

Evaluasi Pengendalian Biaya dan Penentuan Harga Pada Perusahaan Pemasaran Digital (Studi Kasus di PT BMN) = Evaluation of Cost Control and Pricing in Digital Marketing Companies (a Case Study at PT BMN)

Retno Reno Fati Salam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920548833&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi pengendalian biaya dan penentuan harga dengan menggunakan konsep Target Costing sebagai perbaikan proses penentuan biaya di perusahaan agensi pemasaran digital kreatif. Analisis dokumen dan prosedur wawancara tatap muka semi-terstruktur digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Panduan prinsip Target Costing dan wawancara dilakukan dengan Chief Executive Officer, Chief of Editor, Chief Business Officer, Chief Operation Officer dan dokumen internal PT BMN. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi standar penerapan sistem Target Costing dalam penentuan Cost of Sales, sehingga menjadi alternatif yang lebih efisien dan efektif dalam menentukan biaya layanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktual cost of sales yang selama ini terjadi melebihi ambang batas yang ditetapkan sehingga menjadikan target Gross Profit Margin 60% yang ditetapkan direktur menjadi tidak tercapai. Dengan adanya target costing, dapat melakukan analisis target biaya sehingga selama project berlangsung biaya yang terjadi dapat dikontrol dengan baik. Empat poin rekomendasi ditawarkan dalam penelitian ini yaitu (a) membuat kertas kerja penerapan target costing untuk tiap projectnya, (b) membuat standar ratecard berdasarkan variable output (KPI (#view), KOL, Event) yang sesuai untuk setiap kategori pelayanan jasa, (c) membuat standarisasi konsumsi direct cost pada setiap layanan jasa yang ditawarkan, (d) Memilih alternatif kegiatan yang membutuhkan biaya yang lebih rendah, dan meningkatkan efisiensi kegiatan yang memberikan nilai tambah bagi Perusahaan.

.....This research aims to evaluate of cost control and pricing by using Target Costing concept as an improvement in the cost determination process in creative digital marketing agency companies. Document analysis and semi-structured face-to-face interview procedures were used to achieve the research objectives. Target Costing principle guide and interviews were conducted with the Chief Executive Officer, Chief of Editor, Chief Business Officer, Chief Operation Officer and internal documents of PT BMN. It is hoped that this research can become a standard for implementing the Target Costing system in determining the Cost of Sales, so that it becomes a more efficient and effective alternative in determining service costs. This research concludes that the actual cost of sales that has occurred so far has exceeded the set threshold, making the Gross Profit Margin target of 60% set by the director unattainable. With target costing, you can carry out target cost analysis so that during the project the costs that occur can be controlled properly. Four points of recommendation are offered in this research, namely (a) create a working paper for implementing target costing for each project, (b) create standard rate cards based on output variables (KPI (#view), KOL, Event) that are appropriate for each service category, (c) standardize direct cost consumption for each service offered, (d) Select alternative activities that require lower costs, and increase the efficiency of activities that provide added value for the Company.