ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah "Penerapan *Customer Profitability Analysis* Dengan Menggunakan *Activity Based Costing* Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Pada PT X". Penelitian ini membahas mengenai penerapan *customer profitability analysis* pada PT X yang bergerak di bidang usaha industri beton pracetak dengan menggunakan metode *activity based costing* dalam perhitungan biaya pelanggan (*customer cost*). Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui mana pelanggan yang menguntungkan dan mana yang tidak menguntungkan.

Selama ini perusahaan hanya menghitung besar laba kotor dari masing-masing pelanggan. Laba kotor tersebut diperoleh dari nilai penjualan dikurangi harga pokok produk yang dijual, biaya subkontraktor, dan biaya lain-lain distribusi. Perusahaan belum membebankan biaya-biaya yang berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan kepada pelanggan memerlukan aktivitas-aktivitas tambahan di luar aktivitas produksi yang berhubungan dengan pelanggan seperti aktivitas pemasaran, distribusi, dan garansi. Aktivitas-aktivitas tersebut tentu saja akan menimbulkan biaya-biaya tambahan nonproduksi. *Activity based costing* merupakan suatu alternatif perhitungan biaya yang akurat dan rasional untuk mengidentifikasi besar sumber daya yang dikonsumsi oleh masing-masing pelanggan. Perhitungan dan pembebanan biaya yang dilakukan dengan metode *activity based costing* dapat menyediakan informasi bagi manajemen mengenai konsumsi sumber daya dari setiap aktivitas pelayanan kepada pelanggan melalui identifikasi dan pengukuran *cost driver* dari masing-masing aktivitas tersebut.

Setelah dilakukan *customer profitability analysis* dengan metode *activity based costing* terlihat bahwa pelanggan yang menghasilkan laba kotor yang besar tidak selalu memiliki laba bersih yang besar pula. Hal ini disebabkan besarnya biaya pelayanan masing-masing pelanggan yang bervariasi.

Perusahaan dapat mengelompokkan pelanggannya pada empat kategori dengan *decision grid analysis*. Pengelompokan ini didasarkan pada nilai penjualan dan persentase laba bersih yang diperoleh dari *customer profitability report*. Dari 80 pelanggan, terdapat 26 pelanggan pada kelompok *winner*, 14 pelanggan pada kelompok *potential*, 14 pelanggan pada kelompok *problem*, dan 26 pelanggan pada kelompok *loser*. Hasil analisis ini dapat digunakan oleh manajemen sebagai informasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada masing-masing kelompok pelanggan.

Kata kunci : *customer profitability analysis*, *activity based costing*, aktivitas, *cost driver*, *decision grid analysis*.