



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
SURAT KETERANGAN YUNTINGAN BAHASA.....	xvi
STATEMENT LETTER.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Motivasi Penelitian.....	12
1.6 Kontribusi Penelitian.....	13
1.6.1 Kontribusi Praktis.....	13
1.6.2 Kontribusi Teoritis.....	14
1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Resource Based View (RBV).....	15
2.2 Tinjauan Pustaka.....	17
2.2.1 Nilai Pelanggan	17
2.2.2 Konsep Akuntansi Pelanggan.....	18
2.2.3 Customer Profitability Analysis (CPA).....	19
2.2.4 Customer Lifetime Value (CLV)	20
2.2.5 Customer Relationship Management (CRM).....	21
2.3 Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Metodologi Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26



3.3.1 Wawancara.....	26
3.3.2 Dokumentasi	26
3.4 Jenis Sumber Data.....	27
3.4.1 Data Primer	27
3.4.2 Data Sekunder	28
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.5.1 Langkah–Langkah Analitis	30
3.5.2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Profil Perusahaan	40
4.1.1 Struktur Organisasi	41
4.1.2 Kegiatan Usaha	42
4.1.3 Produk dan Jasa	42
4.2 Pemasaran PT X.....	44
4.2.1 Kegiatan Pemasaran PT X.....	44
4.2.2 Wilayah Pemasaran	45
4.3 Pelanggan	46
4.3.1 Karakteristik Kelompok Pelanggan.....	46
4.3.2 Evaluasi Pelanggan.....	48
4.4 Hasil dan Pembahasan.....	50
4.4.1 Penerapan CRM	50
4.4.2 Segmentasi Pelanggan pada PT X.....	52
4.4.3 Perhitungan CPA.....	53
4.4.4 Perhitungan CLV.....	66
4.4.5 Analisis Klasifikasi Pelanggan Berdasarkan CPA dan CLV.....	73
4.4.6 Strategi Penjualan dan Pemasaran Berdasarkan CPA dan CLV.....	79
4.4.7 Penerapan Akuntansi Pelanggan untuk Mendukung Program CRM PT X	82
BAB V KESIMPULAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Keterbatasan Penelitian	87
5.3 Implikasi Penelitian.....	88
Daftar Pustaka	90
Lampiran.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Minyak Goreng di Indonesia Tahun 2019 – 2023	4
Gambar 1.2 Tren Penjualan & Profitabilitas PT X.....	9
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	41
Gambar 4.2 Dinamika Pelanggan Agen/Subdistributor 2022 – 2024	75
Gambar 4.3 Dinamika Pelanggan Pengecer Tradisional 2022 – 2024	77
Gambar 4.4 Dinamika Pelanggan UMKM Makanan 2022 – 2024	78



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Penerapan Akuntansi Pelanggan untuk Optimalisasi Laba Perusahaan: Studi pada PT X
Cahyo Bayu Nugroho, Dr. Hardo Basuki, M.Soc.Sc., CSA., CA
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Langkah – Langkah Analitis	31
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Klasifikasi Pelanggan.....	36
Tabel 4.1 Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan.....	41
Tabel 4.2 Fluktuasi Data Pelanggan / Tahun	52
Tabel 4.3 Fluktuasi Data Pelanggan dan Nilai Penjualan / Kelompok.....	53
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan CPA / Kelompok Pelanggan	55
Tabel 4.5 Deskripsi nilai CPA (Kelompok)	59
Tabel 4.6 Klasifikasi Pelanggan Kelompok Berdasarkan Hasil CPA	60
Tabel 4.7 Sampel Pelanggan Individu Per Kelompok (CPA).....	61
Tabel 4.8 Deskripsi Nilai CPA (Individu)	62
Tabel 4.9 Klasifikasi Pelanggan Tingkat Individu Berdasarkan Hasil CPA	62
Tabel 4.10 Deskripsi Nilai Maksimal dan Minimal CPA (Individu).....	64
Tabel 4.11 Data Retensi Pelanggan	66
Tabel 4.12 Perhitungan Faktor Diskonto	68
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan CLV (Kelompok)	68
Tabel 4.14 Deskripsi Nilai CLV (Kelompok)	70
Tabel 4.15 Klasifikasi Pelanggan Tingkat Kelompok	70
Tabel 4.16 Sampel Pelanggan Individu Per Kelompok (CLV).....	71
Tabel 4.17 Deskripsi Nilai CLV.....	72
Tabel 4.18 Klasifikasi Pelanggan Tingkat Individu Berdasarkan Hasil CLV	72
Tabel 4.19 Klasifikasi Pelanggan Berdasarkan CPA & CLV	74



DAFTAR ISTILAH

CLV	: Customer Lifetime Value
COGS	: Cost of Good Sold
CPA	: Customer Profitability Analysis
CPO	: Crude Palm Oil
CRM	: Customer Relationship Management
CSO	: Cost Specified Overhead
CTS	: Cost To Serve
HET	: Harga Eceran Tertinggi
RBV	: Resource Based View
SDM	: Sumber Daya Manusia
SMA	: Strategic Management Accounting
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, Menengah



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Pelanggan Tahun 2022 – 2024	96
Lampiran 2 CPA Pelanggan Kelompok	99
Lampiran 3 CLV Pelanggan	108
Lampiran 4 Klasifikasi Pelanggan High CPA - Low CPA dan High CLV - Low CLV.	116
Lampiran 5 Klasifikasi Pelanggan (Clustering)	123
Lampiran 6 Pertanyaan dan Transkrip Wawancara.....	132
Lampiran 7 Analisis Transkrip Wawancara.....	141