

**ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DALAM UPAYA
MENENTUKAN TINDAKAN YANG TEPAT KEPADA
KELOMPOK PELANGGAN (STUDI KASUS UD. NTL)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh:
Gideon Kristoporus
2011130189**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**CUSTOMERS PROFITABILITY ANALYSIS IN DETERMINING
THE RIGHT ACTIONS FOR EACH CUSTOMER GROUP
(CASE STUDY UD. NTL)**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

**By
Gideon Kristoporus
2011130189**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DALAM UPAYA
MENENTUKAN TINDAKAN YANG TEPAT KEPADA
KELOMPOK PELANGGAN (STUDI KASUS UD. NTL)**

Oleh:
Gideon Kristoporus
2011130189

Bandung, Juli 2018

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Gery Raphael Lusanjaya".

Gery Raphael Lusanjaya, S.E.,M.T.

Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Atty Yuniawati".

Atty Yuniawati, SE.,MBA.,CMA

Ko-pembimbing Skripsi,

[Nama Ko-pembimbing]

PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Gideon Kristoporus
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 10 Desember 1992
NPM : 2011130189
Program Studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

**ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DALAM UPAYA MENENTUKAN
TINDAKAN YANG TEPAT KEPADA KELOMPOK PELANGGAN (STUDI KASUS
UD. NTL)**

dengan,

Pembimbing : Atty Yuniawati, SE.,MBA.,CMA.

SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dengan kehilangan hak keserjanaan.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 ayat (2) UU. No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi, sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 11 Juli 2018
Pembuat pernyataan : Gideon Kristoporus



(Gideon Kristoporus)

ABSTRAK

Kondisi perekonomian yang semakin berkembang dan kompetitif membuat para pelaku usaha di Indonesia berusaha untuk mampu bersaing dan mempertahankan pelanggan tetap mereka.. Pelanggan tetap menjadi penting bagi seluruh perusahaan karena memberikan pendapatan yang berkelanjutan. Karakteristik pelanggan yang berbeda-beda serta keinginan yang selalu berubah-ubah membuat pelanggan menjadi faktor penting bagi perusahaan. Hal ini tidak terlepas dari tindakan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Pada penelitian ini, peneliti memilih UD. NTL sebagai bahan penelitian karena memiliki pelanggan dengan karakteristik yang berbeda. Tindakan UD. NTL kepada pelanggan hanya didasari oleh karakteristik pelanggan tanpa melakukan perhitungan profitabilitas pelanggan.

Peneliti melakukan perhitungan biaya pelanggan dengan menggunakan sistem *Activity Based Costing*. Pada sistem ini biaya dibagi menjadi dua kelompok yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung dapat ditelusuri secara ekonomis karena besarnya biaya langsung sesuai dengan sumber daya yang dikonsumsi oleh pelanggan. Biaya tidak langsung dapat dibebankan kepada pelanggan melalui beberapa tahap yaitu membebankan biaya tidak langsung pada setiap aktivitas yang ada berdasarkan hierarki dan pemacu biaya yang terjadi. Setelah mengetahui biaya aktivitas yang terjadi maka tahap selanjutnya yaitu membebankan biaya aktivitas kepada pelanggan berdasarkan tarif pemacu biaya. Kemudian, setelah seluruh tahapan *Activity Based Costing* dilakukan maka proses berikutnya yaitu menghitung profitabilitas pelanggan. Analisis profitabilitas pelanggan dilakukan dengan mempertimbangkan laba per kelompok pelanggan, *return on sales*, *whale curve – rule of 80/20*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian secara analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara, dan observasi. Wawancara dilakukan kepada manajer operasional UD. NTL. Observasi dilakukan terkait kondisi perusahaan, proses produksi, jumlah pekerja, jenis-jenis bahan baku, jenis-jenis bahan baku siap pakai, jenis-jenis barang jadi baik antiseptik maupun sabun.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu kelompok Pelanggan A dan Pelanggan C memberikan kontribusi pendapatan dan laba yang jauh lebih besar dibandingkan kelompok pelanggan lainnya. Meskipun total biaya kelompok Pelanggan Utama lebih besar dibandingkan Pelanggan Khusus, tetapi laba atas penjualan yang diperoleh dari Pelanggan Utama juga lebih besar dibandingkan Pelanggan Khusus. Karakteristik Pelanggan Khusus menimbulkan besarnya biaya aktivitas melakukan pengemasan produk lebih besar dari pada Pelanggan Utama. Tindakan perusahaan dengan membebankan biaya angkutan barang kepada Pelanggan C dinilai telah tepat. Tindakan yang perlu dilakukan kepada setiap kelompok pelanggan kedepannya yaitu mengubah sistem penagihan melalui telepon, memberikan diskon dengan syarat tertentu untuk meningkatkan penjualan, dan mempertahankan kualitas produk standard guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Melalui analisis laba dan biaya per pelanggan maka UD. NTL dapat mengetahui ketepatan tindakan kepada pelanggan selama ini. Analisis profitabilitas pelanggan membantu UD. NTL dalam mengevaluasi tindakan yang selama ini dilakukan serta menentukan tindakan yang lebih tepat di masa yang akan datang.

