

ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ACTIVITY BASED COSTING (STUDI KASUS PADA PT. XYZ)



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: LUCYANA

NIM: 126212014

PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA

2022

ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ACTIVITY BASED COSTING (STUDI KASUS PADA PT. XYZ)

LAPORAN AKHIR DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK KELULUSAN PADA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
PROFESI AKUNTAN



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: LUCYANA

NIM: 126212014

PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA

2022

ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ACTIVITY BASED COSTING (STUDI KASUS PADA PT. XYZ)

Laporan Tugas Akhir

Disusun Oleh:



Lucyana
126212014

Disetujui Oleh:

Pembimbing



F. X. Kurniawan Tiakrawala, S.E., M.Si., Ak., CA

ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ACTIVITY BASED COSTING (STUDI KASUS PADA PT. XYZ)

Lucyana

126212014

ABSTRACT

Customers are one of the main factors determining a company's business continuity. Companies cannot sell their products and cannot obtain revenue without customers, which will be used to maintain the company's survival. But not all customers provide profit to the company. This research was conducted with the aim of analyzing customer profitability using the Activity Based Costing method at PT XYZ. The customer classification matrix in 2021 shows that the company does not have any customers who were in the passive category. Customers A, F, and G were carriage categories. Customers E and H were aggressive categories. Most of the rest customers from PT XYZ were in the bargain basement category which was B, C, D, I,J,K,L and M.

Keywords: Customer Profitability Analysis, Activity Based Costing, Customer Classification Matrix

ABSTRAK

Pelanggan merupakan faktor utama yang mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Perusahaan tidak dapat menjual produk dan mendapatkan pendapatan tanpa adanya pelanggan. Namun tidak semua pelanggan dapat menghasilkan laba bagi perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan analisa terhadap profitabilitas pelanggan yang ada pada PT XYZ. Hasil dari pengelompokan pelanggan yang ada pada customer profitability matrix untuk tahun 2021 menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki pelanggan yang masuk di kategori passive. A, F dan G masuk ke dalam golongan pelanggan carriage. E dan H masuk ke dalam golongan aggressive. Pelanggan PT XYZ paling banyak masuk ke dalam golongan bargain basement yaitu B, C, D, I,J,K,L dan M.

Kata Kunci: Analisa profitabilitas pelanggan, Activity Based Costing, Customer Classification Matrix

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Pendidikan Profesi Akuntan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam melaksanakan penulisan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, I.P.U., ASEAN Eng. selaku Ketua Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Dr. Jamaludin Iskak, M.Si., Ak., CACP., CPI., CA., CPA., ASEAN CPA. selaku Ketua Program Studi PPAk FEB Universitas Tarumanagara.
5. F. X. Kurniawan Tjakrawala, S. E., M. Si., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di PPA FEB Universitas Tarumanagara yang telah membantu selama proses perkuliahan serta telah memberikan ilmu dan pengetahuan dalam penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Selain itu penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dari berbagai kalangan. Penulis juga mengucapkan permohonan maaf jika selama proses penyusunan tugas akhir banyak melakukan kesalahan, baik lisan maupun tulisan, yang dilakukan secara disengaja maupun tidak disengaja.

Jakarta, 19 November 2022

Lucyana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II LANDASAN TEORI.....	2
2.1. Pengertian Activity Based Costing.....	2
2.2. Customer Profitability Analysis.....	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	7
3.1. Metode Penelitian Analisa Profitabilitas Pelanggan PT XYZ.....	7
3.2. Gambaran Umum Perusahaan.....	7
3.3. Laporan Pendapatan dan Contribution Margin PT XYZ tahun 2020 dan tahun 2021.....	8
3.4. Analisis Data Profitabilitas Pelanggan.....	8
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	9
4.1. Pembebanan Biaya Pada Masing – Masing Aktivitas Tahun 2021.....	9
4.2. Perhitungan Total Biaya Per Masing – Masing Pelanggan Tahun 2021.....	10
4.3. Perhitungan Margin Per Pelanggan Tahun 2021.....	11
4.4. Analisa Profitabilitas Pelanggan Dan Pengelompokan Menggunakan Customer Classification Matrix.....	13
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	19
REFERENSI.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pendapatan PT XYZ tahun 2020 – 2021 (dalam IDR).....	2
Tabel 3.1. Laporan Pendapatan dan Contribution Margin PT XYZ untuk jasa tahun 2020 – 2021 (dalam IDR).....	8
Tabel 4.1. Rincian biaya aktivitas terkait jasa Managed Service tahun 2021.....	9
Tabel 4.2. Rincian biaya aktivitas terkait jasa Professional Service tahun 2021.....	10
Tabel 4.3. Total Biaya Aktivitas Per Pelanggan Untuk Managed Service tahun 2021.....	10
Tabel 4.4. Total Biaya Aktivitas Per Pelanggan Untuk Professional Service tahun 2021.....	11
Tabel 4.5. Total Margin Per Pelanggan tahun 2021.....	11

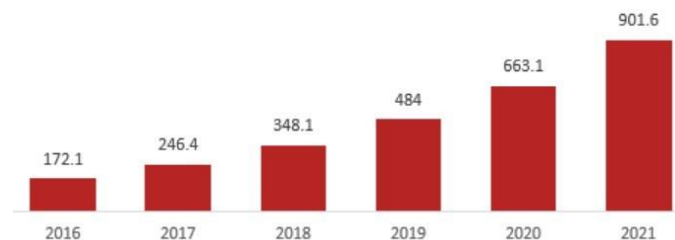
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pendapatan Cloud di Indonesia tahun 2016 – 2021 (dalam USD juta)....	1
Gambar 2.1. Customer Profitability Classification Matrix.....	5
Gambar 4.1 Customer Classification Matrix PT XYZ Tahun 2021.....	13

