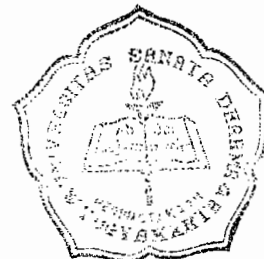


PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

STUDI KASUS PADA PT SRI RAMA TOURS YOGYAKARTA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh:

Ignatia Anita Dewayani

NIM : 93 2114 006

NIRM : 930051121303120006

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1998**

S K R I P S I

PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

**STUDI KASUS PADA PT SRI RAMA TOURS
YOGYAKARTA**

Oleh

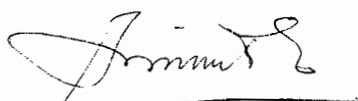
Ignatia Anita Dewayani

NIM: 932114006

NIRM: 930051121303120006

Telah disetujui oleh:

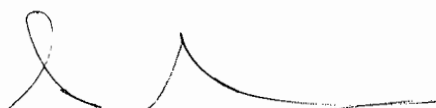
Pembimbing I



Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc

tanggal 15 Desember 1997

Pembimbing II



Drs. E. Sumardjono, MBA.

tanggal 14 Januari 1998

S K R I P S I
PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

**STUDI KASUS PADA PT SRI RAMA TOURS
YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan ditulis oleh

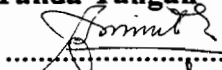

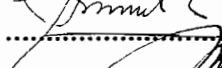
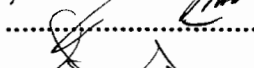

Ignatia Anita Dewayani

NIM: 932114006

NIRM: 930051121303120006

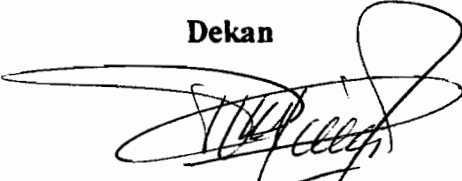
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 27 Januari 1998
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc	
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, MBA	
Anggota	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc	
Anggota	Drs. H. Herry Mardjo, Msi.	
Anggota	Drs. E. Sumardjono, MBA	

Yogyakarta, 29 Januari 1998
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma

Dekan



Drs. Th. Gieles, S.J.

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

- ♥ Bapak dan ibu tercinta
- ♥ Mas, mbak dan adik serta keponakanku terkasih
- ♥ Mas Kusharjana tersayang

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Penulis

Ignatia Anita Dewayani

ABSTRAK

Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata Studi Kasus pada PT Sri Rama Tours Yogyakarta

Ignatia Anita Dewayani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) bagaimanakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di PT Sri Rama Tours, 2) apakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di PT Sri Rama Tours sudah tepat.

Jenis penelitian yang dilakukan berupa studi kasus dengan mengambil tempat penelitian di PT Sri Rama Tours yang berlokasi di Gandok Agung Arcade Hotel Ambarukmo Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang dipakai adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis komparatif. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menjawab masalah pertama dengan cara peneliti menyajikan langkah-langkah penentuan tarif paket wisata di PT Sri Rama Tours. Sedangkan teknik analisis komparatif digunakan untuk menjawab masalah kedua dengan cara menentukan tarif menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* yang kemudian hasil tarif dibandingkan dengan tarif perusahaan. Perbandingan tarif dengan menggunakan uji t (*t-test*).