Kata kunci : Analisis, Profitabilitas, Pelanggan, Tindakan

ABSTRACT

The competitive and growing economic condition make Indonesian businessmen strive to compete and retain their regular customers. Customers remain important for the entire company as they provide sustainable income. Different customer characteristics and ever-changing desires make the customers an important factor for the company. This is inseparable from the actions the company provides to its customers. In this study, researcher chose UD. NTL as a research unit because it has customers with different characteristics. So far UD. NTL's actions for each of its customer groups has been based on customer characteristics without calculating customer profitability.

Researcher conducted customer cost calculation by using Activity Based Costing system. In this system the costs are divided into two groups namely direct costs and indirect costs. Direct costs can be traced economically because of the large direct costs in accordance with the resources consumed by customers. Indirect costs can be charged to customers through several stages of imposing indirect costs on each activity that exist based on hierarchy and cost drivers that occur. After knowing the cost of activities that occur then the next stage is to charge activity costs to customers based on cost drivers. Then, after all stages of Activity Based Costing is done then the next process is calculating customer profitability. Customer profitability analysis has been done by considering profit per customer group, return on sales, and whale curve - rule of 80/20.

This research was conducted by using descriptive analysis method. Data collection techniques in this study were conducted through interviews and observation. Interview conducted to UD. NTL operational manager. Observation was done related to company condition, production process, number of workers, types of raw materials, types of work in process inventories, and types of finished goods either antiseptics or soaps.

The results obtained in this study are the group of Pelanggan A and Pelanggan C contribute income and profit much larger than other customer groups. Although the total cost of the Pelanggan Utama groups is larger than Pelanggan Khusus groups, but the return on sales earned from Pelanggan Utama is also greater than for Pelanggan Khusus. Characteristics of Pelanggan Khusus result in a higher cost of carrying out the product packing activity than the Pelanggan Utama. The company's action by charging the cost of transporting goods to Pelanggan C is judged to be appropriate. Actions that need to be made to each customer group in the future are to change the billing system over the phone and payment by transferring to company's account, give discounts with certain conditions to increase sales, and maintain the standard product quality in order to maintaining customer's loyalty. Through profit and cost analysis per customer then UD. NTL can know the appropriateness of actions given to customers so far. Customer profitability analysis helps UD. NTL in evaluating the actions that have been done and determine the more appropriate actions in the future.

Key words : analysis, profitability, customer, action

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih peneliti persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat pertolongan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi yang berjudul **“Analisis profitabilitas pelanggan dalam upaya menentukan tindakan yang tepat kepada kelompok pelanggan (studi kasus UD. NTL)”** ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menempuh pendidikan Sarjana Ekonomi.

Penulisan skripsi ini bukanlah tanpa tantangan dan rintangan. Beberapa rintangan yang dihadapi adalah pengumpulan data, landasan teori pembahasan, serta konsistensi dalam pengerjaan skripsi ini. Namun terdapat beberapa bantuan secara materi, emosi, dan spiritual yang peneliti dapatkan dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih atas kehidupan, kesehatan, hikmat, yang telah diberikan serta pertolongan yang tiada hentinya penulis rasakan.
2. Papa yang telah memberikan semangat dan motifasi serta dukungan materi.
3. Mama yang telah melahirkan dan berjuang mendidik peneliti agar menjadi pribadi yang rendah hati dan sabar menghadapi tantangan dan rintangan.
4. Kakak yang telah memberikan dukungan dan masukan yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dosen pembimbing, Ibu Atty Yuniawati, SE.,MBA.,CMA. yang dengan penuh kesabaran, perhatian, dan teguran yang membangun dalam membantu menyelesaikan skripsi.
6. Manajer Operasional UD. NTL yang telah mendukung dan menyediakan data-data yang dibutuhkan dalam pembuatan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen penguji skripsi yang telah memberikan waktu, pertanyaan, dan saran yang membangun.
8. Teman-teman kuliah yang membantu dan menyemangati, Immanuel Halim, Jan Kurniawan, Timothy D, dan lainnya.

