

INTISARI

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan akuntansi pelanggan melalui metode *Customer Profitability Analysis* (CPA) dan *Customer Lifetime Value* (CLV) dalam upaya mengoptimalkan laba perusahaan. Studi ini dilakukan pada PT X, perusahaan distribusi dan manufaktur minyak goreng di Indonesia, untuk mengkaji kontribusi pelanggan terhadap profitabilitas perusahaan secara lebih strategis dan berkelanjutan.

Metode Penelitian – Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan objek PT X. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-struktur kepada manajemen perusahaan dan dokumentasi laporan internal. Teknik analisis yang digunakan mencakup klasifikasi pelanggan berdasarkan CPA dan CLV, serta evaluasi integrasi keduanya dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi CPA dan CLV efektif dalam mengidentifikasi pelanggan dengan kontribusi laba tertinggi dan nilai jangka panjang. Pelanggan dengan klasifikasi *High CPA – High CLV* menjadi prioritas utama dalam strategi retensi, sedangkan pelanggan *Low CPA – Low CLV* memerlukan pendekatan efisiensi. Penerapan teknik ini memberikan manfaat signifikan dalam optimalisasi strategi pemasaran dan alokasi sumber daya perusahaan. Selain itu, ditemukan pula bahwa kelompok pelanggan agen/subdistributor memiliki retensi dan nilai kontribusi tertinggi dibandingkan kelompok lainnya.

Batasan/Implikasi – Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup sektor yang hanya mencakup industri minyak goreng serta pendekatan yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian belum menggeneralisasi seluruh sektor distribusi dan manufaktur. Penelitian lanjutan diharapkan dapat menggabungkan pendekatan kuantitatif dan memperluas sektor industri untuk validasi hasil yang lebih komprehensif.

Originalitas/Nilai – Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akuntansi manajemen strategis, khususnya dalam konteks penerapan CPA dan CLV secara terintegrasi di sektor distribusi pangan. Temuan ini menjadi acuan praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi pelanggan berbasis data serta mendorong pengembangan sistem akuntansi pelanggan di Indonesia.

Kata kunci – Akuntansi Pelanggan, CPA, CLV, Profitabilitas Pelanggan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Objectives – *This study aims to analyze the implementation of customer accounting using the Customer Profitability Analysis (CPA) and Customer Lifetime Value (CLV) methods to optimize corporate profit. The research was conducted at PT X, an Indonesian cooking oil distribution and manufacturing company, to examine customer contributions to profitability more strategically and sustainably.*

Research Method – *A qualitative case study approach was employed with PT X as the research object. Data were collected through semi-structured interviews with company management and documentation of internal reports. The analysis involved classifying customers based on CPA and CLV and evaluating the integration of both methods in supporting managerial decision-making.*

Findings – *The results show that the combination of CPA and CLV is effective in identifying customers who contribute the most to profit and possess long-term value. Customers classified as High CPA–High CLV were prioritized for retention strategies, whereas customers in the Low CPA–Low CLV category required efficiency-oriented approaches. Implementing these techniques provides significant benefits in optimizing marketing strategies and resource allocation. Moreover, the study found that the agent/sub-distributor customer group had the highest retention rate and contribution value compared to other segments.*

Limitations/Implications – *This study was limited to the cooking oil industry and it adopted a qualitative approach. Its findings may not be generalized to all distribution and manufacturing sectors. Future research is recommended to integrate quantitative methods and expand the scope of industries to validate results more comprehensively.*

Originality/Value – *This study contributes to the strategic management accounting literature, particularly regarding the integrated application of CPA and CLV in the food distribution sector. The findings serve as a practical reference for companies in designing data-driven customer strategies and encourage the development of customer accounting systems in Indonesia.*

Keywords – *Customer Accounting; CPA; CLV; Customer Profitability; Marketing Strategy*