Berdasarkan analisa data yang dilakukan dapat diketahui bahwa 1) langkah-langkah penentuan tarif menurut PT Sri Rama Tours adalah menentukan tempat wisata, membuat jadwal perjalanan wisata, menentukan jumlah peserta paket tour, menentukan biaya-biaya yang akan dikeluarkan dalam menyusun paket tour, menentukan laba dan kemudian menentukan tarif paket tour. 2) Penentuan tarif dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* langkah-langkahnya adalah memisahkan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, menghitung total biaya tetap dan total biaya variabel, menghitung prosentase *mark up* dan kemudian menghitung tarif paket per orang. Setelah diketahui tarifnya kemudian dibandingkan dengan tarif perusahaan dengan uji t. Dari uji t diperoleh nilai statistik uji t = -5,804. Nilai tersebut terletak di daerah penolakan H_0 , berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif menurut perusahaan dengan tarif menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*. Dengan adanya perbedaan tersebut dapat dikatakan bahwa tarif PT Sri Rama Tours kurang tepat. 3) Tarif yang ditentukan PT Sri Rama Tours dapat dikatakan kurang tepat karena dalam menentukan komponen biaya tidak membebankan biaya tidak langsung seperti biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listrik, biaya riset, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya sewa gedung, biaya gaji karyawan, dan biaya administrasi dan umum, dan dalam menentukan biaya tidak sesuai dengan yang sesungguhnya dikeluarkan. Tetapi bila dilihat dari besarnya tarif dapat dikatakan tepat, karena dengan tarif tersebut perusahaan dapat bertahan. Sedangkan tarif yang dihitung penulis dapat dikatakan terlalu mahal karena membebankan biaya tidak langsung dan besarnya biaya sesuai dengan yang dikeluarkan perusahaan. Dengan biaya-biaya tersebut maka tarifnya menjadi tinggi atau mahal.

ABSTRACT

Estimating The Tariff of a Package Tour A Case Study on PT Sri Rama Tours in Yogyakarta

Ignatia Anita Dewagani
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The purpose of this research is to assess the method used to estimate the tariff of the package tours of PT Sri Rama Tours, and examine whether that estimate is appropriate.

This research is a case study on PT Sri Rama Tours in Gandok Agung Arcade in Ambarukmo Hotel, Yogyakarta. To obtain the data needed, this study used the techniques of interview, observation, and documentation.

Analysis of the data is done by using the techniques of descriptive analysis and comparative analysis. The technique of descriptive analysis is used to answer the first problem by describing the steps of PT Sri Rama Tours in determining the tariff. The technique of comparative analysis for the second problem used the method of *cost plus pricing* with the *variable costing* approach to calculate the tour tariff. That tariff is then compared with the tariff of PT Sri Rama Tours by a *t-test*.

Based on the analysis of data, the findings are as follow : (1) the steps according to PT Sri Rama Tours are : first, determine the places to be visited; second, arrange the itinerary; third, organize the number of participants of the tour, fourth, estimate all cost of arranging the package tour; fifth, determine the amount of profit, and finally determine the tariff of the package tour. (2) By using the method of *cost plus pricing* with the *variable costing* approach, the steps are first, divide the semivariable cost into fixed and variable cost; second, calculate the total cost from total fixed and total variable cost; third, calculate the percentage of *mark up*, and finally calculate the cost of per participant. After fixing the tariff with those steps, the result was compared with the tariff of the company-PT Sri Rama Tours by *t-test*. From the test, it was found that the t score is -5.804. Because the t score is in the area where H_0 (the null Hypothesis) is rejected, it means there is a significant difference between the tariff of the company and the result of the method of *cost plus pricing*. The difference informs us that the tariff set by PT Sri Rama Tours is inappropriate. 3) The inappropriateness of the tariff is because calculation of the various cost is done without considering the indirect cost of many units, such as the cost of marketing, communication, electricity, research, the depreciation of fixed assets, rent of the building, the salaries of employees, and the general administration . All those cost are not calculated as real expenses. In fact, the company keeps going with its (inappropriate) tariff. In that respect the tariff fixed can be said to be appropriate or viable. On the other hand, the tariff of a package tour as indicated by of using *cost plus pricing* method which includes all those indirect cost and calculated them as real expenses of the company is more expensive, and considering the situation and market condition faced by the company perhaps too expensive.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Mahaesa, karena rahmat dan kasih karunia-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi program studi akuntansi di fakultas ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Drs. A. Triwanggono, M.S. selaku pembantu dekan I yang telah memberikan surat pengantar untuk melakukan penelitian di PT. Sri Rama Tours Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc. selaku dosen pembimbing I yang ditengah kesibukannya selalu bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Drs. E. Sumardjono, MBA. selaku dose pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. E. Ita Mariza, M.M. yang telah banyak memberikan pengarahan serta koreksinya dalam penulisan skripsi ini.
5. Prof. Dr. J. Spillane dan staff P3Par Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mencari literatur buku-buku kepariwisataan yang dibutuhkan penulis.

