun itu pula sesuai akte, Radio Suara Akbar berubah menjadi PT yang bergerak menjadi radio komersial.

Pada awal berdirinya PT. Radio Suara Akbar Jember berlokasi di jalan Diponegoro, pindah ke jalan Untung Suropati, jalan Trunojoyo dan jalan Kartini. Kemudian pada awal tahun 2001 PT. Radio Suara Akbar menempati gedung milik sendiri di jalan Trunojoyo 56 Jember.

Pada tahun 1971 yang menjabat sebagai direktur PT. Radio Suara Akbar Jember waktu itu adalah Bapak Hisjam Ozmar. Ketika mengalami perkembangan maka pimpinan PT. Radio Suara Akbar Jember dipegang oleh Bapak Husein Abdullah. Tetapi pada tahun 1991 Bapak Husein Abdullah meninggal dunia, sehingga pimpinan diambil alih oleh Bapak dr. M. Cholid Bahktir. Sampai saat ini direktur utama masih dipegang oleh Bapak dr. M. Cholid Bahktir dan Bapak Abdurrahman Abubakar sebagai direktur penanggung jawab. PT. Radio Suara Akbar Jember tercatat sebagai anggota PRSSNI No. 163-III/1978.

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan pada PT. Radio Suara Akbar Jember, perusahaan pernah memperoleh penghargaan Widya Kencana Tingkat Nasional pada tahun 1991 sebagai juara II dan tahun 1993 mencapai predikat juara I sebagai radio siaran swasta terbaik se-Indonesia.

Dengan melihat peta demografis dan etnik kabupaten Jember, dalam menyusun program siarannya PT. Radio Suara Akbar Jember lebih mengacu pada segmen masyarakat secara umum (*multi segmen*) sehingga diharapkan kehausan hiburan, penerangan dan informasi setiap lapisan pendengar dapat terpenuhi.

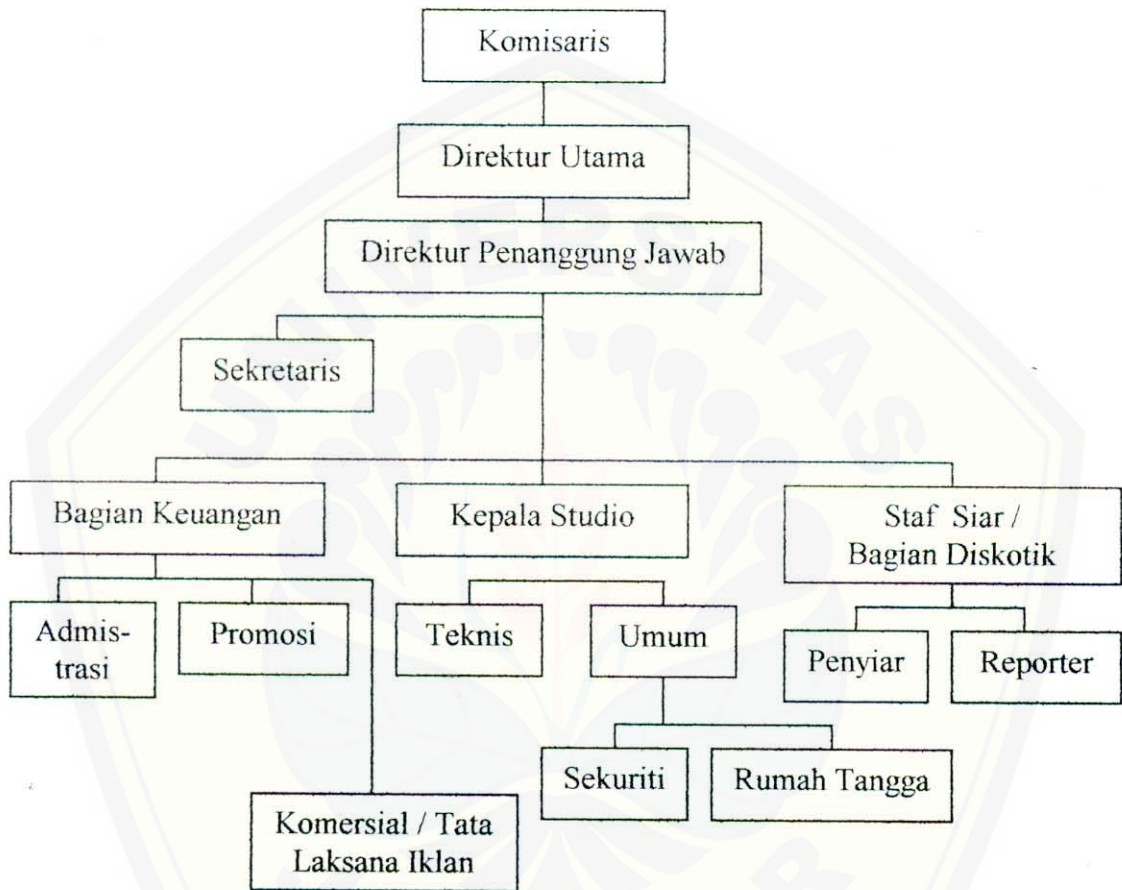
Selain itu PT. Radio Suara Akbar Jember dikenal sebagai radio swasta yang bernuansa religius yang menjadi ciri kuat masyarakat Jember. Wilayah jangkauan penyiaran PT. Radio Suara Akbar Jember meliputi Jember, Lumajang, Probolinggo, Situbondo, Bondowoso dan Banyuwangi.

PT. Radio Suara Akbar Jember berdiri lebih dari 30 tahun, namun bukan jaminan dapat mengudara terus tanpa ada perencanaan yang matang dan selalu mengadakan evaluasi terhadap apa yang telah dilakukan, baik itu program acara atau kegiatan lain yang mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan.

