

ABSTRAK

EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT PERJALANAN WISATA

Studi Kasus pada PT. Panorama Tours Yogyakarta

Dewi Puspita Ratnaningrum
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui jenis paket perjalanan wisata apa pada biro perjalanan PT. Panorama Tours yang memberikan kontribusi paling besar menurut metode Segmentasi produk dengan pendekatan *Variable Costing*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik tersebut digunakan untuk mengumpulkan data mengenai paket perjalanan wisata dan gambaran umum perusahaan.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menghitung laba adalah Metode Segmentasi produk dengan pendekatan *variable costing*, dengan cara:
1. Menggolongkan biaya ke dalam biaya tetap langsung dan biaya tetap umum.
2. Menghitung laba segmentasi dari sampel paket.
3. Menghitung persentase laba segmentasi berdasarkan produk dan total produk.
4. Membandingkan besarnya laba segmentasi berdasarkan laba absolut dan persentase laba segmentasi.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa: 1. Untuk keputusan jangka panjang Yogyakarta Surprice paling menguntungkan yang memiliki laba absolut terbesar yaitu Rp 707.000,00 dengan persentase margin segmen berdasarkan produk 9,09% dan berdasarkan total produk 17,33%. 2. Untuk keputusan jangka pendek Yogyakarta Surprice "B" lebih menguntungkan dengan margin kontribusi sebesar 47,63%.

ABSTRACT

AN EVALUATION OF PER SEGMENT OF PROFITABILITY IN THE TOUR PAKAGE

The Case Study at PT. Panorama Tours Jogjakarta

Dewi Puspita Ratnaningrum

**Sanata Dharma University
Jogjakarta
2004**

This research was performed in purpose to find out Which tipe of tour packageserved by PT. Panorama Tours that gave the greatest contribution According to the menthod of product segmentation with the approach of Variable Costing.

The tecnique of data collection used was interview, observation, and documentation. They were used to collect the data of tourism tour package and the general description of company.

The tecnique of data analysis used to calculate the profit was the menthod of product segmentation with the approach of variable costing, the steps were: 1. categorizing the cost inti the direct and general fix cost, 2. Calculating the segment profit from the sample of pakage, 3. Calculating the persentage of segment profit based on the product and total product, 4. Comparing the amount of segment profit based on the absolute profit and the persentage of segment profit.

Based on the result of the analysis, it could be conclude that: 1. For the long term decision, Jogjakarta Surprice was the most profitable packageand had the greatest absolute profit, that was, Rp 707.000,00 with the persentage of segment margin based on the product and total product were 9,09% and 17,33%, respectively, 2. For the short term one, Jogjakarta Surprice "B" was more profitable with the contribution margin was 47,63%.