

INTISARI

Tujuan – Penelitian ini memiliki tiga tujuan, yaitu untuk mengidentifikasi sejauh mana teknik akuntansi pelanggan yang diterapkan oleh kedai kopi. Selanjutnya, menganalisis gambaran kondisi pelanggan dengan penerapan teknik akuntansi pelanggan dan untuk mengidentifikasi pelanggan kedai kopi yang dapat memberikan peningkatan profit kedai kopi.

Desain Penelitian – Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada kedai kopi A dan B yang ada di Yogyakarta. Data yang digunakan yaitu data primer yang berasal dari hasil wawancara dan observasi. Data sekunder yang berkaitan dengan pembiayaan dan kelompok pelanggan dari masing – masing kedai kopi. Informan dalam penelitian ini adalah manajemen keuangan, operasional dan kepala barista dari kedua kedai kopi.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik akuntansi pelanggan belum sepenuhnya diterapkan oleh kedua kedai kopi. Pada hasil analisis dimensi pertama, teknik akuntansi pelanggan yang menunjukkan posisi pelanggan masing-masing kedai kopi menjelaskan bahwa untuk kedai kopi A pada tahun 2017-2021, di bulan April jenis pelanggan pada posisi *carriage trade* paling sering ditempati oleh kelompok pelanggan kantor. Untuk kedai kopi B ditempati oleh jenis pelanggan umum. Untuk posisi *bargain basement* kedai kopi A ditempati oleh jenis pelanggan pekerja bebas dan mahasiswa, sedangkan kedai kopi B ditempati oleh jenis pelanggan mahasiswa dan pelajar. Hasil analisis dimensi kedua menunjukkan bahwa kontribusi profit tertinggi untuk kedai kopi A didapatkan dari jenis pelanggan pekerja bebas. Untuk kedai kopi B dari jenis pelanggan mahasiswa. Jenis pelanggan tersebut mampu memberikan profit pada kedua kedai kopi dengan kurun waktu yang lama, sehingga kedua kedai kopi harus menjaga hubungan baik dengan jenis pelanggan tersebut.

Orisinalitas – Penelitian ini menggunakan teori penilaian pelanggan untuk menjelaskan pemahaman penggunaan teknik akuntansi pelanggan dalam memberikan analisis yang berkaitan dengan kondisi pelanggan dan kontribusi pelanggan pada organisasi.

Kata Kunci – Akuntansi Pelanggan, Analisis Profitabilitas Pelanggan, Analisis Profitabilitas Seumur Hidup Pelanggan, Teori Penilaian Pelanggan.

ABSTRACT

Objectives – This study has three objectives, namely to identify the extent to which customer accounting techniques are applied by coffee shops, then, to analyze the description of customer conditions with the application of customer accounting techniques, and to identify coffee shop customers who can increase coffee shop profits.

Research Design - This study uses a qualitative method with a case study approach at coffee shops A and B in Yogyakarta. The data used are primary data derived from interviews and observations. The secondary data was concerned with financing and customer groups from each coffee shop. Informants in this study were financial management staff, operations staff and the head barista of the two coffee shops.

Findings – The findings show that customer accounting techniques have not been fully implemented by the two coffee shops. In the first-dimension analysis results, the customer accounting technique that shows the customer position of each coffee shop explains that for coffee shop A in 2017-2021, the type of customers in the carriage trade position in April was most often visited by office employees. Whereas coffee shop B was visited by general customers. For the bargain basement position, coffee shop A was visited by freelancers and students, while coffee shop B was visited by students. The results of second-dimension analysis show that the highest profit contribution for coffee shop A was obtained from the freelancer type of customers and for coffee shop B of the student customers. These types of customers are able to provide profits to both coffee shops for a long period of time, so, both coffee shops must maintain good relations with these types of customers.

Originality – This study uses customer valuation theory to explain the understanding of the use of customer accounting techniques in providing analysis regarding customer conditions and customer contributions to the organization.

Keywords – Customer Accounting, Customer Profitability Analysis, Customer Lifetime Profitability Analysis, Customer Valuation Theory.