

Upaya peningkatan kinerja fungsi pemasaran pada perusahaan jasa dengan penerapan activity-based costing studi kasus pada PT.

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184690&lokasi=lokal>

Abstrak

Fungsi pemasaran pada industri jasa lebih luas dari fungsi pemasaran pada industri manufaktur. Fungsi pemasaran jasa meliputi fungsi pemasaran tradisional (pada industri manufaktur dikenal dengan 4P) dan fungsi pemasaran interaktif. Fungsi pemasaran, interaktif meliputi seluruh aktivitas yang timbul saat terjadi interaksi antara pembeli dengan penjual jasa. Untuk fungsi pemasaran jasa sistem biaya yang didasarkan atas aktivitas (Sistem ABC) lebih tepat digunakan mengingat banyaknya aktivitas yang terlibat. Sistem ABC dapat menghasilkan informasi biaya pemasaran jasa yang lebih akurat dibandingkan sistem biaya tradisional. Informasi biaya yang akurat sangat diperlukan untuk merencanakan dan mengendalikan biaya pemasaran jasa yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja fungsi pemasaran jasa.