

ABSTRAK SKRIPSI

Menjelang abad 21 yang semakin dekat, di mana akan terjadi globalisasi dalam segala bidang dan terjadi perdagangan bebas yang mana dunia perdagangan akan mengabaikan batas antar negara. Sehingga, dengan perdagangan bebas akan mengakibatkan persaingan semakin ketat di antara badan usaha yang sejenis. Oleh karena itu, setiap badan usaha dituntut untuk mengelola usahanya secara efektif dan efisien, serta harus selalu mengikuti perubahan yang terjadi dan berusaha untuk selalu mengevaluasi kinerja yang telah dicapai.

Adanya persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap badan usaha berusaha melayani setiap pelanggannya dengan sebaik-baiknya, dengan harapan para pelanggan dapat menjadi *loyal* kepada badan usaha tersebut. Tetapi, sering badan usaha tidak menyadari bahwa pelayanan yang sebaik mungkin, dapat menciptakan tambahan aktivitas dan biaya, yang sebenarnya tidak diperlukan. Pelanggan dengan jumlah pesanan yang besar belum tentu pelanggan yang menguntungkan, karena biaya untuk melayani pelanggan yang satu berbeda dengan pelanggan lainnya. Oleh karena itu, diperlukan suatu informasi yang akurat tentang berapa besar kontribusi laba yang diberikan oleh masing-masing pelanggan, yang kemudian akan ditindak lanjuti dengan penyusunan strategi penjualan yang berperan penting untuk mencapai tujuan badan usaha, yaitu mencapai keuntungan semaksimal mungkin.

Customer Profitability Analysis dapat membantu setiap badan usaha untuk mengetahui pelanggan mana yang menguntungkan dan pelanggan yang kurang menguntungkan. Semua biaya yang harus dikeluarkan badan usaha untuk melayani pelanggan, harus dikurangkan dari pendapatan yang dihasilkan pelanggan tersebut. Untuk dapat membebaskan biaya ke pelanggan dengan lebih akurat, digunakan metode *Activity based costing*, yang membantu untuk membebaskan biaya ke pelanggan atas dasar sumber daya yang dikonsumsi oleh masing-masing pelanggan. Pertama-tama yang harus diketahui apa saja yang menjadi aktivitas badan usaha tersebut, kemudian dilakukan pengelompokan aktivitas tersebut. Setelah itu, tiap aktivitas dicari *cost drivernya*. Setelah itu, akan dicari *pool ratenya* dengan cara membagi total biaya dengan jumlah pemakaian *cost drivernya* tersebut. Kemudian akan dilakukan pembebanan ke masing-masing pelanggan dengan mengalikan *pool rate* dengan apa yang telah dikonsumsi pelanggan tersebut.

Dalam skripsi ini, *Customer Profitability Analysis* dilakukan pada pelanggan yang berada pada CV "X" yang bergerak dalam industri sepatu dan sandal pria. CV "X" mempunyai tiga pelanggan besar yaitu pelanggan

DPS, WHS dan R dimana masing-masing pelanggan diklasifikasikan menurut karakteristik dan sifat pelanggan tersebut.

Hasil analisis profitabilitas pelanggan yang terdapat pada CV "X" menunjukkan bahwa pelanggan DPS dan WHS merupakan pelanggan yang paling menguntungkan. Kedua pelanggan ini memiliki karakteristik dan aktivitas yang berbeda dalam memberikan keuntungan yang tinggi bagi CV "X". Pelanggan R merupakan pelanggan yang berpotensi untuk ditingkatkan lagi volume penjualannya, karena kontribusi laba yang diberikan oleh pelanggan tidak terlalu besar. Kondisi ini harus dapat diperbaiki oleh badan usaha dengan mengubah strategi penjualan bagi pelanggan yang kurang menguntungkan, agar dapat menjadi pelanggan yang menguntungkan dan memberikan kontribusi laba yang optimal bagi badan usaha.

Dari hasil analisis profitabilitas pelanggan ini diharapkan CV "X" dapat memperoleh informasi yang lebih akurat, sehingga dapat menyusun strategi penjualan yang baik demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh badan usaha.