3.2 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan tempat kegiatan manajemen dijalankan. Setiap organisasi memiliki suatu pola struktur organisasi yang disesuaikan dengan keadaan perusahaan dan kompleksnya tugas-tugas. Tercapainya tujuan perusahaan sangat ditentukan dari keadaan struktur organisasi. Semakin jelas struktur organisasi maka semakin jelas pula tugas serta jabatan masing-masing karyawan dalam organisasi tersebut, sehingga semua aktivitas dalam perusahaan dapat dilakukan dengan baik dan besar kemungkinan menghindari adanya kesimpangsiuran dan tumpang tindih (*over leaping*) pekerjaan. Struktur organisasi PT. Radio Suara Akbar dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1 : Struktur Organisasi PT. Radio Suara Akbar Jember



Keterangan : PT. Radio Suara Akbar Jember menggunakan struktur organisasi garis dan staf.

Sumber Data : PT. Radio Suara Akbar Jember Tahun 2002.

Adapun fungsioner masing-masing jabatan yang tertera diatas adalah sebagai berikut :

1. Komisaris

Bertugas mengawasi jalannya tugas-tugas yang harus dilakukan oleh seorang direktur. Komisaris juga memberi masukan bagi direktur dalam menjalankan tugasnya. Komisaris sebagai pengawas berhak untuk memberi tindakan apabila direktur melakukan sesuatu yang bertentangan dengan ketentuan-ketentuan yang disepakati.

2. Direktur Utama

Pejabat yang bertugas sebagai pelindung dari perusahaan. Selain itu juga bertugas untuk mengawasi jalannya operasi perusahaan. Segala sesuatu yang menyangkut perusahaan haruslah dengan ijin direktur utama.

3. Direktur Penanggung Jawab

Direktur penanggung jawab adalah orang nomor dua yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan. Direktur penanggung jawab inilah yang terlibat langsung dalam jalannya perusahaan. Direktur penanggung jawab harus membuat laporan hasil kerja perusahaan yang kemudian dilaporkan kepada direktur utama.

4. Sekretaris

Bertanggung jawab terhadap kegiatan korespondensi dan protokoler pimpinan. Sekretaris bertugas membuat proposal pengajuan kerjasama dengan pihak luar.

5. Staf Siar dan Bagian Diskotik

Mengawasi jalannya pekerjaan yang dilakukan oleh penyiar dalam memandu acara yang di udarkan. Staf siar berhubungan langsung dengan kegiatan penyiaran seperti : membuat acara yang menarik dan disukai pendengar, kuis, dan memberi pengarahan kepada penyiar. Bagian diskotik bertugas sebagai pendata kaset-kaset yang masuk baik dari perusahaan rekaman yang mempromosikan kasetnya, serta mengecek kekurangan-kekurangan yang berkenaan dengan masalah kaset. Bagian diskotik juga

bertugas menambah koleksi kaset yang terbaru untuk menunjang menariknya suatu acara di radio yang dipandu oleh penyiar.

6. Kepala Studio

Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap siaran baik materi siaran atau pun peralatan siar. Merencanakan, mengorganisasikan, mengatur pelaksanaan, dan mengontrol seluruh kegiatan antara lain :

- a. Evaluasi acara yang sedang berlangsung.
- b. Perencanaan dan pelaksanaan *survey* pendengar.
- c. Mengontrol sarana produksi siaran.
- d. Merencanakan kegiatan *off air*.

Dalam melaksanakan tugas bekerja sama dengan teknis dan diskotik serta mempertanggung jawabkan kepada direktur penanggung jawab.

7. Bagian Keuangan

Bertugas mengatur dan melakukan pencatatan keuangan perusahaan.

8. Bagian Administrasi

Bertugas mengatur segala administrasi yang berhubungan dengan perusahaan, menerima tamu dan telepon dari luar perusahaan, mengumpulkan surat-surat dari pendengar dan mengelompokkan sesuai dengan acara yang di udarakan serta bertanggung jawab pada pemberian hadiah kuis.

9. Bagian Komersial/Tata Laksana Iklan

Bertugas mengurus segala kegiatan yang berhubungan dengan periklanan seperti :

- a. Menerima order pemasangan iklan dari bagian promosi.
- b. Menyusun alokasi pemutaran iklan.
- c. Menyusun laporan siaran iklan bulanan untuk pengiklan.
- d. Membuat bukti pembayaran pemasangan iklan.

Dan sebagai tata laksana iklan bertugas memasang iklan tersebut pada acara-acara yang sesuai dengan order dan segmen acara.

10. Bagian Promosi

Bagian ini mempunyai peranan penting yaitu mempromosikan radio ke pengiklan. Terjadinya kerjasama atau tidak antara radio dengan pengiklan

tergantung keahlian bagian promosi dalam mempromosikan atau menjual acara yang diudarkan serta membuat surat penawaran pemasangan iklan.

11. Bagian Teknis

Bertugas mengontrol alat teknis siar yang dipakai oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Baik itu yang berhubungan dengan alat-alat diluar box siar seperti menara, antena atau pun yang berhubungan dengan alat-alat yang ada di box siar seperti tape, mixer, microfone, kaset dan CD.

12. Bagian Umum atau Perlengkapan

Bagian yang bertugas untuk mengurus masalah rumah tangga perusahaan dan bertanggung jawab terhadap properti yang dimiliki perusahaan.