6. Bapak Drs. Nugroho Soeprapto dan Bapak Drs. T. Soetopo selaku pimpinan PT Sri Rama Tours yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian. Serta kepada segenap staff karyawan PT Sri Rama Tours terutama kepada bapak Drs. Kuswahyudi yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data guna penyusunan skripsi ini.
7. Segenap teman-teman terkasih khususnya teman-teman Akuntansi B angkatan 1993 yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam bentuk apapun sehingga skripsi dapat terselesaikan.

Semoga Tuhan memberi balasan yang setimpal atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan senang hati penulis akan menerima semua saran dan kritik yang diberikan.

Akhir kata, penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Yogyakarta, Januari 1998

Penulis

DAFTAR ISI



	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pariwisata	6
1. Pengertian Pariwisata	6
2. Pengertian Pariwisata Sebagai Industri	7

3. Industri Biro Perjalanan	8
4. Paket Wisata/ <i>Package Tour</i>	10
B. Harga Jual.....	13
1. Pengertian Harga Jual	13
2. Tujuan Harga dan Informasi yang Dibutuhkan.....	13
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga	16
4. Kebijakan Penentuan Harga.....	19
5. Metode Penentuan Harga Jual yang Berorientasi pada Biaya.....	21
6. <i>Confidentiall Tariff</i>	27
C. Biaya.....	28
1. Pengertian Biaya.....	28
2. Perilaku Biaya	28
3. Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel.....	29
D. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
D. Data yang Dicari	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	33

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	37
B. Struktur Organisasi Perusahaan	38

C. Personalia	43
D. Pemasaran	44
E. Jasa	46
BAB V ANALISIS DATA	
A. Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata Liburan (<i>Holiday Package Tours</i>) pada PT Sri Rama Tours	49
B. Penentuan Tarif Paket Wisata Liburan dengan Metode <i>Variabel Costing</i>	68
C. Perbandingan Tarif <i>Yogya Holiday Package</i> Berdasarkan Metode <i>Variabel Costing</i> dengan Tarif <i>Yogya Holiday Package</i> Menurut Perusahaan	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	98
B. Keterbatasan Penelitian.....	101
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tarif sesungguhnya <i>Yogyakarta Holiday Package Tour</i>	51
2. Penjualan <i>Yogyakarta Holiday Package Tour</i>	70
3. Alokasi biaya pemasaran per paket.....	71
4. Alokasi biaya penyusutan aktiva tetap per paket.....	73
5. Alokasi biaya riset dan sumber daya manusia per paket	75
6. Alokasi biaya gaji karyawan per paket	76
7. Alokasi biaya administrasi dan umum per paket	77
8. Total biaya tetap dan biaya variabel <i>Yogya Highlight (YPH 01)</i>	78
9. Total biaya tetap dan biaya variabel <i>Yogya Kaleidoscope (YPH 02)</i>	79
10. Total biaya tetap dan biaya variabel <i>Yogya GoldenHoliday (YPH 03)</i>	80
11. Total biaya tetap dan biaya variabel <i>Yogya Out of Track 01 (YPH 04)</i>	80
12. Total biaya tetap dan biaya variabel <i>Yogya Out of Track 02 (YPH 05)</i>	81
13. Total biaya penuh masing-masing paket	81
14. Laba yang diharapkan.....	82
15. Tarif paket per orang	83
16. Perbandingan komponen biaya <i>Yogya Highlight (YPH 01)</i>	86
17. Perbandingan penentuan tarif <i>Yogya Highlight (YPH 01)</i>	86
18. Perbandingan komponen biaya <i>Yogya Kaleidoscope(YPH 02)</i>	87
19. Perbandingan penentuan tarif <i>Yogya Kaleidoscope (YPH 02)</i>	87
20. Perbandingan komponen biaya <i>Yogya Golden Holiday (YPH 03)</i>	88
21. Perbandingan penentuan tarif <i>Yogya Golden Holiday (YPH 03)</i>	88

