

ABSTRAK SKRIPSI

Menjelang pasar bebas, dimana dunia usaha semakin kompetitif, badan usaha dituntut untuk dapat mengelola usahanya secara efektif dan efisien. Hal ini mendorong untuk dapat meningkatkan penjualan dalam lingkungan yang semakin ketat ini. Tingkat pelayanan kepada pelanggan menjadi suatu unsur penting. Badan usaha menerapkan strategi untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas dan berusaha untuk menekan biayanya dengan mengarahkan distribusi penjualannya pada pelanggan yang menguntungkan.

Tetapi kadang tanpa sadar, untuk memperoleh pelanggan menyebabkan badan usaha berusaha melayani pelanggan sebaik mungkin sehingga tanpa disadari menciptakan tambahan aktifitas 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.

Untuk dapat mengetahui secara pasti mana pelanggan yang menguntungkan dan mana pelanggan yang kurang menguntungkan dapat diperoleh dengan melakukan analisis profitabilitas pada tiap-tiap pelanggan. Semua biaya yang harus dikeluarkan badan usaha untuk melayani pelanggan, harus dikurangkan dari pendapatan yang dihasilkan pelanggan tersebut. Untuk dapat membebankan biaya ke pelanggan dengan lebih akurat, digunakan metode *Activity Based Costing*.

Activity Based Costing membebankan biaya ke pelanggan atas dasar sumber daya yang dikonsumsi oleh masing-masing pelanggan, bukan bersifat arbitrer sehingga informasi yang dihasilkan dari analisis profitabilitas pelanggan menjadi lebih akurat. Hal ini menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dalam pengambilan putusan pihak manajemen.

Dalam skripsi ini analisis profitabilitas pelanggan dilakukan pada pelanggan CV "X" yang bergerak di bidang vulkanisir ban dan mempunyai enam pelanggan besar yang tersebar ke berbagai daerah dan mempunyai pangsa pasar yang berbeda pula.

Hasil analisis profitabilitas pelanggan yang dihasilkan terhadap pelanggan CV "X" menunjukkan bahwa pelanggan C yang berada di Semarang dan pelanggan F yang berada di Denpasar merupakan pelanggan yang paling yang sangat menguntungkan. Kedua pelanggan ini memiliki karakteristik dan aktivitas yang berbeda dalam memberikan keuntungan yang tinggi bagi CV "X". Pelanggan D yang berada di Bekasi merupakan pelanggan yang paling tidak

tinggi bagi CV “X”. Pelanggan D yang berada di Bekasi merupakan pelanggan yang paling tidak menguntungkan bagi CV “X”.

Dari hasil ini diharapkan CV “X” dapat memperoleh informasi yang lebih akurat, sehingga dapat menyusun strategi yang baik demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

