

ABSTRAK

Pada dewasa ini persaingan dunia usaha semakin ketat khususnya perdagangan karung plastik. PT.Soloroda Indah Plastik menerapkan strategi pemasaran secara konvensional dengan berusaha menjual produk sebanyak mungkin, memperluas wilayah pemasaran sebanyak mungkin tetapi kurang memperhatikan besarnya biaya yang harus ditanggung perusahaan dalam melayani pelanggan. Akibat dari strategi pemasaran ini perusahaan tidak berhasil memperoleh keuntungan yang maksimal karena masing-masing pelanggan menyerap dana pelayanan yang tidak sama bahkan tidak proporsional dibanding dengan jumlah pembelian maupun laba kotor yang diperoleh perusahaan. Tanpa disadari keuntungan cukup banyak yang didapat dari pelanggan dalam satu wilayah pemasaran diserap atau dihabiskan sebagai biaya pelayanan oleh pelanggan di wilayah pemasaran lainnya yang kurang menguntungkan.

Customer Profitability Analysis disini dapat digunakan untuk membantu pihak manajemen perusahaan didalam mengukur biaya pelayanan untuk masing-masing pelanggan, sehingga dapat dihasilkan informasi akuntansi manajemen yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan perencanaan strategik. Dimana dengan menggunakan analisis ini kontribusi laba dari masing-masing pelanggan terhadap total laba perusahaan dapat diketahui pelanggan mana memberikan kontribusi laba kepada perusahaan dan besarnya kontribusi laba yang diberikan masing-masing pelanggan. Dalam mengaplikasikan analisis ini maka digunakan metode *Activity Based Costing* untuk menghitung biaya pelayanan kepada pelanggan agar pengalokasian biaya pelayanan kepada masing-masing pelanggan menjadi wajar atau mendekati dengan yang sebenarnya terdapat dilapangan. Maka dari hasil analisis ini dapat diketahui mana pelanggan yang menguntungkan dan mana yang tidak menguntungkan. Sehingga pihak perusahaan juga dapat mengambil kebijakan untuk mendorong pelanggan yang tidak menguntungkan menjadi menguntungkan.

Dari hasil penelitian ini dapat dibuktikan dengan menggunakan pemetaan pelanggan, dimana pelanggan dibagi kedalam beberapa kuadran dalam analisis *Types of Customer* dan *Decision Grid Analysis* sehingga dapat diketahui pelanggan mana yang sebenarnya menguntungkan perusahaan dan mana yang kurang menguntungkan bahkan apabila diteruskan berpotensi besar merugikan perusahaan. Manajemen PT.Soloroda Indah Plastik dapat menggunakan *Profitability Analysis* ini sebagai cara untuk memilih pelanggan yang menguntungkan, menghemat biaya pelayanan, dan pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan.