

ABSTRAK SKRIPSI

Dalam era globalisasi ini, semakin banyak perusahaan-perusahaan yang berusaha untuk menjadi dominan dalam segmen pasarnya. Hal ini dikarenakan persaingan antara perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sejenis semakin ketat. Agar dapat menjadi dominan dalam segmen pasarnya, perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin.

Pelanggan merupakan salah satu bagian yang terpenting dari setiap badan usaha. Tanpa adanya pelanggan, badan usaha tidak dapat tetap hidup apalagi berkembang, karena pelangganlah yang menggunakan output yang dihasilkan oleh badan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pelanggan tersebut kemudian memberikan imbalan kepada badan usaha berupa pendapatan bagi badan usaha tersebut.

Suatu badan usaha pastilah mempunyai aktivitas yang digunakan untuk melayani pelanggannya. Aktivitas untuk melayani pelanggan tersebut pastilah membutuhkan biaya, entah itu sedikit ataupun banyak. Biaya-biaya tersebut harus dibebankan kepada pelanggan selain biaya produk sendiri.

Badan usaha "X" adalah perusahaan yang bergerak di bidang saos rokok. Badan usaha "X" merupakan *agency* dari *T.Hasigawa CO.,LTD* di Tokyo di Jepang yang memproduksi ekstrak *flavor*. Badan usaha "X" mendatangkan ekstrak *flavor* tersebut dari Jepang untuk kemudian diracik menjadi saos rokok.

Selama ini badan usaha "X" mengalami kesulitan dalam menentukan kontribusi pelanggannya. Selain itu badan usaha "X" juga tidak dapat mengetahui dengan pasti segmen pasarnya. Hal ini mengakibatkan badan usaha tidak dapat memutuskan pelanggan mana yang seharusnya mendapatkan pelayanan yang lebih dan pada segmen pasar yang mana mereka dapat meningkatkan laba badan usaha.

Analisis teori yang dijadikan dasar acuan untuk menganalisis perhitungan adalah *customer profitability analysis* yang dalam perhitungannya menggunakan metode *activity based costing*.

Customer Profitability Analysis merupakan suatu metode akuntansi yang memberikan informasi mengenai margin laba yang diberikan oleh tiap segmen pelanggan yang dimiliki oleh badan usaha "X". *Customer Profitability Analysis* merupakan *Activity Based Costing* yang diterapkan untuk memfokuskan perhatian perusahaan pada biaya untuk melayani tiap pelanggan terhadap laba kotor yang mereka hasilkan sehingga perusahaan bisa lebih efisien.

Informasi yang didapat dari analisis profitabilitas pelanggan ini dapat membantu bagi manajemen badan usaha “X” untuk dapat menentukan prioritas pelanggannya. Dengan demikian badan usaha “X” dapat memberikan pelayanan lebih kepada pelanggan yang diprioritaskan, sehingga laba yang diperoleh badan usaha dapat lebih ditingkatkan lagi.

Dengan pembahasan skripsi ini, diharapkan agar badan usaha “X” dapat menerapkan *Customer Profitability Analyis* dalam menentukan prioritas pelanggannya sehingga badan usaha “X” dapat meningkatkan pelayanannya pada pelanggan dan memperoleh laba yang lebih besar dari segmen pasar yang potensial.