9. Teman-teman ibadah yang membantu dan menyemangati, Denal Sutanto, Yudhi, Daniel Gatot, dan lainnya.

10. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi UNPAR.

Pada akhirnya, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu peneliti untuk menyelesaikan karya ini. Semoga skripsi ini dapat menambah referensi mahasiswa-mahasiswi lain dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.

Bandung, 11 Juli 2018

Gideon Kristoporus

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	2
1.4 Kerangka Pemikiran	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pelanggan	6
2.1.1 Pengertian Pelanggan	6
2.1.2 Karakteristik Pelanggan	6
2.2 Pendapatan	7
2.2.1 Pengertian Profitabilitas Pelanggan	7
2.2.2 Manfaat Analisis Profitabilitas Pelanggan	8
2.2.3 Langkah-langkah Menganalisis Profitabilitas Pelanggan	8
2.2.4 Kelemahan Analisis Profitabilitas Pelanggan	9
2.3 Biaya	9
2.3.1 Pengertian Biaya	9
2.3.2 Klasifikasi Biaya	10

2.3.3	Perlakuan Pencatatan Biaya	12
2.3.4	Pengertian Customer Cost Hierarchy.....	12
2.4	Sistem Activity Based Costing.....	13
2.4.1	Model Sistem Activity-Based Costing.....	15
2.4.2	Hierarki Biaya	15
2.4.3	Kategori Pemacu Biaya.....	16
2.4.4	Langkah-Langkah dalam Membuat Sistem ABC	17
2.4.5	Keuntungan Penggunaan Sistem Activity Based Costing	18
2.4.6	Kekurangan Penggunaan Sistem Activity Based Costing	19
2.5	Whale Curve.....	19
2.6	Return On Sales.....	20
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN		21
3.1	Metode Penelitian.....	21
3.1.1	Metode yang Digunakan	21
3.1.2	Sumber Data.....	21
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.1.4	Langkah-Langkah Penelitian	23
3.2	Objek Penelitian	24
3.2.1	Sejarah Singkat UD. NTL.....	24
3.2.2	Struktur Organisasi	26
3.2.3	Deskripsi Pekerjaan	26
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Kelompok Pelanggan UD. NTL.....	28
4.2	Biaya-Biaya yang terjadi di UD. NTL	31
4.2.1	Pengelompokan Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung.....	37

4.2.2	Biaya Langsung Kelompok Pelanggan Utama dan Pelanggan Khusus yang terjadi di UD. NTL	38
4.2.3	Biaya Tidak Langsung Kelompok Pelanggan Utama dan Pelanggan Khusus UD. NTL	40
4.3	Aktivitas yang ada di UD. NTL	42
4.3.1	Pembebanan Biaya Tidak Langsung ke dalam Aktivitas	45
4.4	Pembebanan Biaya Aktivitas ke Pelanggan	66
4.4.1	Menentukan Tarif Pemacu biaya Aktivitas	66
4.4.2	Pembebanan Biaya Aktivitas kepada Pelanggan	74
4.5	Laba Penjualan dan Laba dari setiap Kelompok Pelanggan UD. NTL tahun 2016	80
4.6	Perhitungan Laba Penjualan untuk setiap Kelompok Pelanggan UD. NTL tahun 2016	80
4.7	Analisi Laba setiap Kelompok Pelanggan	81
4.8	Peran Analisis Profitabilitas Pelanggan terhadap Tindakan Kepada Pelanggan	88
BAB 5 KESIMPULAN & SARAN		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENELITI

