

Analisis penerapan activity based costing terhadap customer profitability pada PT X = Analysis on activity based costing application to customer profitability at PT X

Shinta Marvianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20344985&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis penerapan Activity Based Costing pada PT X. Dengan menggunakan metode Activity Based Costing, penelitian akan menunjukkan gambaran tingkat profitabilitas pada PT X berdasarkan segmen usaha dan customer. Selanjutnya, analisis tersebut dapat digunakan sebagai dasar bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat untuk menangani pelanggan yang dimilikinya. Metode penelitian yang digunakan dalam karya akhir ini adalah metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif analitis dengan melakukan analisis studi kasus pada PT X melalui observasi, wawancara, dan data-data internal yang dimiliki perusahaan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Activity Based Costing, perusahaan dapat mengetahui tingkat profitabilitas segmen usaha maupun pelanggan secara detail. Selanjutnya, berdasarkan analisis tersebut, perusahaan dapat melakukan evaluasi performance pelanggan. Pada akhirnya, perusahaan dapat menentukan strategi yang lebih tepat untuk memaksimalkan keuntungan dan meningkatkan daya saing.

This research is aimed to conduct an analysis on the application of Activity Based Costing at PT X. Using the method of Activity Based Costing, the research will present the overview of profitability level at PT X based on business and customer segments. Further, the analysis can be used as to base a company's proper strategy in handling customers.

The research method used in this thesis is qualitative research method. The approach used is analytical and descriptive with the case at PT X through observations, interviews, and internal data owned by PT X. The conclusion of the research is that by applying the Activity Based Costing method, a company may acknowledge the profitability level of both business and customer segments. Moreover, based on the analysis, a company may conduct evaluation on customers' performance. In the end, a company may determine precise strategies to optimize profits and to increase competitive ability.