

Abstrak Skripsi

Informasi akuntansi merupakan sesuatu yang penting dalam proses manajemen dan akuntansi merupakan salah satu sistem informasi dalam banyak organisasi. Manajemen membutuhkan informasi akuntansi yang dapat membantu pihak manajemen dalam fungsi manajemen yang meliputi planning, controlling dan decision making yang dapat juga digunakan untuk performance evaluation.

Sebagian besar badan usaha bertujuan untuk memaksimalkan laba badan usaha. Dengan demikian badan usaha dalam menghadapi persaingan harus efisien dan efektif serta memiliki keunggulan kompetitif. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kegiatan operasional dengan menerapkan strategi kompetitif dimana strategi kompetitif ini merupakan strategi yang paling menentukan keberhasilan badan usaha.

Badan usaha harus melakukan upaya-upaya pembenahan serta mengevaluasi segala aktivitas yang telah dilakukan dalam rangka mencapai tujuannya. Evaluasi kinerja merupakan komponen penting dalam proses pengendalian manajemen dan dalam mengevaluasi kinerja harus disesuaikan dengan strategi yang dianut oleh badan usaha. Badan usaha dapat melakukan evaluasi dengan menggunakan rerangka berpikir yang dikemukakan oleh Shank dan Govindarajan yaitu Analisis Varians Laba yang terdiri dari tiga tahap.

Pada tahap pertama, dilakukan dengan membandingkan antara anggaran yang telah ditetapkan dengan hasil aktual. Namun dari hasil analisis tahap pertama ini, PT "Upayakita Arunggaplasindo" tidak dapat menerima informasi secara rinci mengenai varians tersebut dan dapat menyesatkan, sehingga dibutuhkan analisis tahap dua.

Analisis tahap dua didasarkan pada asumsi bahwa satu produk dengan dua variasi yang berbeda dan dianggap saling mensubstitusi dimana karakteristik pasar dimana kedua produk tersebut berkompetisi dan strategi yang dibutuhkan sama sehingga informasi yang dihasilkan dalam tahap dua masih dapat menyesatkan.

Namun dalam tahap tiga, analisis dihubungkan secara eksplisit dengan strategi sehingga dapat diketahui faktor penyebab terjadinya varian dari tiap-tiap produk. Di sini varians bauran penjualan tidak dihitung karena masing-masing produk memiliki strategi yang berbeda. Analisis tahap tiga ini sangat cocok digunakan pada PT "Upayakita Arunggaplasindo" karena disesuaikan dengan strategi yang dianut. Dengan demikian dapat diketahui penyebab dari varians-variens yang terjadi.