

ABSTRAK

EVALUASI KINERJA DEPARTEMEN PRODUKSI DAN DEPARTEMEN PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SELISIH LABA KOTOR

**Studi Kasus pada PT. Madu Baru Yogyakarta
Visensia Paschalina Ossot
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) kinerja departemen produksi pada PT. Madu Baru Yogyakarta selama tahun 2004 – 2008, (2) kinerja departemen pemasaran pada PT. Madu Baru Yogyakarta selama tahun 2004 – 2008. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang dilakukan di PT. Madu Baru Yogyakarta Padokan Tirtonirmolo Kasihan, Bantul Yogyakarta, 55181 bulan Maret sampai April 2009.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis selisih laba kotor. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama adalah analisis selisih harga pokok penjualan, sedangkan untuk menjawab rumusan masalah yang kedua adalah analisis selisih penjualan.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) kinerja departemen produksi pada tahun 2004 – 2008 menurun atau buruk. Hal ini ditunjukkan oleh adanya selisih harga-harga pokok penjualan yang merugikan. (2) kinerja departemen pemasaran berdasarkan selisih harga jual pada tahun 2004 dan tahun 2007 menurun atau buruk. Hal ini ditunjukkan oleh adanya selisih harga penjualan yang merugikan. Sedangkan kinerja departemen pemasaran pada tahun 2005, 2006 dan 2008 berdasarkan selisih harga jual meningkat atau baik. Hal ini ditunjukkan oleh adanya selisih harga jual yang menguntungkan. Kinerja departemen pemasaran berdasarkan selisih kuantitas bersih pada tahun 2004 – 2008 secara umum meningkat atau baik. Hal ini ditunjukkan oleh adanya selisih kuantitas bersih yang menguntungkan.

ABSTRACT

**PERFORMANCE EVALUATION OF PRODUCTION AND MARKETING
DEPARTMENT BY APPLYING ANALYSIS OF GROSS VARIANCE**

A Case Study in PT. Madu Baru Yogyakarta

**Visensia Paschalina Ossot
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2009**

The purpose of this research is to know: (1) performance of production department of PT. Madu Baru Yogyakarta from 2004 until 2008, (2) performance of marketing department of PT. Madu Baru Yogyakarta from 2004 until 2008. The research is a case study which took place in PT. Madu Baru Yogyakarta Padokan Tirtonirmolo Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55181 from March until April 2009.

The technique of collecting data is done through interview, while the technique of analyzing data is analysis of gross variance. The technique of analyzing data which is used in order to answer the first problem is the analysis of cost-selling price variance, while the second problem formulation is answered by using the analysis of selling cost variance.

According to the output of data analysis, the conclusions are: (1) the performance of production department in 2004-2008 was bad. This is indicated by the lost in cost prices variance. (2) According to selling price variance in 2004, the performance of marketing department was bad or decreasing. It is indicated by the lost in selling price variance. While the performance of marketing department in 2004 was bad, its performance in 2005, 2006, and 2008 was increasing. The performance of marketing department in 2004-2008 on net quantity variance was generally good or increasing. This is indicated by the net quantity variance which is profitable.