13. Penyiar

Seorang penyiar bertugas mengasuh dan membawakan acara yang telah diprogram oleh perusahaan. Baik dan tidaknya acara tersebut tergantung gaya bahasa dan ketrampilan penyiar mengaplikasikan pada perangkat siar. Di sinilah penyiar dituntut untuk profesional dalam membawakan suatu acara dan mampu berimprovisasi sehingga seolah-olah pendengar diajak berbicara dalam keadaan *face to face*. Selain itu juga penyiar harus mampu bekerjasama dengan reporter dalam penyampaian berita.

14. Reporter

Bertugas untuk mencari berita dan menulisnya dalam bentuk reportase sesuai dengan kode etik jurnalistik. Reporter terjun langsung untuk mencari berita seputar peristiwa yang terjadi di kabupaten Jember.

15. Satpam

Bertanggung jawab atas keamanan, ketertiban, dan ketenangan kantor, studio/box siar dan lingkungannya.

16. Rumah Tangga Perusahaan

Menjaga kebersihan kantor dan box siar dan memelihara inventarisasi kantor.

3.3 Motto Perusahaan

Radio Suara Akbar berada pada jalur frekuensi 94,6 Mhz mempunyai motto Formatif, Educatif dan Religius Islami. Ketiga kata tersebut mempunyai arti dalam mewarnai sajian program acara yang disuguhkan Radio Suara Akbar. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Informatif

Radio Suara Akbar berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, baik itu informasi yang bersifat politik, sosial, pendidikan, hukum, pertanian, musik, kesehatan dan berbagai informasi lainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya sajian acara yang menitik beratkan pada informasi dan berita, antara lain : *Voice Of America* (VOA) dan Lingkar Jember. Selain itu, ditengah-tengah acara diselipkan beberapa informasi atau iklan.

2. Educatif

Melalui berbagai informasi yang disajikan diharapkan Radio Suara Akbar mampu memberikan pendidikan kepada masyarakat dan mampu membuka wacana baru tentang berbagai informasi. Walaupun tidak ada program acara khusus yang bersifat mendidik, namun dari berbagai sajian acara yang ada baik "*on air*" atau "*off air*" Radio Suara Akbar mampu memberikan informasi yang mendidik dan akurat bagi masyarakat.

3. Religius Islami

Program acara Radio Suara Akbar adalah bernuansa religius islami yang sangat kental mewarnai program-program acara yang diudarkan. Hal ini dapat terlihat dari :

- a. Penyiar diwajibkan mengucapkan salam (assalamualaikum) diawal dan diakhir acara.
- b. Semua karyawan dan penyiar wanita harus mengenakan kerudung disaat berada dikantor atau saat siaran.
- c. Selalu diselipkan "*Amar*" (Pembacaan satu ayat suci Al-qur'an beserta artinya) disetiap pergantian acara.

- d. Adanya acara Titian fajar dan Titian senja yang berisi tentang ceramah/dialog agama islam setiap harinya.

Motto dan kemasan program tersebut diharapkan dapat memberi sajian yang lengkap kepada pendengarnya.

3.4 Tenaga Kerja Perusahaan

Jumlah karyawan PT. Radio Suara Akbar Jember saat ini adalah sebanyak 30 orang yang terdiri dari :

1. Komisaris	: 1 Orang
2. Direktur Utama	: 1 Orang
3. Direktur Penanggung Jawab	: 1 Orang
4. Bagian Keuangan	: 1 Orang
5. Kepala Studio	: 1 Orang
6. Staf Siar	: 2 Orang
7. Bagian Komersial / Tata Laksana Iklan	: 2 Orang
8. Promosi sekaligus Penyiar	: 1 Orang
9. Sekretaris sekaligus Administrasi	: 1 Orang
10. Teknisi	: 1 Orang
11. Bagian Umum	: 1 Orang
12. Penyiar	: 10 Orang
13. Reporter	: 2 Orang
14. Rumah tangga perusahaan	: 2 Orang
15. Satpam	: 3 Orang

3.5 Peralatan Produksi

Pada perusahaan jasa khususnya yang bergerak dalam bidang radio mempunyai peralatan sebagai berikut :

1. Pemancar FM
2. Antene
3. Mixer
4. Tape

5. Microphone
6. Amplifier
7. Kaset
8. CD
9. VCD
10. TV
11. Telepon
12. Komputer

3.6 Kegiatan Pokok Perusahaan

PT. Radio Suara Akbar Jember adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa periklanan. Sebagai pengiklan tetap dan penyalur periklanan, konsumen dan biro iklan menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan jumlah audiensinya. Pada dasarnya untuk menarik minat pemasang iklan, perusahaan selalu memegang empat kunci pokok keberhasilan pemasang iklan, antara lain :

1. Banyaknya pendengar pada satu segmen tertentu.
2. Kefanatikan pendengar.
3. Kualitas suara yang disajikan.
4. Manajemen iklan yang profesional.

Untuk menarik pendengar ada empat kunci pokok yang dipandang sebagai landasan perusahaan, antara lain :

1. Memberikan materi acara yang diminati oleh pendengar.
2. Pola siaran yang berkualitas, meliputi :
 - a. Lagu-lagu yang disajikan harus dapat diminati oleh segmen yang dituju.
 - b. Menyuguhkan berita-berita yang menarik di wilayah Jember dan sekitarnya.
 - c. Memberikan kuis hadiah dan kenang-kenangan kepada pendengar,
 - d. Membuat acara khusus pada hari ulang tahun dan hari spesial lainnya.

3. Ketrampilan penyiar untuk menyampaikan acara secara menarik.
4. Mengadakan *off air* (kegiatan darat), dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana respon pendengar pada acara yang telah disajikan.