BAB I

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 banyak berpengaruh pada perekonomian di Indonesia maupun negara lain pada tahun 2020. Perubahan yang terjadi diakibatkan karena banyak sekali negara yang menerapkan pembatasan skala berskala besar yang bertujuan untuk menekan penularan pandemi ini. Dari pembatasan yang dilakukan tersebut, banyak negara termasuk Indonesia yang mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi. Data dari Badan Pusat Statistik (Widiastuti, dan Herianingrum, 2022 : 40) menunjukkan bahwa Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 2,07% pada tahun 2020. Namun meskipun di tengah penurunan pertumbuhan ekonomi yang diakibatkan oleh Covid 19, masih terdapat sektor yang mengalami pertumbuhan yaitu sektor teknologi informasi dan informasi. Banyak perusahaan di Indonesia yang pada akhirnya terdorong untuk melakukan perubahan ke arah transformasi digital dan mengadopsi model kerja work from home. Hal ini dilakukan perusahaan untuk mengakomodir kegiatan operasional perusahaan agar tidak terganggu sebagai akibat dari pandemi dan karyawan dapat mengakses data kapanpun dibutuhkan. Dengan adanya perubahan ini, perusahaan pada akhirnya banyak yang beralih menggunakan teknologi cloud computing dan jasa infrastruktur cloud untuk dapat mengakomodir kebutuhan bekerja dari rumah. Pertumbuhan pendapatan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa Cloud Computing cukup signifikan dari tahun ke tahun. Menurut Statista pada tahun 2021, perusahaan yang bergerak di bidang jasa cloud computing mengalami pertumbuhan pendapatan pada tahun 2020 yaitu sebesar 27% pada tahun 2020 dan mengalami peningkatan sebesar 26% pada tahun 2021. Hal ini dapat terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Pendapatan Cloud di Indonesia tahun 2016 – 2021 (dalam USD juta)
Sumber: Laporan Data Statista 2021

Dalam implementasi cloud computing, terdapat beberapa keuntungan yang dapat dinikmati perusahaan yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan dapat menghemat biaya penggunaan tambahan perangkat keras dan perusahaan tidak perlu mempekerjakan orang untuk memelihara perangkat keras dan data yang ada dapat diakses dengan mudah kapan saja serta dimanapun jika dibutuhkan.
- b. Perusahaan dapat mengakses data dengan cepat sehingga dan perusahaan juga dapat dengan mudah melakukan back up data karena semua data tersimpan di cloud.
- c. Perusahaan akan mendapatkan update secara otomatis dan dapat menambah kapasitas data. Fitur cloud juga dapat memberikan kemudahan bagi karyawan untuk berkolaborasi dalam sebuah file yang dapat diakses oleh siapapun yang memiliki aksesnya.

PT XYZ adalah salah satu perusahaan yang menjual produk cloud dan jasa infrastruktur cloud. Peningkatan pendapatan yang diraih oleh PT XYZ pada tahun 2020 adalah sebesar 48% pada tahun 2020 dan kemudian meningkat kembali pada tahun 2021 yaitu sebesar 35%. Hal ini dapat terlihat di Tabel 1.1.

Tahun	Total Pendapatan
2020	60,625,732,215
2021	93,406,221,590

Tabel 1.1. Pendapatan PT XYZ tahun 2020 – 2021 (dalam IDR)
Sumber : Laporan Pendapatan PT XYZ tahun 2020 - 2021

Namun peningkatan pendapatan PT XYZ khususnya untuk jasa infrastruktur cloud pada tahun 2020 sampai tahun 2021 tidak sebanding dengan contribution margin yang diterima oleh PT XYZ. Contribution margin PT XYZ pada tahun 2021 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2020. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode activity Based Costing dengan tujuan untuk menganalisa profitabilitas pelanggan yang dimiliki PT XYZ untuk bisnis jasa yang ditawarkan pada pelanggan pada tahun 2021 dengan menerapkan customer profitability analysis untuk mengetahui jenis pelanggan yang dimiliki perusahaan agar perusahaan kedepannya dapat menerapkan strategi – strategi untuk mempertahankan dan menambahkan pelanggan yang disesuaikan dengan karakteristik pelanggan.

REFERENSI

- Bairizki, Ahmad. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia (Tinjauan Strategis Berbasis Kompetensi) - Jilid 2. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Bilqis, Anita. (2021). Peran Sejarah Dan Arah Akuntansi Manajemen. Jakarta: Nur Agustinus.
- Buttle, Francis and Stan Maklan. (2019). Customer Relationship Management. New York: Routledge.
- Fajrilah et al. (2021). Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian Dan Pengambilan Keputusan. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Kholmi, Masiyah. (2019). Akuntansi Manajemen. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Statista Cloud Market Revenue In Indonesia 2016-2021. Diakses tanggal 20 Desember 2022 dari <https://www.statista.com/statistics/991853/indonesia-cloud-market-revenue/>
- Setiawan, Temy. (2020). Mahir Akuntansi Biaya Dan Manajemen Seri Tangkas 100 Soal. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Setiawan, Temy dan Ari Purwanti. (2022). Mahir Akuntansi Manajemen Seri Advance. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Widiastuti, Eka dan Sri Herianingrum. (2022). Ekonomi dan Manajemen ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf). Surabaya: Airlangga University Press

