

Masalah pemasaran jasa akuntansi pada kantor akuntan HD

Jacobus W. Danudibroto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439173&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

pokok permasalahan yang dihadapi adalah beberapa klien lama meninggalkan Kantor Akuntan HD dan sulit untuk mendapatkan calon klien potensial seperti klien lama tersebut. Masalah yang menyebabkan hal tersebut adalah masih lemahnya pemahaman konsep jasa, belum efektifnya bauran pemasaran dan belum jelasnya pandangan ke masa depan.

Konsep jasa meliputi pengertian total service (paket jasa) yang terdiri dari beberapa lapisan jasa, yaitu : core service, expected service, augmented service dan potential service. Core service yang merupakan lapisan pertama dari total service merupakan inti jasa. Inti jasa ini dihasilkan oleh semua perusahaan jasa dalam satu industri. Perbedaan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya terletak diluar inti jasa tersebut. Oleh sebab itu persaingan terjadi pada lapisan diluar inti jasa. Inti jasa dan Kantor Akuntan HD adalah jasa pemeriksaan, jasa management dan assistance services, jasa penyusunan sistem akuntansi dan jasa konsultasi perpajakan. Expected service merupakan kebutuhan minimal klien yang harus dipenuhi, berhubungan dengan personnel, quality level, service time, waiting time, supporting equipment dan new ideas. Augment service adalah suatu usaha memberikan lebih banyak lagi kepada klien dan pada hanya sekedar memenuhi expected servicenya Sedangkan potential service meliputi segala Sesuatu yang mungkin dilakukan untuk menarik klien.

Sifat jasa adalah jasa itu tidak berujud, sangat bervariasi, tidak Standar, tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa dan tidak dapat disimpan. Setelah mengetahui hal tersebut barulah dapat dirumuskan bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran jasa yang dikenal dengan 7 p (produk/jasa, harga, lokasi, promosi, partisipasi, penampilan fisik dan proses) harus dikelola dengan baik. Variabel produk/jasa merupakan inti jasa yang dihasilkan oleh Kantor Akuntan HD. Variabel

harga dan promosi merupakan variabel utama yang harus dikendalikan oleh partner. Sedangkan variabel partisipasi dan proses merupakan variabel yang harus dijalankan oleh tingkatan supervisor kebawah. Variabel lokasi dan penampilan phisik tidak terlalu diperhatikan.

Pandangan kemas depan meliputi penentuan identitas, pelayanan kepada klien, pengembangan sumber daya manusia dan aspek multi disiplin. Identitas berhubungan dengan membangun citra Kantor Akuntan HD. Pelayanan kepada klien mengandung arti untuk membina golongan klien tertentu dengan melakukan pengembangan sumber daya manusia. Sedangkan aspek multi disiplin memberikan berbagai macam jasa yang berkaitan dengan bidang akuntansi seperti penggunaan komputer, menelaah ramalan keuangan klien dan menjadi ahli di bidang pasar modal.

Pemecahan masalah yang dihadapi Kantor Akuntan HD dapat dilakukan dengan menanamkan pemahaman konsep jasa, melakukan mobilisasi dan kombinasi bauran pemasaran jasa secara lebih efektif sehingga dicapai hasil optimal. Pandangan kemas depan harus lebih jelas dirumuskan dan dijabarkan kedalam kebijakan Kantor Akuntan HD, sehingga setiap karyawan mengetahui arah perkembangan yang akan dituju.