3.7 Kegiatan Bagian Komersial/Tata Laksana Iklan Sebagai Penjualan Jasa Periklanan

Kegiatan Bagian komersial/Tata laksana iklan adalah mengolah iklan agar dapat diinformasikan kepada masyarakat. Kegiatan dari mekanisme kerja radio swasta khususnya PT. Radio Suara Akbar Jember dengan pengiklan terdapat tiga jalur yang saling berhubungan, yaitu :

1. Produsen \longrightarrow Media iklan (Radio swasta)

Alur ini dapat diartikan bahwa produsen langsung menangani kegiatan periklanan, mulai dari pembuatan spot iklan (rekaman iklan) sampai pemasangan iklan.

2. Produsen \longrightarrow Biro iklan \longrightarrow Media iklan

Hubungan ini dapat diartikan bahwa produsen menyerahkan kegiatan periklanan kepada biro iklan. Biro iklan bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang berhubungan dengan periklanan, mulai dari pembuatan spot iklan, pemasangan iklan sampai iklan tersebut berhasil meningkatkan omset penjualan.

3. Penjual \longrightarrow Media iklan

Hubungan ini dapat diartikan bahwa penjual yang melaksanakan seluruh aktivitas periklanan, kemudian disajikan lewat media iklan atau radio.

Setelah menerima order pemasangan iklan, bagian komersial/tata laksana iklan membuat konsep iklan dan laporan siaran iklan kepada staf siar, bagian keuangan, direktur penanggung jawab secara langsung dan berhubungan dengan bagian-bagian lainnya, adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Hubungan dengan staf siar

Hubungan bagian komersial/tata laksana iklan dengan staf siar adalah mempersiapkan iklan yang akan diproduksi sendiri. Untuk iklan yang

diproduksi sendiri didapat dari order pemasangan iklan. Dalam pembuatan iklan diperlukan suatu konsep tentang iklan yang akan disiarkan, konsep iklan yang tepat terdiri dari :

- a. Penentuan produk yang akan ditujukan untuk segmen pasar atau konsumen tertentu.
- b. Misi iklan yang dipilih, misalnya : pengenalan produk baru, komersial dan nilai sosial.
- c. Komunikasi iklan yang digunakan, misalnya : lagu, dialog dan monolog.
- d. Jangkauan dan penggunaan iklan, misalnya : bioskop, radio, reklame dan spanduk.

Dalam perkembangannya iklan dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu :

1) Iklan Komersial

Pemasangan iklan ini dikenakan biaya operasional, baik produk barang maupun jasa.

2) Iklan Non Komersial

Terbagi menjadi empat bagian antara lain :

- a. Iklan layanan masyarakat.
- b. Iklan dengan sponsor perusahaan itu sendiri.
- c. Iklan intern, yaitu iklan yang pembuatannya dilakukan oleh perusahaan radio itu sendiri. Misalnya : iklan kegiatan darat (*off air*).
- d. Iklan bersama, yaitu iklan yang ditunjuk pemerintah maupun PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) untuk diputar seluruh Indonesia, misalnya : pidato presiden, sidang umum MPR.

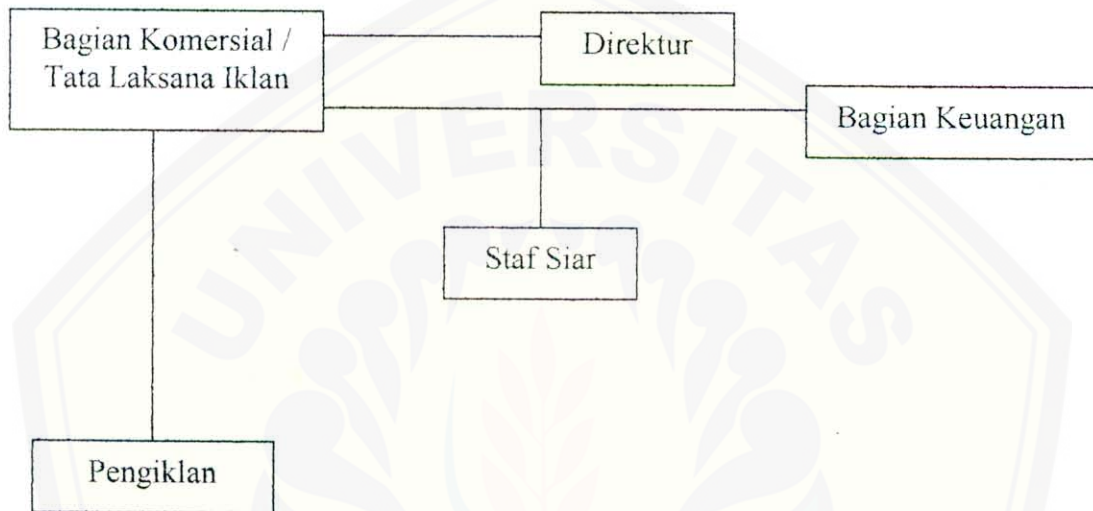
2. Hubungan dengan Bagian Keuangan

Pembayaran order iklan melalui bagian keuangan perusahaan atas jasa penyiaran iklan.

3. Hubungan dengan Direktur

Bagian komersial/tata laksana iklan bertanggung jawab kepada direktur penanggungjawab mengenai laporan bukti siar.

Gambar 2 : Hubungan Mekanisme Kerja



Sumber Data : PT. Radio Suara Akbar Jember.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan Praktek Kerja Nyata (PKN) yang dilaksanakan pada PT. Radio Suara Akbar Jember dengan judul Prosedur Akuntansi Penjualan Jasa Periklanan Pada PT. Radio Suara Akbar Jember, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bagian promosi menerima order pemasangan iklan dan selanjutnya membuat surat order pemasangan iklan.
2. Bagian komersial/tata laksanakan iklan menerima order pemasangan iklan dan membuat spot iklan sampai pembuatan bukti pembayaran pemasangan iklan.
3. Pengiklan menerima dokumen order pemasangan iklan, bukti siar iklan bulanan dan kuitansi pembayaran pemasangan iklan dari bagian promosi.

