

ABSTRAK

Alat-alat kesehatan sangat dibutuhkan oleh rumah sakit dalam usahanya mengobati dan merawat pasiennya. Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah rumah sakit yang ada terus bertambah. Dengan melihat begitu luasnya pangsa pasar alat-alat kesehatan ini, maka perusahaan alat-alat kesehatan memerlukan distributor. Dalam menjalankan usahanya, distributor tidak terlepas dari peranan para pelanggannya sehingga diperlukan kerjasama yang baik antara distributor dengan pelanggan. Seperti perusahaan-perusahaan lainnya, perusahaan distribusi juga bertujuan mencari laba maksimal. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi distributor untuk mengetahui besarnya biaya dalam melayani setiap pelanggannya. Kemudian biaya ini dibandingkan dengan nilai penjualan yang dilakukan pelanggannya sehingga dapat diketahui profitabilitas pelanggan.

Pada skripsi ini, penulis memilih CV.X selaku supplier alat-alat kesehatan dan perlengkapan rumah sakit sebagai unit penelitian. Pada dasarnya produk yang dijual dibagi menjadi alat-alat kesehatan habis pakai (*disposable*) dan alat-alat kesehatan tidak habis pakai (*instrument*). Sementara kelompok pelanggan yang dilayani CV.X adalah rumah sakit dan rumah sakit bersalin. Metode penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif analitis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di CV.X, diketahui bahwa perusahaan tidak pernah melakukan analisis profitabilitas pelanggan dalam usaha meningkatkan laba perusahaan, bahkan tidak menggolongkan biaya operasionalnya sesuai dengan tingkat biaya pelanggan dan tidak menggunakan konsep *activity based costing* dalam membebankan biaya kepada setiap pelanggannya.

Pembahasan diawali dengan menggolongkan biaya operasional CV.X sesuai dengan tingkat biaya pelanggan. Kemudian diidentifikasi aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan penjualan dan distribusi kepada pelanggan. Biaya-biaya yang terjadi dari aktivitas-aktivitas tersebut adalah biaya pelanggan yang akan dibebankan kepada mereka. Langkah terakhir adalah membebankan biaya pelanggan tersebut berdasarkan konsumsi setiap pelanggan atas aktivitas. Dari perhitungan biaya pelanggan tersebut, ditambah dengan data penjualan bersih tiap-tiap pelanggan, dapat dilakukan analisis profitabilitas pelanggan dan disusun profil profitabilitas pelanggan.

Dari analisis profitabilitas pelanggan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit C tidak menguntungkan karena laba yang diperoleh terhadap total laba perusahaan sebesar (-4,128,818 atau -4%). Oleh karena itu, perlu dilakukan tindakan untuk tidak melakukan kerjasama lagi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan beberapa saran yang pada dasarnya menganjurkan perusahaan untuk melakukan analisis profitabilitas pelanggan karena analisis ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka menjalin kerjasama yang lebih baik dengan para pelanggan dan membantu manajemen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan laba perusahaan.

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	2
1.3. Tujuan dan Kegunaan Hasil Penelitian	3
1.3.1. Tujuan Penelitian	3
1.3.2. Kegunaan Hasil Penelitian	4
1.4. Rerangka Pemikiran	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Akuntansi	8
2.1.1. Pengertian Akuntansi	8
2.2. Biaya	9
2.2.1. Pengertian Biaya	9
2.2.2. Penggolongan Biaya	10
2.2.3. Penggolongan Biaya Berdasarkan <i>Cost Hierarchy</i>	11
2.2.4. Biaya dan Beban	14
2.3. Akuntansi Biaya	15
2.3.1. Pengertian Akuntansi Biaya	15
2.3.2. Tujuan Akuntansi Biaya	17
2.4. Sistem Pembebanan Biaya	18
2.4.1. Sistem Biaya Tradisional	18
2.4.1.1. Pengertian Sistem Biaya Tradisional	18

2.4.1.2.	Prosedur Pembebanan Dua Tahap Dalam Sistem Pembebanan Biaya Tradisional	19
2.4.1.3.	Kelemahan Sistem Biaya Tradisional	19
2.4.2.	<i>Activity Based Costing System (ABC System)</i>	20
2.4.2.1.	Pengertian <i>ABC System</i>	20
2.4.2.2.	Langkah-Langkah <i>ABC System</i>	22
2.4.2.3.	Tujuan <i>ABC System</i>	22
2.4.2.4.	Perbedaan <i>ABC System</i> dan <i>Traditional System</i>	23
2.4.2.5.	Prosedur Pembebanan Dua Tahap Dalam <i>ABC System</i>	23
2.4.2.5.1.	Pembebanan Biaya Tahap Pertama	24
2.4.2.5.2.	Pembebanan Biaya Tahap Kedua	24
2.4.2.6.	<i>Cost Driver</i>	25
2.4.2.6.1.	Pengertian <i>Cost Driver</i>	25
2.4.2.6.2.	<i>Activity Cost Driver</i>	25
	2.4.2.6.2.1. Pengertian <i>Activity Cost Driver</i>	25
	2.4.2.6.2.2. Klasifikasi <i>Activity Cost Driver</i>	26
2.4.2.6.3.	Memilih <i>Activity Cost Driver</i> yang Tepat	26
2.4.2.7.	Keunggulan dan Kelemahan <i>ABC</i>	27
2.4.2.7.1.	Keunggulan <i>ABC</i>	27
2.4.2.7.2.	Kelemahan <i>ABC</i>	28
2.4.2.8.	Kendala Penerapan <i>ABC System</i>	29
2.5.	Laba	29
2.5.1.	Pengertian Laba	29
2.5.2.	Jenis-Jenis Laba	30
2.5.3.	Tujuan Perhitungan Laba	30
2.5.4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba	31
2.6.	Analisis Profitabilitas Pelanggan	31

