

## ABSTRAK

Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks, seringkali manajer dihadapkan pada kondisi dimana informasi yang diperoleh dari laporan keuangan tidak cukup digunakan dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan sehubungan dengan pencapaian tujuan perusahaan. Selain informasi dari laporan keuangan yang bersifat umum, manajer sangat membutuhkan laporan internal yang dapat memberikan informasi yang memadai dalam pengambilan keputusan secara tepat dan akurat.

Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu produk membutuhkan analisis segmentasi agar menghasilkan informasi yang akurat berkaitan dengan kontribusi laba masing-masing segmen. Laporan persegmen dapat dilakukan dengan dua metode yaitu *absorption costing* dan *variable costing*. Perusahaan lebih menyukai penyajian laporan persegmen dengan metode *variable costing* karena lebih logis bila digunakan dalam penilaian kinerja. Metode ini melakukan pembebanan biaya dengan memisahkan biaya variabel dan biaya tetap, sehingga dapat diketahui margin kontribusi dan margin segmen dari tiap-tiap segmen. Segmen yang patut dipertahankan adalah segmen yang mempunyai margin segmen positif. Apabila segmen bernilai negative maka dapat diartikan bahwa segmen tersebut tidak mampu menutup biaya tetap langsungnya serta tidak dapat memberikan kontribusi pada perusahaan dalam menutup biaya tetap bersama.

Penelitian ini membahas tentang laporan persegmen dengan metode variabel costing untuk menilai kinerja lini produk pada PT."X" yaitu segmen Yunitomo dan Standar. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, karena selama ini perusahaan belum pernah menerapkan laporan persegmen.

Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa lini produk Yunitomo dan Standar memiliki margin kontribusi dan margin segmen yang positif. Segmen Yunitomo lebih profitable karena mengalami kenaikan pada margin kontribusi dan margin segmennya dari tahun 2005-2006. Sedangkan untuk produk Standar mengalami penurunan pada margin kontribusi dan margin segmennya. Hal ini disebabkan karena terjadi penurunan penjualan pada tahun 2006 yang diakibatkan oleh ketidakmampuan segmen Standar untuk bersaing di kalangan pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen.