

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Motivasi Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.7 Kontribusi Penelitian.....	15
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	16
1.9 Sistematika Penulisan.....	17
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Manajemen Hubungan Pelanggan atau <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	19
2.2 Nilai Pelanggan.....	21
2.3 Analisis Profitabilitas Pelanggan atau <i>Customer Profitability Analysis (CPA)</i> .....	23
2.4 Konsep Biaya.....	27
2.4.1 Pengelompokkan Biaya.....	28
2.5 Konsep Pendapatan.....	32
2.6 Konsep Laba.....	35
2.7 Metode Tradisional.....	36

2.8	Metode <i>Activity Based-Costing</i> (ABC) .....	38
2.8.1	Syarat-Syarat Penerapan <i>Activity-Based Costing</i> .....	41
2.8.2	Manfaat <i>Activity-Based Costing</i> .....	43
2.8.3	Tahapan <i>Activity-Based Costing</i> .....	44
2.9	Penelitian Terdahulu .....	46
BAB 3	METODE PENELITIAN .....	49
3.1	Jenis Penelitian .....	49
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.3	Objek Penelitian .....	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.5	Teknik Analisis Data.....	54
3.6	Langkah Analisis .....	56
3.7	Model Penelitian.....	60
3.8	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	63
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....	67
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	67
4.1.1	Profil Perusahaan .....	67
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	69
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	70
4.1.4	Proses Bisnis Perusahaan .....	71
4.2	Aktivitas Operasional Perusahaan.....	73
4.2.1	Aktivitas Bagian Pemasaran .....	74
4.2.2	Aktivitas Bagian Produksi.....	77
4.2.3	Aktivitas Bagian Administrasi dan Keuangan .....	82
4.3	Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan pada SP Aluminium Yogyakarta .....	85
4.4	Penentuan Profitabilitas Pelanggan dengan Metode Tradisional .....	90
4.4.1	Mengidentifikasi dan Mengelompokkan Biaya Tidak Langsung ...	92
4.4.2	Alokasi Biaya Tidak Langsung pada Kategori Pelanggan dengan Metode Tradisional.....	94
4.4.3	Menghitung Biaya Setiap Kategori Pelanggan dengan Metode Tradisional.....	96
4.4.4	Analisis Profitabilitas Pelanggan dengan Metode Tradisional .....	98

4.5	Penentuan Profitabilitas Pelanggan dengan Metode ABC .....	99
4.5.1	Identifikasi Aktivitas .....	99
4.5.2	Menentukan Level Aktivitas .....	100
4.5.3	Mengidentifikasi Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung ....	101
4.5.4	Mengelompokkan Biaya pada Pusat Biaya ( <i>Cost Pool</i> ) .....	102
4.5.5	Menentukan <i>Cost Driver</i> .....	105
4.5.6	Menentukan Kapasitas <i>Cost Driver</i> .....	106
4.5.7	Menentukan Perilaku Biaya .....	106
4.5.8	Menghitung Tarif <i>Cost Pool</i> .....	109
4.5.9	Pembebanan Biaya <i>Overhead</i> .....	109
4.5.10	Menghitung Biaya Setiap Kategori Pelanggan dengan Metode ABC 110	
4.5.11	Analisis Profitabilitas Pelanggan dengan Metode ABC .....	112
4.6	Perbandingan Perhitungan Metode Tradisional dan Metode <i>Activity- Based Costing</i> .....	113
4.7	Peran Analisis Profitabilitas Pelanggan dengan Metode ABC dalam Meningkatkan Fungsi Manajemen .....	121
4.8	Faktor-faktor yang Menghambat Penerapan Metode ABC .....	123
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN .....	125
5.1	Kesimpulan .....	125
5.2	Keterbatasan .....	128
5.3	Saran .....	130
	DAFTAR PUSTAKA .....	133