

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

CV. X untuk mengetahui pelanggan mana yang menguntungkan dan yang kurang menguntungkan, selama ini hanya berpatok pada laba kotor tiap pelanggan, sehingga kadang pelanggan dengan nilai pembelian yang kecil tetap dilayani meskipun biaya pelanggan yang dikeluarkan lebih besar dibanding margin laba yang diperoleh pelanggan.

Dari *customer cost analysis* dapat diketahui berapa besarnya biaya untuk melayani tiap pelanggan regional dengan *consumption rate* yang berbeda-beda. *Consumption rate* yang berbeda-beda menandakan bahwa tiap pelanggan mengkonsumsi sumber daya perusahaan yang berbeda-beda pula. Dengan mengkonsumsi sumber daya yang berbeda-beda untuk tiap pelanggan dapat dilakukan pengendalian biaya dengan cara mengelola aktivitas yang menjadi pemicu timbulnya biaya agar jangan sampai biaya yang ditimbulkan untuk melayani pelanggan lebih besar daripada pendapatan yang dihasilkan.

Customer Profitability analysis mengukur profitabilitas para pelanggan berdasarkan *net customer profit* yang diperoleh dari laba kotor dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk melayani pelanggan yang telah dihitung melalui *customer analysis*. Dengan melakukan *Customer Profitability analysis* melalui profitabilitas matriks dapat membantu pihak manajemen untuk menentukan karakteristik pelanggan yang menguntungkan dan kurang menguntungkan, serta membantu dalam pengambilan langkah pengendalian biaya.

Penelitian ini hanya menganalisis pelanggan berdasarkan letak regionalnya dan tidak menganalisis berdasarkan jenis pelanggan CV.X, sebab karakteristik permintaan per jenis pelanggan CV. X banyak. Misalnya jumlah berat (Kg) per kemasan, waktu pengiriman, dan pilihan warna tali raffia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan berdasarkan letak regionalnya.

Pada CV. X pelanggannya menyebar pada daerah penjualan yang masuk dalam kategori *champion*, *demand*, *cheapskate*, *losser*. Pelanggan yang paling menguntungkan adalah pelanggan di daerah Tuban, Tangerang, Denpasar, Singaraja dengan laba kotor diatas Rp 14,788,269.67 dan biaya dibawah Rp 3,529,791.38. Sedangkan pelanggan yang kurang menguntungkan adalah daerah Ngawi, Probolinggo, Gresik, Sidoarjo, Lumajang.

5.2 Saran

CV. X sebaiknya dapat meninjau kembali pelayanan untuk pelanggan kategori *demand*. Salah satu alternatif untuk menekan biaya pelayanan pada pelanggan ini adalah dengan meningkatkan efisiensi dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan ini., misalnya dengan meninjau kembali jumlah kunjungan sehingga dapat dimungkinkan adanya pengurangan biaya atas aktivitas ini. Untuk kelompok *cheapskate* dan *losser*. Perusahaan dapat menetapkan batas minimum penjualan dan dapat mengurangi biaya tiap aktivitas.

CV. X sebaiknya melakukan *customer profitability analysis* secara berkesinambungan agar dapat tercapai target profit jangka panjang, karena *customer profitability analysis* dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil terhadap pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Blocher, J. Edward, Chen, Kung. H, and Thomas W.Lin, 1999, *Cost Management: A Strategic Emphasis*, New York: McGraw Hill Companies Inc.
- Blocher, J. Edward, Chen, Kung. H, Thomas W.Lin, and Cokins, Gary 2005, *Cost Management: A Strategic Emphasis, Third Edition*, New York: McGraw Hill Companies Inc.
- Blocher, J. Edward, Chen, Kung. H, Cokins, Gary and Stout, David. E, 2005, *Cost Management: A Strategic Emphasis*, Fourth Edition, New York: McGraw Hill Companies Inc.
- Budiono, 2000, Skripsi “Penerapan Analisis Profitabilitas Pelanggan dengan Metode *Activity Based Costing* dalam Menentukan Aktivitas Pelayanan terhadap Pelanggan PT “X” di Surabaya”.
- Carter, William K, dan Usry, Milton F, 2004, *Akuntansi Biaya*, Edisi Tiga Belas, Jakarta: Salemba Empat.
- Hongren, Charles T, Foster, George, and Datar, Srikant M, 2000, *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, Tenth Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Hilton, Ronald W, Maher, Michael W, Selto, Frank H, 2000, *Cost Management: Strategies for Bussiness Decision*, Second Edition, New York: McGraw Hill Irwin & Company.
- Louise, J, 1999, Skripsi “Analisis Profitabilitas Pelanggan Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Manajemen Pelanggan yang Tepat Pada PT “X”, Surabaya.

O'Guin, Michael C, 1991, *The Complete Guide to Activity-Based Costing*, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Samryn, LM, 2001, *Akuntansi Manajerial: Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