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Pengelompokan Pelanggan UD. NTL Beserta Penjualan Tahun 2016.....	30
Tabel 4.2. Detail Biaya Depresiasi Alat.....	37
Tabel 4.3. Pengelompokan Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung	38
Tabel 4.4. Biaya Langsung Kelompok Pelanggan Utama dan Pelanggan Khusus UD. NTL Tahun 2016 (dalam rupiah)	40
Tabel 4.5. Tabel Aktivitas.....	45
Tabel 4.6. Alokasi Biaya Upah Karyawan 1 kepada Aktivitas.....	46
Tabel 4.7. Alokasi Biaya Upah Karyawan 2 kepada Aktivitas.....	48
Tabel 4.8. Alokasi Biaya Gaji Manajer Operasional kepada Aktivitas	50
Tabel 4.9. Alokasi Biaya Gaji Bagian Keuangan kepada Aktivitas	52
Tabel 4.10. Konsumsi Listrik setiap Peralatan	53
Tabel 4.11. Alokasi Biaya Listrik kepada Aktivitas	53
Tabel 4.12. Alokasi Biaya Telepon kepada Aktivitas.....	55
Tabel 4.13. Alokasi Biaya Transportasi kepada Aktivitas.....	56
Tabel 4.14. Alokasi Biaya Alat Tulis Kantor kepada Aktivitas.....	57
Tabel 4.15. Alokasi Biaya Kebutuhan Lain-Lain kepada Aktivitas	58
Tabel 4.16. Alokasi Biaya Air kepada Aktivitas	59
Tabel 4.17. Alokasi Biaya Depresiasi Bangunan kepada Aktivitas.....	60
Tabel 4.18. Alokasi Biaya Depresiasi Kendaraan Roda 4 kepada Aktivitas	61
Tabel 4.19. Alokasi Biaya Depresiasi Kendaraan Roda 2 kepada Aktivitas	62
Tabel 4.20. Alokasi Biaya Depresiasi Alat kepada Aktivitas	63
Tabel 4.21. Pembebanan Biaya Tidak Langsung kepada Setiap Aktivitas(dalam rupiah).....	65
Tabel 4.22. Biaya Aktivitas yang Terjadi Pada Tahun 2016	66
Tabel 4.23. Tarif Pemacu Biaya Aktivitas	73
Tabel 4.24. <i>Level of Activity</i>	73
Tabel 4.25. Penggunaan Aktivitas Oleh Setiap Kelompok Pelanggan	74
Tabel 4.26. Pembebanan Biaya Aktivitas kepada Kelompok Pelanggan	77
Tabel 4.27. Perhitungan Laba per Kelompok Pelanggan UD. NTL Tahun 2016(dalam rupiah)	81

Tabel 4.28. Analisis Whale Curve	84
Tabel 4.29. Perhitungan Return On Sales (dalam rupiah)	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Biaya untuk Melayaninya	7
Gambar 2.2. Model sistem <i>Activity-Based Cost</i>	15
Gambar 2.3. Whale Curve.....	20
Gambar 3.1. Bagan Struktur Organisasi UD. NTL	26
Gambar 4.1. Bagan Activity Based Costing	78
Gambar 4.2. Grafik Whale Curve Kelompok Pelanggan.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Data Pelanggan UD. NTL Tahun 2016
- Lampiran 2. Komponen Biaya UD. NTL
- Lampiran 3. Pemacu Biaya Aktivitas Kelompok Pelanggan Utama
- Lampiran 4. Pemacu Biaya Aktivitas Kelompok Pelanggan Khusus
- Lampiran 5. Pengelompokan Pelanggan Menurut Peneliti

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian dan usaha dewasa ini semakin berkembang dan kompetitif. Hal ini didukung dengan dibukanya ekonomi ASEAN yang menyebabkan transaksi barang maupun jasa antar sesama negara ASEAN menjadi lebih mudah. Para pelaku usaha di Indonesia berusaha untuk mampu bersaing dan mempertahankan pelanggan tetap mereka.

Karakteristik pelanggan yang berbeda-beda serta keinginan yang selalu berubah-ubah membuat pelanggan menjadi faktor penting bagi perusahaan. Pelanggan tetap menjadi penting bagi seluruh perusahaan karena memberikan pendapatan yang berkelanjutan dari pelanggan tersebut. Hal ini tidak terlepas dari tindakan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Tindakan yang dilakukan perusahaan berdampak pada meningkat atau menurunnya pendapatan, biaya, dan profit dari tiap pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti memilih UD NTL sebagai bahan penelitian karena selain memiliki pelanggan dengan karakteristik yang berbeda, UD. NTL juga bergerak pada industri manufaktur yang berkaitan dengan *consumer goods*. Produk *consumer goods* merupakan barang yang dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya untuk kehidupan sehari-hari. Produk *consumer goods* yang diproduksi oleh UD. NTL merupakan produk pembersih dan antiseptik. Kegiatan produksi UD. NTL dilakukan berdasarkan pesanan yang terjadi atau biasa disebut *just-in-time*.

