

ANALISIS BIAYA PEMASARAN BERDASARKAN JENIS PRODUK PADA PT. ABB VETCO GRAY INDONESIA

Agus Haryanto, Wasi Bagasworo, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : pemasaran

Abstraksi :

Pada saat era produksi saat ini banyak sekali bermunculan berbagai permasalahan yang timbul kepada perusahaan yang berkembang maupun yang sudah maju baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung tentang bagaimana perusahaan tersebut memproduksi barang akan tetapi bagaimana memenangkan persaingan walaupun negara sedang mengalami krisis multidimensi tetapi hal tersebut tidak menyurutkan banyak perusahaan untuk mengembangkan produksinya. Dalam hal ini perusahaan mempertemukan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan pasar guna untuk memuaskan konsumen dan menghasilkan laba yang layak bagi perusahaan, kelangsungan hidup perusahaan tergantung bagaimana perusahaan tersebut dapat memperhatikan kepentingan dan kepuasan pelanggan. Setelah dihitung melalui perhitungan rugi laba dan telah didapat jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 3150, dengan demikian perusahaan telah mendapatkan laba sebesar Rp. 7550 atau sebesar 47%, dengan demikian biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah efektif dan efisien, maka perusahaan dapat meningkatkan jumlah produksi akan produk yang dihasilkan. Daftar Pustaka (1999 2002)