

ABSTRAK SKRIPSI

Dalam industri mie instant terdapat perkembangan yang mengembirakan. Indonesia menduduki peringkat kedua terbesar dalam lingkup internasional setelah Jepang dalam mengkonsumsi mie instant. Hal ini ditambah lagi dengan perkembangan ekspor mie instant ke negara tetangga yang terus meningkat dan kenyataan bahwa Indonesia pun juga masih mengimpor mie instant dari negara lain merupakan suatu peluang emas bagi badan usaha untuk memperoleh keuntungan besar.

Namun seringkali badan usaha dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki, kurang mengetahui secara pasti pelanggan mana yang menguntungkan dan pelanggan mana yang kurang menguntungkan.

Dilakukannya Analisis Profitabilitas Pelanggan dengan menggunakan data-data dari badan usaha ini bertujuan agar badan usaha dapat lebih mengarahkan kemampuan sumber dayanya yang terbatas pada segmen pelanggan yang lebih menguntungkan, mengubah pelanggan yang kurang menguntungkan menjadi lebih menguntungkan serta dapat mengevaluasi hubungan dengan pelanggan. Analisis ini menyediakan informasi tentang kontribusi masing-masing segmen pelanggan pada total keuntungan badan usaha dengan mengalokasikan pendapatan dan biaya pada tiap segmen pelanggan, sehingga dapat diketahui laba yang diperoleh tiap segmen pelanggan. Agar dapat membebankan biaya-biaya ke pelanggan dengan akurat maka digunakan suatu metode yaitu metode Activity Based Costing (ABC).

ABC membebankan biaya ke pelanggan atas dasar sumber daya yang dikonsumsi oleh masing-masing, tidak bersifat abitrer sehingga informasi yang dihasilkan dari Analisis Profitabilitas Pelanggan menjadi lebih akurat. Hal ini menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen.

Dari hasil analisis yang dilakukan pada masing-masing segmen pelanggan badan usaha jenis grosir ini diperoleh bahwa pelanggan DKI Jakarta dan Jawa tengah menduduki kategori potensial dengan margin laba masing-masing sebesar 15,60 % dan 25,47 %. Sedangkan yang termasuk kategori losses adalah pelanggan DI Yogyakarta dengan margin laba sebesar -3,20 %. Kategori problems ditempati oleh pelanggan Jawa Timur dan Jawa Barat dengan margin laba masing-masing sebesar 11,27 % dan 0,73 %.

Dari hasil ini diharapkan badan usaha dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai pelanggan yang menguntungkan maupun pelanggan yang kurang menguntungkan, agar badan usaha dapat menyusun strategi

penjualannya dengan baik serta untuk mengatur berbagai kebijaksanaannya sehingga pada akhirnya pengendalian biaya badan usaha dapat tercapai.

Hasil dari Analisis Profitabilitas Pelanggan ini dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. Informasi yang disajikan oleh analisis ini dapat membantu manajemen dalam pengambilan putusannya karena kesalahan informasi dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan putusan sehingga akan merugikan badan usaha itu sendiri.