UD. NTL memiliki sekitar 20 pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara rutin, 45 pelanggan yang terdaftar, dan sebanyak 30 pelanggan lainnya yang membeli produk UD. NTL pada tahun 2016. Dua puluh pelanggan tetap itu dapat dibagi ke dalam dua karakteristik pelanggan yaitu pelanggan utama dan pelanggan khusus. Perbedaan karakteristik pelanggan tersebut membuat manajer UD. NTL membuat kebijakan yang berbeda terhadap pelanggan. Karakteristik tersebut berhubungan dengan karakter pelanggan yang membuat perusahaan memberikan tindakan seperti kesepakatan dalam pembayaran, ketentuan dalam pemesanan,

menentukan kualitas produk, dan syarat dalam pengiriman barang. Maka dari itu, diperlukan dasar analisis yang tepat untuk membuat suatu tindakan kepada pelanggan.

Analisis profitabilitas pelanggan untuk memberikan tindakan yang tepat menjadi fokus utama peneliti. Oleh sebab itu untuk membantu manager UD. NTL untuk dapat bersaing dan mempertahankan pelanggan tetap, maka peneliti membuat suatu penelitian dengan judul “Analisis profitabilitas pelanggan dalam upaya menentukan tindakan yang tepat kepada kelompok pelanggan (studi kasus UD. NTL)”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Faktor-faktor yang biasanya menjadi fokus utama perusahaan dalam mempertahankan pelanggan lama dengan tindakan yang diberikan antara lain yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pelanggan tersebut, sumber daya yang dimiliki, dan kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh dan peran pelanggan yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya untuk memperoleh laba atau *profit* yang diinginkan.

1. Bagaimana UD. NTL menentukan tindakan kepada pelanggan selama ini?
2. Bagaimana perlakuan pembebanan biaya dan pendapatan yang dilakukan UD. NTL selama ini?
3. Bagaimana penerapan *Activity Based Costing* dalam perhitungan profitabilitas pelanggan di UD. NTL?
4. Bagaimana analisis profitabilitas pelanggan menggunakan *Activity Based Costing* dengan kondisi karakteristik pelanggan yang berbeda dapat memberikan kontribusi dalam menetapkan tindakan yang tepat bagi setiap pelanggan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak UD.NTL, serta pihak akademisi dalam menghubungkan kondisi yang ada dengan menggunakan teori yang ada di dalam buku perkuliahan untuk mencari solusi yang tepat menyelesaikan permasalahan yang ada. Ada pun tujuan dan kegunaannya sebagai berikut:

1. Mengetahui cara UD. NTL menentukan tindakan kepada pelanggan selama ini.
2. Mengetahui perlakuan pembebanan biaya dan pendapatan yang dilakukan UD. NTL selama ini.
3. Mengetahui penerapan *Activity Based Costing* dalam perhitungan profitabilitas pelanggan di UD. NTL.
4. Mengetahui analisis profitabilitas pelanggan menggunakan *Activity Based Costing* dengan kondisi karakteristik pelanggan yang berbeda dapat memberikan kontribusi dalam menetapkan tindakan yang tepat bagi setiap pelanggan.

1.4 Kerangka Pemikiran

Pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Setiap pelanggan memiliki karakteristik atau tipe yang berbeda-beda dalam memesan produk. Ada pelanggan yang memerlukan pelayanan khusus, tetapi ada juga pelanggan yang tidak memerlukan pelayanan tambahan. Karakteristik tersebut sering kali tidak diperhitungkan dalam perhitungan biaya pelanggan oleh pihak manajer. Pemberian pelayanan yang berbeda menimbulkan biaya yang berbeda-beda dari setiap pelanggan dan berdampak pada laba yang didapat dari masing-masing pelanggan. Hal ini menyebabkan perusahaan harus cermat dalam memberikan tindakan kepada pelanggan. Jika pelanggan yang akan diteliti berjumlah banyak maka perlu adanya pengelompokan pelanggan ke dalam kelompok pelanggan yang memiliki karakter yang sama. Pengelompokan didasari oleh karakter pelanggan yang berpotensi timbulnya biaya tambahan yang berbeda dengan kelompok pelanggan lain. Setelah melakukan pengelompokan karakter pelanggan maka proses selanjutnya yaitu melakukan mengumpulkan informasi mengenai pendapatan, biaya dari perusahaan dalam kurun waktu tertentu untuk dianalisis. Pada penelitian ini, penulis menggunakan pembebanan biaya berdasarkan aktivitas yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan mengenai tindakan yang tepat bagi pelanggan.