5.2 Saran

Dibidang periklanan pada PT. Radio Suara Akbar Jember, kegiatan yang dilakukan didominasi oleh bagian promosi. Disini terlihat dari pembayaran pemasangan iklan yang melalui bagian promosi. Sebaiknya setelah pengiklan menerima bukti siar iklan dan kuitansi pembayaran pemasangan iklan harus membayar langsung ke bagian keuangan bukan ke bagian promosi.



DAFTAR PUSTAKA

Al Haryono Yusuf, 1999, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Cetakan Kedua, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.

Basu Swasta, 1990, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Liberty, Yogyakarta.

Mulyadi, 1997, *Sistem Akuntansi*, Cetakan Kedua, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.

Rhenald Kasalli, 1995, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Cetakan Keempat, PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

Soemarsono SR, 1994, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Cetakan Ketiga, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Zaki Baridwan, 1998, *Sistem Akuntansi*, Cetakan Ketujuh, BPFE, Yogyakarta.

Nomor : 4253/125.1.4/P.6/2001
Lampiran :
Perihal : Kesediaan Menjadi Tempat PKN
Mahasiswa Fak. Ekonomi UNEJ

Jember, 10 Desember 2001

Kepada : Yth. Bapak Direktur
PT. Suara Akbar
di- Jember

Bersama ini dengan hormat kami beritahukan, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan dalam mengakhiri studi pada pendidikan Program Diploma III Ekonomi para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

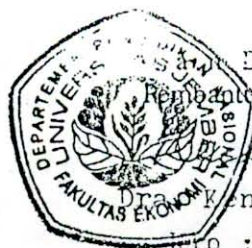
Sehubungan dengan ini, kami berharap kesediaan Instansi yang Saudara pimpin untuk menjadi obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

No.	Nama	NIM	Bidang Studi
1.	MAHDA DWI RASCOVA	99.04061	Akuntansi
2.	YENY NOVIYANTI	99.04367	Akuntansi

Adapun pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan :
Februari - Maret

Kami sangat mengharapkan jawaban atas permohonan tersebut dan sekiranya diperlukan persyaratan lainnya kami bersedia memenuhi.

Atas perhatian dan pengertian Saudara, kami menyampaikan terima kasih.



Dekan
Rebanto Dekan I.

Drs. Darsawarti, MM

Telp : 130531975

Nomor : 175 / RSA / XII / 2001

Jember, 31 Desember 2001

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Jl. Jawa (Tegal Boto) No. 17

Jember

Hal : Permohonan Praktek Kerja Nyata

Dengan Hormat ,

Selubungan dengan surat No. 4253 / J25.1.4 / P 5 / 2001 tanggal 10 Desember 2001 mengenai permohonan Praktek Kerja Nyata, maka bersama ini kami menyetujui ditempatinya PT. RADIO SUARA AKBAR sebagai obyek atau tempat Praktek Kerja Nyata (PKN) oleh :

Nama : MAHUDA DWIRASCOVA

Nim : 99.0803104061

Program Studi : AKUNTANSI

Nama : YENY NOVIYANTI

Nim : 99.0803104367

Program Studi : AKUNTANSI

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

PT. RADIO SUARA AKBAR


ABDURRACHMAN ABUBAKAR

Direktur

JL. TRUNOJOYO No. 56 JEMBER 68137
TELP. (0331) 484395, 425368, 485596, 421311 FAX. 484395

Nomor :
Hal : Keterangan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember
Di
Jember

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini, Pimpinan Radio Suara Akbar Jember menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : 1. Mahuda Dwi Rascova (990803104061)
2. Yeny Noviyanti (990803104367)

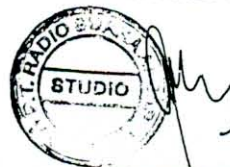
Jurusan : Akuntansi

Program Studi : D III Akuntansi

Telah melaksanakan Praktek Kerja Nyata diperusahaan kami terhitung tanggal 11 Febuari sampai dengan 11 Maret 2002.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Jember, 12 Maret 2002
PT. Radio Suara Akbar



Abdurrachaman Abubakar
Direktur / Penanggung Jawab

**DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA NYATA**

Nama : Mahuda Dwi Rascova (990803104061)

No	Tanggal	Tanda Tangan
1.	11 Februari 2002	1. <i>[Signature]</i>
2.	12 Februari 2002	2. <i>[Signature]</i>
3.	13 Februari 2002	3. <i>[Signature]</i>
4.	14 Februari 2002	4. <i>[Signature]</i>
5.	15 Februari 2002	5. <i>[Signature]</i>
6.	16 Februari 2002	6. <i>[Signature]</i>
7.	18 Februari 2002	7. <i>[Signature]</i>
8.	19 Februari 2002	8. <i>[Signature]</i>
9.	20 Februari 2002	9. <i>[Signature]</i>
10.	21 Februari 2002	10. <i>[Signature]</i>
11.	22 Februari 2002	11. <i>[Signature]</i>
12.	25 Februari 2002	12. <i>[Signature]</i>
13.	26 Februari 2002	13. <i>[Signature]</i>
14.	27 Februari 2002	14. <i>[Signature]</i>
15.	28 Februari 2002	15. <i>[Signature]</i>
16.	1 Maret 2002	16. <i>[Signature]</i>
17.	2 Maret 2002	17. <i>[Signature]</i>
18.	4 Maret 2002	18. <i>[Signature]</i>
19.	5 Maret 2002	19. <i>[Signature]</i>
20.	6 Maret 2002	20. <i>[Signature]</i>
21.	7 Maret 2002	21. <i>[Signature]</i>
22.	8 Maret 2002	22. <i>[Signature]</i>
23.	9 Maret 2002	23. <i>[Signature]</i>
24.	11 Maret 2002	24. <i>[Signature]</i>

