

## ABSTRAK

Adanya paket deregulasi mendorong penerapan strategi-strategi yang dapat menempatkan badan usaha pada posisi yang kompetitif dan mampu mencapai sasaran atau tujuan yang ditetapkan. Tantangan yang dihadapi oleh para distributor terutama distributor obat-obatan semakin berat sehingga memerlukan informasi yang akurat agar dapat mengetahui potensi yang dimiliki oleh masing-masing pelanggan. Sumber daya yang dimiliki oleh badan usaha harus digunakan secara efektif yang berarti menuntut badan usaha untuk lebih mengarahkan usaha-usaha penjualannya ke pelanggan-pelanggan yang menguntungkan serta berusaha mengubah pelanggan-pelanggan yang kurang menguntungkan menjadi pelanggan-pelanggan yang menguntungkan melalui tindakan-tindakan dalam hal harga, pengenalan keistimewaan produk baru, perbaikan hubungan dengan pelanggan. Untuk dapat membebankan biaya-biaya ke pelanggan dengan akurat, digunakan metode *Activity Based Costing*.

Ruang lingkup pembahasan dalam skripsi ini meliputi kelompok pelanggan Kota Surabaya, Malang dan Tulungagung. Pelanggan yang ada dikelompokkan menurut jenisnya dan pada masing-masing kelompok diterapkan analisis profitabilitas. Hasil dari analisis profitabilitas pelanggan yang dilakukan diperoleh informasi mengenai margin laba tiap-tiap kelompok pelanggan yang menunjukkan adanya penyebaran laba yang luas dimana untuk Kota Surabaya penyebarannya -9,73% sampai 10,81% dengan kelompok pelanggan yang paling menguntungkan adalah Toko Obat (10,81%) dan kelompok Veteriner (-9,73%) yang merupakan pelanggan yang paling tidak menguntungkan. Untuk Kota Malang penyebarannya -2,58% sampai 4,08% dengan kelompok pelanggan jenis Apotik (4,08%) yang paling menguntungkan dan kelompok pelanggan Veteriner (-2,58%) yang paling tidak menguntungkan. Untuk kota Tulungagung semua pelanggannya menguntungkan dengan penyebaran laba antara 3,41% sampai 13,36%. Grosir merupakan kelompok pelanggan yang paling menguntungkan dengan margin laba yang tertinggi yaitu 13,36%, diikuti pelanggan TO (12,85%), Peternak (5,04%) dan kelompok pelanggan terakhir Apotik dengan margin laba 3,41%.

*Decision Grid Analysis* dan *Cumulative Outlet Contribution Analysis* digunakan untuk membantu pemahaman hasil analisis profitabilitas pelanggan. *Decision Grid Analysis* menunjukkan posisi masing-masing kelom-

pok pelanggan pada 4 kategori berdasarkan 2 faktor, yaitu margin laba dan volume penjualan netto. Sedangkan *Cumulative Outlet Contribution Analysis* memberikan gambaran tentang variasi perolehan margin laba masing-masing kelompok pelanggan dari yang tertinggi hingga yang terendah.

Dari hasil analisis ini diharapkan dapat membantu badan usaha dalam menyusun strategi penjualan dengan lebih baik.

