

Analisis Time-Driven Activity-Based Costing Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pelanggan PT. X (Studi Kasus Pada Distributor Alat Berat) = Analysis Of Time-Driven Activity-Based Costing To Increase Customer Profitability (A Case Study Of Heavy Equipment Distributor)

Feki Wahyu Colimah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519128&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan dan menganalisis konsep Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC) pada PT. X dalam rangka membebaskan biaya pelayanan pelanggan kepada setiap pelanggan, menganalisis profitabilitas pelanggan, dan merumuskan strategi untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus dengan pendekatan mixed-method research karena menggunakan wawancara, observasi, dan telaah dokumentasi untuk memperoleh data yang lebih mendalam. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan descriptive analysis dengan teknik explanation-building. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan profitabilitas menggunakan TDABC menunjukkan 10 pelanggan terbesar PT.X telah memberikan kontribusi profit namun kontribusi profit terbesar bukan berasal dari pelanggan yang memberikan kontribusi pendapatan terbesar, begitu pula sebaliknya. Hasil analisis profitabilitas menunjukkan bahwa terdapat dua pelanggan harus diberikan prioritas utama dalam pelayanan, tujuh pelanggan yang sebaiknya dikelola dengan evaluasi berkesinambungan, serta satu pelanggan yang tidak perlu mendapatkan prioritas apapun dalam pelayanan.The research aims to implement and analyze the concept of time-driven activity-based costing (TDABC) at PT. X to allocate the cost of serving customers to their accounts, analyze its customer profitability, and formulate the strategic decision to increase customer's profitability. This research uses a case study strategy with a mixed methods research approach since it used different research tools to obtain detailed data. The collected data are analyzed by using descriptive analysis with explanation-building techniques. The results show that the 10 largest customers have been profitable to PT. X in 2021 but the most significant profit is not generated by customers who contributes the greatest revenue for PT. X and vice versa. The result of the customer profitability analysis shows that two customers need to be cared for and treated with the highest service priority, seven customers should be managed with periodic evaluations, and one customer does not require service priority.