Jember, 12 Maret 2002
PT. Radio Para Akbar Jember


[Signature]
S. Muslikhah
Sekretaris



TARIP Iklan 2002

JENIS IKLAN	DURASI	HARGA
SPOT RADIO	01 Detik - 30 Detik 31 Detik - 60 Detik	Rp. 25.000,00 Rp. 30.000,00
SPONSOR ACARA (Sponsor Acara Program Radio Suara Akbar)	- Acara berlangsung 30 - 40 menit - Spot diputar 3 kali ditambah lips service	Rp. 200.000,00

Ketentuan Pemasangan Iklan :

1. Tarip dihitung berdasarkan Satuan Spot Iklan
2. Tarip tersebut belum termasuk PPN
3. Potongan harga hanya diberikan kepada Agency/Biro Iklan maksimal 20 % dengan frekuensi pemutaran 5 kali sehari dan lama pemasangan minimal 15 hari
4. Kelebihan spot diatas 60 detik dihitung Rp. 500,00 per detik

ACARA dan SPONSOR



JAM	ACARA	LAGU	SPONSOR
04.15 - 05.00	TITIAN FAJAR	KHOSIDAH	-
05.00 - 07.00	VOICE OF AMERICA	BARAT	-
07.00 - 08.00	BIANG GOYANG 1	DANGDUT BARU	SUZUKI
08.00 - 09.00	BIANG GOYANG 2	DANGDUT BARU	SUZUKI
09.00 - 10.00	DANGDUT BAGAYA 1	DANGDUT REMIX	
10.00 - 11.00	DANGDUT BAGAYA 2	DANGDUT REMIX	
11.00 - 12.00	LINGKAR JEMBER	POP LAMA (RIANG)	
12.00 - 13.00	GALERY	POP LAMA	VELPO, YUNGSAN KAPSUL
13.00 - 14.00	KIDUNG KUNING 1	MANDARIN	
14.00 - 15.00	KIDUNG KUNING 2	MANDARIN	
15.00 - 16.00	KAMPOAN 1	DANGDUT LAMA	Strong pas/Antangin JRG
16.00 - 17.00	KAMPOAN 2	DANGDUT LAMA	PIL KITA
17.00 - 18.00	TITIAN SENJA	KHASIDAH	--
18.00 - 19.00	SEBLANG WANGI	BANYUWANGIAN	BODREX
19.00 - 20.00	TREND MUSIK 1	POP IND. BRT. BARU	-
20.00 - 21.00	TREND MUSIK 2	POP IND. BRT. BARU	MONALISA
21.00 - 22.00	MUSIK MALAM 1	BARAT LAMA	-
22.00 - 23.00	MUSIK MALAM 2	BARAT LAMA	-
23.00 - 24.00	JAWILAN 1	LAGU DAERAH	WISINGKI+BRSH DRH
24.00 - 01.00	JAWILAN 2	LAGU DAERAH	SHINTO, BT CUR, KENMAN

ACARA KHUSUS MINGGU

- LAGA DANGDUT AKBAR FM:** Gosip artis dan apresiasi musik dangdut. 20 tangga lagu dangdut Indonesia pilihan pendengar.
- LAGA POP AKBAR FM** : Gosip artis dan apresiasi musik pop Ind. 20 komposisi musik pop Ind. pilihan pendengar
- BOMM** : Bonus Malam Minggu. Ajang kuis dengan hadiah uang dan product.
- WAYANG KULIT** : Pemutaran kaset wayang kulit, malam Jum'at setiap minggu terakhir. Jam 21.00 – 04.00 wib

ORDER PEMASANGAN IKLAN

Jember, 30 April 2002

Nama Perusahaan : PT. Indoharja Motor Gemilang
 Jl. Punggoloyo 23 Jember Telp. 489 760
 Order Nomor : 350/RSA-COM/TV/2002
 Tanggal Order : 30/IV/2002 ;
 Iklan : PROMOSI SHOGUN
 Tanggal Penyiaran : 1 s/d 31 Mei 2002
 Jam Penyiaran : - Sponsor Acara Biang Goyang jam 07 - 09
 - Bonus spot jam 10; 15; 18; 21; 24
 Harga : Rp. 4.170.000,-/jam
 Discount : 40 %
 Harga Netto : Rp. 2.500.000,-/jam
 Total Pembayaran : Rp 5.000.000,-

Catatan : Mohon copy order ini dikirim kembali kepada Kami setelah
 ditandatangani sebagai persetujuan Saudara atas order ini.

Disetujui oleh
 PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER

Pemesan

ABDURACHMAN ABUBAKAR
 Dir/Penjab

Bambang Hadi Prasetyo, S.H
 Pimpinan Operasional

Kepada Yth.

Sumber Mas Motor

Up. Bpk Jupiter

di

T E M P A T

PENAWARAN HARGA IKLAN DI RADIO SUARA AKBAR

Bersamaan dengan ini , Kami tawarkan tarif pemasangan iklan di Radio Suara Akbar sebagai :

Iklan Lepas

Harga : Rp 1.000.000,- / 30 hari
Jumlah Iklan : 5 x spot/ adlips sehari
1 x spot/ adlips sehari
Jumlah Total : 180 spot/ adlips selama 30 hari
Lama Kontrak : Minimal 3 bulan (90 hari)

Demikian surat penawaran ini kami sampaikan, semoga ada jalinan kerja sama yang baik. Terimakasih.

