



EVALUASI TERHADAP EFektivitas ANGGARAN LABA KOTOR
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN DAERAH TARU MARTANI
PABRIK CERUTU & TEMBAKAU SHAG YOGYAKARTA

PONANG AJI SURO WESTI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
TOGYAKARTA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya selisih laba kotor dan efektivitas anggaran laba kotor untuk tahun 1994 dan 1995. Lokasi penelitian di Perusahaan Daerah Taru Martani, Pabrik Cerutu dan Tembakau Shag, Jl. Kompol B. Suprapto No. 2A, Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus tahun 1994 dan 1995. Objek penelitian adalah selisih laba kotor tahun 1994 dan 1995.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data disusun dengan cara menghitung (1) selisih laba kotor, (2) selisih penjualan, (3) selisih harga jual, (4) selisih kuantitas penjualan, (5) selisih harga pokok penjualan, (6) selisih harga-harga pokok penjualan, (7) selisih kuantitas harga pokok penjualan, (8) selisih kuantitas bersih, (9) selisih komposisi penjualan, (10) selisih kuantitas penjualan final (akhir), dan (11) menentukan efektif tidaknya masing-masing selisih tersebut dengan menggunakan batas toleransi selisih sebesar 10%.



THE EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF GROSS PROFIT BUDGET
A CASE STUDY OF THE LOCAL GOVERNMENT TARU MARTANI COMPANY
WHICH PRODUCES CIGAR AND SHAG

PONANG AJI SURO WESTI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA

The aim of this research is to identify factors which caused the variance of gross profit and the effectiveness of gross profit budget in 1994 and 1995. The location of this research is in the local government Taru Martani Company which produces cigar and shag, Jl. Kompel B. Suprapto No. 2A, Yogyakarta. This research is a case study which was conducted in 1994 and 1995. The object of the research is the variance of gross profit in 1994 and 1995.

In collecting data, the writer used interviews, observation, and documentation. The data analysis went through these following steps computing : (1) the variance of gross profit, (2) the sales variance, (3) the selling price variance, (4) the volume variance, (5) the variance of total cost of goods sold, (6) the variance of cost of goods sold of each brand, (7) the variance of volume with the same selling price, (8) the variance of net volume, (9) the variance of sales composition, (10) the variance of final sales volume, and (11) determining the effectiveness of every variance by using the variance tolerance limit of 10%.