

ANALISIS LAPORAN LABA RUGI SEGMENTASI PADA PT. PATAL INDONESIA BARU

Dian Anggraini, Sundari, SE, MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2005

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Dalam rangka pencapaian target perusahaan, perusahaan harus dapat memproduksi serta memasarkan produknya. Untuk mengevaluasi kinerja setiap jenis dan wilayah pemasarannya, seorang manager terlebih dahulu perlu menilai efektifitas setiap segmen laba dan pusat pertanggung jawaban dengan cara menganalisis laporan laba rugi segmentasi. Segmentasi adalah merupakan suatu bagian atau aktivitas organisasi yang mengakibatkan manager perlu mencari data biaya mengenai bagian atau aktivitas organisasi tersebut. Untuk beroperasi secara efektif, manager harus mempunyai informasi sebanyak-banyaknya yang tersedia baginya yang melebihi dari informasi yang diberikan oleh laporan laba rugi semata. Ada beberapa produk yang dapat memberikan laba dan ada pula berapa produk yang tidak dapat memberikan laba yang diinginkan. Untuk dapat mengetahui adanya permasalahan diatas, manager membutuhkan laporan yang memfokuskan pada segmen perusahaan. Dalam hal ini Manager sebagai seorang pengambil keputusan profesional yang memiliki pengaruh atas banyak faktor yang mempengaruhi kemampuan kerja ekonomis serta peningkatan volume penjualan dan akan terus menambah laba. Laba dipengaruhi oleh tiga faktor yang saling berkaitan satu sama lainnya. Ketiga faktor itu adalah biaya produksi, harga jual produk dan volume penjualan. Dengan memperhatikan laba setiap periode dapat diketahui apakah usaha yang dijalankan mengalami kemajuan atau tidak. Analisis laba rugi segmentasi ini sangat diperlukan dan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan yang tepat bagi perusahaan. Selain itu, dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk melakukan evaluasi yang lebih cermat terhadap adanya peluang dalam mendapatkan laba. Dengan adanya Laporan Laba Rugi tiap segmen makan PT. Patal Indonesia Baru dapat mengetahui dampak dari kenaikan atau penurunan volume penjualan terhadap besarnya kontribusi laba yang diperoleh setiap segmen, hali ini dipergunakan untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada dan dapat memanfaatkan secara optimal kelebihan-kelebihan yang dimiliki.