Jember, 28 Februari 2001

PT RADIO SUARA AKBAR



Abdurrahman Abubakar

Dirut/Penanggung Jawab

Kepada Yth :
Bagian Iklan
RADIO SUARA AKBAR FM
Jl. Trunojoyo No. 48
Jember

Up : Ep. Abdurrahman

MEDIA ORDER

Produk : SANGOBION
Jenis Iklan : Spot Lepas
Durasi : 60 detik
No. Order : 04/HO-BCP/MERCK/III/02

Materi :
() Terlampir
(X) Menyusul
() Pada Radio

Periode	Hari	Frek	Jml	Tarif	Brutto	Dis	Netto
30 Maret-28 April '02	30	5	150	-	-	0%	1.850.000

Jam Penyiaran : Sesuai Jadwal Pengudaraan (terlampir)

KETERANGAN :

1. Harga tersebut diatas belum termasuk Ppn. 10%
2. Mohon copy Media Order segera dikirimkan kembali setelah ditandatangani.
3. Bukti Penyiaran Iklan dibuat rangkap 4 (empat), dan paling lambat kami terima 7 (tujuh) hari setelah penyiaran berakhir, setiap periode/bulan.
4. Mohon dilampirkan juga Laporan Monitoring Iklan.

Surabaya, 26 Maret 2002

RADIO AD
Radio AD
Radio Buying Service

Wahyu M (Ayu)

RADIO SUARA AKBAR FM

Bagian Iklan

Untuk Faktur Pajak: PT. BUNAKEN CIPTAPRAKARSA; Jl. Kestajaya No. 185 E, Lt. IV Surabaya; No. NPWP 01.782.146.3.606.000

Tanggal Cetak 10/02/2002

Kode Order	NO Order	Kode Produk	Nama Produk	Iklan	Jam
WARU	0075/BAY-SU,	JAN15	Baygon Belanja	Spot	6
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20-1	Saridon Wisata	Spot	6
PEPER	339/PC-IV/XII/	PENT-1	PANTENE SHOPING	Spot	6
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20	Saridon Wisata	Spot	6
sari	215/RSA-COM	JAN10A	Shinto	Spot	6
sari	215/RSA-COM	JAN9A	Monalisa	Spot	6

Kode Order	NO Order	Kode Produk	Nama Produk	Iklan	Jam
TREE	307/RSA-COM	JAN14	Motor Turbo	Spot	7
CURI	248/RSA-COM	JAN16	Yungsan Kapsul	Spot	7
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20	Saridon Wisata	Spot	7
DURIA	313/RSA-COM	JAN24A	SPONS:Shogun Baru	Spot	7
DURIA	313/RSA-COM	JAN24B	SPONS : Sgogun Baru	Spot	7
DURIA	313/RSA-COM	JAN24C	SPONS: Shogun Baru	Spot	7

Kode Order	NO Order	Kode Produk	Nama Produk	Iklan	Jam
WARU	0075/BAY-SU,	JAN15	Baygon Belanja	Spot	8
SEGER	-	DAR7-2	Darial-7	Spot	8
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20	Saridon Wisata	Spot	8
SEGER	-	HAI1	Haiping Announcer	Spot	8
DURIA	313/RSA-COM	JAN24D	SPONS:Shogun Baru	Spot	8
DURIA	313/RSA-COM	JAN24E	SPONS:Shogun Baru	Spot	8
DURIA	313/RSA-COM	JAN24F	SPONS:Shogun Baru	Spot	8

Kode Order	NO Order	Kode Produk	Nama Produk	Iklan	Jam
TREE	307/RSA-COM	JAN14	Motor Turbo	Spot	9
CURI	248/RSA-COM	JAN16	Yungsan Kapsul	Spot	9
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20	Saridon Wisata	Spot	9
AREA	314/RSA-COM	JAN25A	PLN	Spot	9
SEGER	-	HAI2	Haiping Ibu & Putrinya	Spot	9
SEGER	-	DAR8.2	Darial-8	Spot	9

Kode Order	NO Order	Kode Produk	Nama Produk	Iklan	Jam
SEGER	-	DAR9.2	Darial 9	Spot	10
CURI	248/RSA-COM	JAN17	Velpo	Spot	10
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20	Saridon Wisata	Spot	10
DURIA	313/RSA-COM	JAN27A	Shogun Baru	Spot	10
SEGER	-	HAI3	Haiping Ibu Susan	Spot	10
DIO	122/ORD/XI/2I	JAN20-1	Saridon Wisata	Spot	10
PEPER	339/PC-IV/XII/	PENT-1	PANTENE SHOPING	Spot	10

BUKTI SIAR IKLAN

PT. Radio SUARA AKBAR
 Jl. Trunojoyo No 36
 Tlp (0331) 485596,484395
 Jember - Jawa Timur

No. Order : 03.C12.P.023
 Tanggal : 20/02/2002
 Product : Spot POLDAN MIG (JATIM)
 Agency : PT. SANDO ADVERTA STUDIO
 Periode : 01/03/2002 s/d 31/03/2002
 TANGGAL GANJIL

