

ABSTRAK

Banyak perubahan yang terjadi pada dunia usaha, diantaranya tampak dari kondisi lingkungan usaha itu sendiri yang semakin kompleks dengan tingkat persaingan yang tinggi. Dari sisi lain, banyaknya masalah yang mungkin terjadi yang juga dapat menghambat kelancaran usaha menambah beban setiap badan usaha untuk mampu bertahan dan bersaing dengan yang lain.

Menghadapai berbagai tantangan tersebut badan usaha dituntut untuk semakin kreatif menemukan dan mengolah sumber daya atau elemen kunci lain yang dapat menjadi andalan badan usaha tersebut. Salah satu yang paling berpengaruh bagi badan usaha adalah pelanggan. Saat ini pelanggan tidak lagi hanya sekedar pembeli atau pihak yang menikmati apa yang ditawarkan oleh badan usaha. Dapat dikatakan bahwa pelanggan sudah menjadi tulang punggung bagi kelangsungan hidup badan usaha. Menyadari hal tersebut banyak badan usaha mulai berfokus pada pemberian layanan yang lebih baik kepada para pelanggannya. Usaha ini cukup berhasil mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap badan usaha. Namun perlu diketahui juga bahwa setiap usaha pelayanan akan terwujud berupa berbagai bentuk aktivitas yang mana pada akhirnya aktivitas ini akan menimbulkan biaya.

Memandang kepada tujuan utama badan usaha yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, maka segala bentuk aktivitas yang menyerap biaya perlu dipertimbangkan terlebih dahulu karena akan berpengaruh pada besarnya keuntungan yang akan diperoleh badan usaha tersebut. Salah satu informasi yang dapat dimanfaatkan terkait dengan pelanggan adalah informasi dari hasil analisis profitabilitas pelanggan.

Analisis profitabilitas pelanggan adalah suatu analisis yang pada akhirnya memberikan gambaran yang sesungguhnya mengenai besarnya kontribusi laba dari setiap pelanggan atau kelompok pelanggan terhadap laba badan usaha. Hal tersebut dapat dicapai dengan menggabungkan informasi pendapatan dengan informasi biaya per pelanggan atau kelompok pelanggan. Konsep ABC yang diterapkan dalam analisis ini adalah untuk pengalokasian seluruh biaya pelanggan guna mencapai hasil yang akurat.

Hasil analisis yang diperoleh setelah melakukan penelitian terhadap PT X diketahui bahwa terdapat tujuh kelompok pelanggan yang memberikan kontribusi tinggi bagi PT X yakni dengan margin laba diatas laba bruto (diatas 5%). Namun terdapat pula empat kelompok pelanggan yang justru memberikan kontribusi negatif atau kerugian terhadap laba PT X yakni berkisar antara 0.49% hingga 1.89%. Hal ini perlu pertimbangan tersendiri karena jumlah pelanggan yang ada pada keempat kelompok pelanggan tersebut adalah yang terbesar dibanding dengan jumlah kelompok pelanggan yang lain.

Pengendalian biaya dengan melakukan pengendalian terhadap aktivitas pelayanan perlu dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan. Dengan demikian pelanggan yang dimiliki badan usaha akan menjadi pelanggan yang tidak hanya sekedar loyal melainkan juga berkontribusi tinggi terhadap laba badan usaha.