

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan harus mencapai tujuannya yaitu memperoleh laba maksimum. Biaya yang dikeluarkan perusahaan harus benar-benar biaya yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan sehingga tidak ada pemborosan biaya. Oleh karena itu, efisiensi biaya mempunyai arti penting bagi perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya di dunia bisnis. Juga menghadapi persaingan global yang semakin tajam. Perusahaan bukan hanya menyediakan penginapan tetapi juga menyediakan jasa yang diperuntukan bagi setiap pelanggan perusahaan. Agar dapat dikatakan berhasil manajemen perusahaan harus menjaga kenyamanan dari pelanggan sehingga mereka bisa puas dengan pelayanan yang di tawarkan dari pihak perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2012:224) pengertian *Activity Based Management* (ABM) adalah pendekatan terpadu dan menyeluruh yang membuat perhatian manajemen berpusat pada aktivitas yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan nilai pelanggan dan laba yang diperoleh karena memberikan nilai tersebut. Dengan kata lain *Activity Based Management* memfokuskan pada efektifitas bisnis, serta untuk meningkatkan nilai yang diterima pelanggan dan memberikan laba bagi Perusahaan. Dalam penerapannya *Activity Based Management* menekankan pada pengendalian aktivitas yaitu melalui analisis aktivitas. Analisis aktivitas dimaksud untuk mengetahui aktivitas-aktivitas apa saja yang memberikan kontribusi bagi perusahaan.

Aktivitas yang memberi kontribusi atau bisa disebut dengan aktivitas yang memberi nilai tambah adalah aktivitas yang dibutuhkan atau diharuskan untuk melaksanakan bisnis dan menambah nilai produk dan apabila aktivitas ini dihilangkan akan mengurangi nilai produk, sedangkan aktivitas yang tidak

memberikan kontribusi atau bisa disebut dengan aktivitas yang tidak memberi nilai tambah adalah aktivitas yang tidak perlu atau aktivitas-aktivitas yang perlu namun tidak efisien dan apabila aktivitas ini dihilangkan atau dikurangi tidak akan mengurangi nilai produk bagi perusahaan.

Peningkatan volume penjualan atau aktivitas pelayanan kepada pelanggan seringkali memerlukan aktivitas-aktivitas tambahan yang dapat meningkatkan biaya, bahkan terkadang biaya-biaya tersebut dapat melebihi jumlah yang diharapkan. Hal ini disebabkan konsumen yang berbeda menggunakan atau mengkonsumsi sumber daya perusahaan yang terbatas dengan cara yang berbeda, misalnya dalam hal besarnya diskon, kebijakan kredit dan penagihan piutang usaha. Pihak manajemen juga harus menyadari bahwa tidak semua pelanggan itu menguntungkan. Tanpa adanya informasi yang akurat mengenai *customer profitability*, maka yang akan terjadi adalah pemborosan waktu, uang, dan sumber daya perusahaan. Pemahaman mengenai biaya yang dikeluarkan untuk melayani pelanggan akan menjadi lebih berarti bila didukung dengan adanya informasi mengenai aktivitas yang digunakan dalam pelayanan tersebut, untuk itu diperlukan penggunaan metode *Activity-Based Costing* (ABC). Metode ABC mampu memberikan informasi secara rinci mengenai pengelolaan sumber daya dan aktivitas karena metode ini mempunyai dasar landasan pikiran bahwa produk atau jasa memerlukan aktivitas dan aktivitas mengkonsumsi sumber daya, sehingga dibangun dasar baru bahwa biaya ada penyebabnya dan penyebab biaya dapat dikelola.

Penelusuran dan pengalokasian biaya-biaya di dalam perusahaan dengan pendekatan ABC pada perhitungan *customer profitability* akan memberikan gambaran lebih jelas kepada manajemen mengenai perilaku biaya bila dibandingkan dengan pendekatan tradisional, karena pendekatan ABC mampu memisahkan biaya-biaya dalam kategori unit maupun non unit dimana masing-masing memiliki *cost driver* (penggerak biaya) yang berbeda kategorinya, sehingga nantinya dapat memberikan informasi kepada manajemen mengenai margin laba dari setiap pelanggan. Berdasarkan latar

belakang penelitian maka judul dalam penelitian ini yaitu: **“Peranan *Strategic Activity Based Management* Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pelanggan Pada PT Indolakto Purwosari”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: Bagaimana peranan *strategic activity based management* dalam meningkatkan profitabilitas pelanggan pada PT Indolakto Purwosari

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka tujuan dari penelitian yaitu Untuk mengetahui dan menganalisis peranan *strategic activity based management* dalam meningkatkan profitabilitas pelanggan pada PT Indolakto Purwosari.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang peranan *strategic activity based management* dalam meningkatkan profitabilitas pelanggan pada PT Indolakto Purwosari

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan dengan menerapkan *strategic activity based management*.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait dengan peranan *strategic activity based management* dalam meningkatkan profitabilitas.