Tanggal	Jam Pemutaran																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
	SPOT	SPOT	SPOT	SPOT	SPOT	ADLIP	SPOT	ADLIP	SPOT	SPOT	SPOT	SPOT	ADLIP	SPOT	SPOT	ADLIP	ADLIP
01/03	6.35	7.05	8.05	9.03	10.06	10.56	11.02	11.55	12.06	13.14	14.07	15.02	15.56	16.06	17.11	17.19	18.08
03/03	6.44	7.08	8.09	9.05	10.08	10.57	11.06	11.38	12.55	13.10	14.26	15.07	15.05	16.07	17.08	17.14	18.03
05/03	6.45	7.05	8.10	9.10	10.04	10.11	11.05	11.23	12.10	13.41	14.33	15.09	15.09	16.02	17.07	17.15	18.08
07/03	6.44	7.06	8.09	9.50	10.08	10.58	11.20	11.46	12.08	13.02	14.11	15.02	15.56	16.55	17.10	17.15	18.56
09/03	6.41	7.05	8.07	9.03	10.07	10.55	11.25	11.55	12.56	13.50	14.29	15.05	15.02	16.10	17.06	17.09	18.58
11/03	6.40	7.57	8.02	9.06	10.02	10.45	11.34	11.38	12.55	13.10	14.10	15.10	15.06	15.08	17.10	17.14	18.10
13/03	6.41	7.02	8.07	9.43	10.11	10.50	11.02	11.37	12.06	13.24	14.30	15.04	15.03	16.09	17.09	17.15	18.14
15/03	6.37	7.06	8.02	9.02	10.08	10.50	11.11	11.29	12.07	13.07	14.31	15.03	15.02	16.03	17.08	17.16	18.10
17/03	6.38	7.58	8.06	9.05	10.05	10.49	11.20	11.55	12.10	13.37	14.04	15.10	15.55	16.08	17.13	17.20	18.11
19/03	6.50	7.08	8.58	9.50	10.02	10.44	11.05	11.32	12.07	13.10	14.24	15.05	15.59	16.03	17.10	17.16	18.56
21/03	6.35	7.04	8.10	9.09	10.07	10.55	11.08	11.39	12.06	13.08	14.55	15.05	15.55	16.09	17.02	17.13	18.08
23/03	6.49	7.06	8.56	9.09	10.04	10.39	11.10	11.44	12.02	13.56	14.08	15.08	15.02	16.55	17.09	17.11	18.55
25/03	6.52	7.02	8.57	9.03	10.10	10.57	11.40	11.56	12.57	13.40	14.24	15.09	15.09	16.56	17.11	17.14	18.09
27/03	6.39	7.09	8.55	9.50	10.10	10.50	11.12	11.38	12.08	13.34	14.56	15.06	15.10	16.02	17.14	17.18	18.08
29/03	6.43	7.06	8.56	9.08	10.06	10.55	11.07	11.50	12.04	13.07	14.03	15.07	15.08	16.55	17.09	17.17	18.56
31/03	6.39	7.56	8.08	9.03	10.09	10.58	11.19	11.55	12.08	13.08	14.37	15.07	15.58	16.06	17.08	17.15	18.02

Jember, 1 - April - 2002

GATOT SUWARTO

Tata Laksana Iklan

Telah terima dari : PT. SAND ADVERTA AUDIO

Banyaknya uang : Satu Juta Enca Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah

Buat bayar : *IKLAN* : Spot POLDAH MIB (JATIM)
NO. ORDER / Tgl : 02.E12.P.015*/ 26 January 2002
PERIODE : I. tanggal 1 - 28 Pebruari 2002 TANGGAL GANJIL

- II. Spot Jam : 7,8,9,10,11,11,12,13,14,16,17,18
- III. Adlips : 8,13,11,12,14
- IV.

PERINCIAN PEMBAYARAN	
Bruto	: Rp. 1.500.000,00
Discount	: Rp. -
Netto	: Rp. 1.500.000,00
P.P.N. 10%	: Rp. 150.000,00
Jumlah	: Rp. 1.650.000,00

Jember, 1 - March - 20 02
PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER


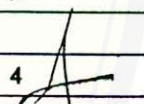

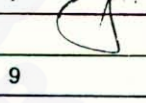
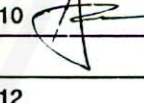
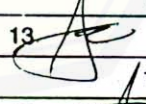
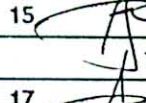
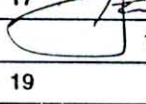
Rp. 1.650.000,00 ✓



ABDURRACHMAN ABUBAKAR
Direktur

KARTU KONSULTASI
BIMBINGAN PRAKTEK KERJANYATA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

Nama : Mahuda Dwi Rascova
 Nomor Mahasiswa : 99.0803104061
 Program Pendidikan : D III Akuntansi
 Program Studi : Akuntansi
 Judul Laporan : Prosedur Akuntansi Penjualan Jasa
 Periklanan Pada PT. Radio Suara Akbar
 Jember
 Pembimbing : Drs. H. Djoko Supatmoko, Akt
 Tgl. Persetujuan : Mulai dari :19 s/d.
 19.....

No.	Konsultasi pada tgl	Masalah yang dibicarakan	Tanda tangan Pembimbing
1	6 Februari '02	Konsultasi Proposal	1 
2			2
3			3
4	8 Februari '02	Acc Proposal	4 
5	20 Februari '02	Revisi BAB II, tambah halaman	5 
6			6
7	26 Maret '02	Acc BAB I	7 
8			8
9			9
10	27 April '02	Revisi BAB III	10 
11		Struktur Organisasi	11
12			12
13	30 April '02	Acc BAB III	13 
14			14
15	29 Mei '02	Revisi BAB IV, V, Daftar Pustaka	15 
16			16
17	18 Agustus '02	Acc untuk Ujian	17 
18			18
19			19
20			20
21			21
22			22
23			23
24			24