Analisis profitabilitas pelanggan dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti melakukan analisis pendapatan melalui penjualan kepada pelanggan karena harga jual yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan tidak

seluruhnya sama untuk produk yang sama. Ada kebijakan dari perusahaan yang membuat harga jual menjadi berbeda seperti harga khusus kepada pelanggan khusus. Hal ini yang mempengaruhi pendapatan yang didapat dari pelanggan

Kedua, penelitian mengenai biaya juga diperlukan mulai dari identifikasi biaya, kelompok biaya, pembebanan biaya tidak langsung kepada setiap aktivitas, biaya aktivitas yang terjadi, dan perhitungan tarif biaya aktivitas yang ditimbulkan oleh pelanggan. Kelompok biaya dibagi menjadi dua yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung dan biaya tidak langsung dihitung menggunakan perhitungan biaya berdasarkan aktivitas atau *Activity Based Costing*. *Activity Based Costing* ini mengalokasikan biaya tidak langsung kepada pelanggan berdasarkan aktivitas operasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani pelanggan. Sedangkan biaya langsung dibebankan kepada pelanggan secara langsung sesuai dengan konsumsi sumber daya yang ada dan dapat dihitung secara ekonomis.

Perusahaan sering kali beranggapan bahwa pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak adalah pelanggan yang paling menguntungkan tanpa memikirkan lebih jauh perbedaan dari sumber daya yang dikorbankan untuk setiap pelanggan. Perbandingan antara *cost & benefit* sangat membantu perusahaan untuk menganalisa seberapa besar perusahaan mampu menggunakan sumber daya yang ada secara efisien. Pembebanan biaya langsung dibebankan langsung kepada *cost object* dalam kasus ini yaitu pelanggan. Pada pembebanan biaya berdasarkan aktivitas, biaya tidak langsung dibebankan kepada pelanggan yang menggunakan sumber daya dari perusahaan. Jika banyaknya aktivitas operasi yang dilakukan kepada seorang pelanggan maka biaya yang dibebankan kepada pelanggan tersebut akan lebih besar dibandingkan dengan pelanggan yang tidak membutuhkan aktivitas operasi yang banyak.

Ketiga, setelah melakukan perhitungan pendapatan dan biaya aktivitas, langkah selanjutnya yaitu menghitung tingkat keuntungan atau laba dari pelanggan yang kemudian akan dianalisis berdasarkan urutan pelanggan dari yang paling menguntungkan sampai yang kurang menguntungkan. Tingkat keuntungan ini perlu dianalisis agar pelanggan yang kurang menguntungkan dapat menjadi menguntungkan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dikonsumsi oleh

pelanggan. Pertimbangan itu dibutuhkan tanpa mengesampingkan ancaman dari keinginan pelanggan yang berubah-ubah, potensi besar dari pelanggan rutin, masukan dari pelanggan mengenai produk baru atau peningkatan kualitas produk lama.

Pembebanan biaya kepada pelanggan dengan menggunakan *activity based costing* diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya yang dikeluarkan dan meningkatkan profitabilitas pelanggan. Selain itu, penulis melakukan analisis profitabilitas pelanggan dengan menggunakan beberapa alat analisis, yaitu analisis *whale curve*, *rule of 80/20*, dan *return on sales*. Alat analisis ini dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan untuk masing-masing kelompok pelanggan beserta analisisnya dan menentukan tindakan yang tepat untuk setiap kelompok pelanggan. Analisis profitabilitas pelanggan diharapkan dapat membantu pihak manajemen melihat kebijakan atau tindakan yang telah dibuat selama ini dihubungkan dengan karakteristik pelanggan yang ada, apakah keputusan tersebut sudah tepat atau sebaliknya.

Tipe pelanggan yang berbeda menyebabkan tingkat keuntungan per pelanggan yang diperoleh perusahaan berbeda membuat tindakan yang diberikan perusahaan harus tepat dan memiliki hubungan sebab akibat antara pemikul dan pemacu biaya. Berdasarkan pemikiran tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur kimia yang bergerak dalam pembuatan produk pembersih dan antiseptik berupa sabun dan pembersih lantai. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian dengan judul ***“Analisis profitabilitas pelanggan dalam upaya menentukan tindakan yang tepat kepada kelompok pelanggan (studi kasus UD. NTL)”***