

ABSTRAK

Pada saat ini dunia usaha mengalami persaingan sangat pesat termasuk semakin kompleksnya berbagai persoalan dalam pengelolaan badan usaha. Adanya persaingan global dan fokus pada peningkatan stabilitas ekonomi, badan usaha hanya melihat pada keuntungan badan usaha yang dapat dilihat dari profitabilitas *customernya*. Untuk itu badan usaha perlu mengetahui siapa saja *customer* yang menguntungkan dan merugikan badan usaha agar dapat merancang strategi yang lebih tepat. Salah satu strateginya yaitu mengelola *customernya* yang beraneka ragam itu. Mengelola *customer* yang beraneka ragam dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan *customernya* sesuai dengan karakteristik jenisnya, wilayah geografis, dsb. Pengelompokan *customer* ini bertujuan agar badan usaha dapat menghitung berapa besar pendapatan yang diperoleh dari masing-masing *customer* beserta biaya yang ditanggungnya untuk melayani *customer* tersebut. Sehingga laba dari masing-masing *customer* dapat terlihat. Teknik yang digunakan untuk menghitung tersebut yaitu *customer profitability analysis*. Dari hasil perhitungan *customer profitability analysis*, manajemen dapat mengambil kebijakan strategis bagi badan usaha untuk jangka panjang. Salah satu contohnya badan usaha dapat mempertimbangkan *customer* yang tidak menguntungkan badan usaha itu apakah tetap dipertahankan atau dieliminasi dari daftar *customer*. Apabila tetap dipertahankan tindakan apa yang harus diambil manajemen agar laba dari *customer* ini meningkat. Contohnya pada Auto2000 cabang Kenjeran ini, manajemen berusaha meningkatkan pendapatan dari *customer C* (*customer level corporat* jenis kendaraan sedan) dengan cara lebih gencar dalam memasang iklan pada media cetak maupun elektronik. Selain itu badan usaha pun berkesempatan untuk meningkatkan *customer life time value* yakni bagaimana mempertahankan *customer* badan usaha dan tidak mudah bagi mereka untuk melompat ke kompetitor badan usaha. Selanjutnya, setelah mereka menjadi *customer* yang loyal, nilai apa yang bisa ditingkatkan lebih baik lagi dari *customer* badan usaha. Atau layanan-layanan apa yang dibutuhkan *customer* badan usaha yang bisa ditingkatkan, yang pada akhirnya juga akan meningkatkan pendapatan badan usaha.