2.6.1.	Pengertian Analisis Profitabilitas Pelanggan	31
2.6.2.	Manfaat Analisis Profitabilitas Pelanggan	32
2.6.3.	Komponen Dalam Analisis Profitabilitas Pelanggan	33
	2.6.3.1. <i>Customer Revenues</i>	33
	2.6.3.2. <i>Customer Costs</i>	33
2.6.4.	Langkah-Langkah Analisis Profitabilitas Pelanggan	34
2.6.5.	Pendekatan Dalam Mempresentasikan Hasil Analisis Profitabilitas Pelanggan	35
2.6.6.	Tindak Lanjut Terhadap Analisis Profitabilitas Pelanggan	36

BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1.	Metode Penelitian	38
3.2.	Objek Penelitian	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	41
	4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	41
	4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	43
	4.1.3. Deskripsi Kerja	43
	4.1.4. Sistem Akuntansi Biaya CV.X	47
	4.1.4.1. Jenis dan Penggolongan Biaya CV.X	47
4.2.	Pembahasan	52
	4.2.1. Penggolongan Biaya Operasional CV.X Menurut Penulis	53
	4.2.2. Penggolongan Biaya Operasional CV.X Berdasarkan Tingkat Biaya Pelanggan	54
	4.2.3. Penerapan Konsep Pembebanan Biaya Pelanggan Berdasarkan Aktivitas Pada CV.X	58
	4.2.3.1. Aktivitas Penjualan dan Distribusi di CV.X	58
	4.2.3.2. Pengelompokkan Biaya per Aktivitas	60
	4.2.3.3. <i>Activity Driver</i> dan Tarif <i>Activity Driver</i>	67
	4.2.3.3.1. <i>Activity Driver</i>	68

4.2.3.3.2.	Tarif <i>Activity Driver</i>	70
4.2.3.3.3.	Perhitungan Biaya Pelanggan Berdasarkan <i>Konsep Activity Based Costing</i>	71
4.2.4.	Analisis Profitabilitas Pelanggan	75
4.2.5.	Profil Profitabilitas Pelanggan	79
4.2.6.	Peranan Analisis Profitabilitas Pelanggan Berdasarkan <i>Activity Based Costing System</i> Dalam Meningkatkan Laba Perusahaan	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	86
5.2.	Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1. Rerangka Pemikiran	5
Gambar 2.1. <i>Bar Chart Presentation of Customer Profitability</i>	36

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 2.1. <i>Characteristics of High and Low Cost Customers</i>	34
Tabel 2.2. <i>Customer Profitability Profile</i>	35
Tabel 4.1. Biaya Operasional CV.X Tahun 2002	50
Tabel 4.2. Biaya Operasional CV.X Tahun 2002 (Menurut Penulis)	55
Tabel 4.3. Biaya Pelanggan CV.X Tahun 2002	57
Tabel 4.4. Biaya Pelanggan dan Aktivitas CV.X Tahun 2002	61
Tabel 4.5. Total Biaya per Aktivitas CV.X Tahun 2002	66
Tabel 4.6. <i>Activity, Activity Driver, dan Tarif Activity Driver CV.X</i> Tahun 2002	71
Tabel 4.7. Penggunaan Aktivitas CV.X Tahun 2002	73
Tabel 4.8. Perhitungan Biaya Pelanggan Berdasarkan <i>Activity Based</i> <i>Costing</i> CV.X Tahun 2002	74
Tabel 4.9. Penjualan Bersih CV.X Tahun 2002	76
Tabel 4.10. Analisis Profitabilitas Pelanggan CV.X Tahun 2002	78
Tabel 4.11. Pelanggan dan Penjualan Bersih CV.X Tahun 2002	80
Tabel 4.12. Pelanggan dan Laba Usaha CV.X Tahun 2002	80
Tabel 4.13. Ranking Pelanggan Berdasarkan Penjualan Bersih CV.X Tahun 2002	81
Tabel 4.14. Ranking Pelanggan Berdasarkan Laba Usaha CV.X Tahun 2002	82