

Penerapan activity-based costing pada biaya pemasaran : sebuah usulan bagi PT ROI = The implementation of activity-based costing as marketing cost allocation : suggestion for PT ROI

Harianja, Mian Christy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392949&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya Akhir ini membahas pengalokasian kembali biaya pemasaran yang disebut sebagai biaya distribusi menurut aktivitas-aktivitas pada kegiatan distribusi dengan menggunakan sistem Activity-Based Costing. Activity-Based Costing diberlakukan bagi pengalokasian biaya distribusi karena sumber daya yang dipakai untuk mengalokasikan biaya didasarkan pada penggerak biaya (cost driver) yang berbeda-beda. Dengan metode analisis ini, manajemen akan mendapatkan informasi yang lebih akurat bila dibandingkan dengan analisis sederhana pada laporan keuangan karena pengalokasian lebih relevan dengan didasarkan pada aktivitas yang terjadi di lapangan. Hasil penelitian ini menyarankan bahwa Activity-Based Costing perlu untuk diterapkan pada perusahaan yang memiliki biaya tidak langsung (indirect cost) yang cukup besar dan bagi perusahaan yang memiliki varietas produk yang beragam.

The focus of this study is to allocate the distribution cost that widely known as marketing cost regarding to the distribution activities by using Activity-Based Costing. Activity-Based Costing is used as the allocation base because the resource used are driven by unique activities which drives the cost. By using this analysis, top management will get information which held on daily basis in more accurate way. This research suggestion is to use the Activity-Based Costing especially for the Company which had a big proportion of indirect cost compared by the direct cost within company that has product variety that distinguished from one another.