

## ABSTRAK SKRIPSI

Dalam dunia usaha yang bersaing dewasa ini, badan usaha dituntut untuk mengetahui kondisi pasar, saluran distribusi serta produk yang menguntungkan. Banyaknya permintaan dan pelayanan yang diberikan badan usaha kepada pelanggan, menyebabkan seringnya terjadi kesalahan di dalam perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh badan usaha tersebut. Hal ini mengakibatkan informasi yang diberikan kepada badan usaha menjadi tidak akurat. Dengan timbulnya keadaan ini menuntut perhatian badan usaha untuk semakin meningkatkan keakuratan biaya-biaya yang dikeluarkan dengan jalan menerapkan metode *Activity Based Costing*, di mana biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melayani para pelanggan dibebankan berdasarkan aktivitas atau kegiatan yang diperlukan untuk melayani pelanggan tersebut.

Dengan demikian akan diperoleh suatu gambaran yang jelas mengenai pelanggan-pelanggan mana yang menguntungkan bagi badan usaha dan pelanggan-pelanggan mana yang tidak menguntungkan bagi badan usaha.

Hasil dari penerapan *Customer Driven Cost* dalam konsep *Activity Based Costing* menunjukkan pelanggan Jember dan Banyuwangi adalah pelanggan yang kurang menguntungkan karena mengkonsumsi biaya pelayanan yang terbesar. Sebaliknya, pelanggan Denpasar merupakan pelanggan yang paling menguntungkan karena selain volume penjualannya besar, biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar.

Dari hasil pembahasan ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen badan usaha untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat sehingga dapat menyusun strategi penjualannya di masa yang akan datang sehingga pada akhirnya pengendalian biaya dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.