22. Perbandingan komponen biaya <i>Yogya Out of Track 01</i> (YPH 04).....	89
23. Perbandingan penentuan tarif <i>Yogya Out of Track 01</i> (YPH 05).....	89
24. Perbandingan komponen biaya <i>Yogya Out of Track 02</i> (YPH 05).....	90
25. Perbandingan penentuan <i>tarif Yogya Out of Track 02</i> (YPH 04).....	90
26. Perhitungan nilai t sampel.....	92

DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
II.1. Industri Pariwisata.....	8
II.2. Kegiatan Biro Perjalanan.....	9
III.1. Struktur Organisasi PT Sri Rama Tours.....	39

BAB I
PENDAHULUAN



A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perusahaan adalah suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memenuhi kebutuhan yang dapat memberikan laba. Menurut outputnya, perusahaan terbagi menjadi 2 yaitu perusahaan yang menghasilkan produk barang dan jasa. Dewasa ini industri jasa semakin berkembang dengan pesat dan peranannya semakin penting. Salah satu industri jasa yang terus berkembang pesat adalah industri pariwisata. Oleh sebab itu industri pariwisata perlu mendapat perhatian khusus. Terutama karena kekayaan alam, adat istiadat, kebhinnekaan suku bangsa dan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia perlu lebih digali demi perkembangan kepariwisataan bangsa kita.

Bagi Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang besar, kegiatan kepariwisataan diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan dengan pemasukan devisa yang memadai. Pemasukan devisa yang memadai ini akan membantu dalam pembangunan bangsa Indonesia. Oleh sebab itu pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional.

Untuk itu pemerintah selalu memperhatikan perkembangan kepariwisataan antara lain dengan mengadakan *Visit Indonesia Year*, Pekan Pariwisata dan lain sebagainya. Dengan adanya peristiwa-peristiwa tersebut, diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan manca negara.

Dengan peningkatan jumlah wisatawan tersebut harus diimbangi dengan peningkatan biro perjalanan wisata (*tour and travel*) baik dalam kualitas dan kuantitasnya. Terutama pada masa sekarang ini dunia pariwisata memberikan tantangan kepada biro perjalanan sebab di masa yang akan datang tidak dapat diketahui keadaannya. Satu hal yang pasti adalah

keadaan yang semakin kompetitif akan memerlukan keahlian managerial yang baik untuk kesuksesan suatu biro perjalanan wisata dalam bisnis pariwisata.

Untuk itu kemampuan manajemen dalam menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan akan sangat mempengaruhi kemajuan dan kelangsungan biro perjalanan wisata. Kebijakan tersebut tertuang dalam marketing mix yaitu kebijakan perencanaan produk, kebijakan penetapan harga, kebijakan penyaluran fisik serta kebijakan promosi penjualan.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang tidak dapat diabaikan oleh manajemen. Sebab dalam menentukan jadi atau tidaknya membeli, konsumen dipengaruhi oleh besarnya harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan sebagai produsen. Untuk itu biro perjalanan wisata harus dapat menetapkan harga jual yang paling tepat dalam arti dapat memuaskan konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Pada dasarnya dalam keadaan normal harga jual produk/ jasa harus dapat menutup biaya penuh perusahaan dan menghasilkan laba. Biaya penuh merupakan total biaya yang bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut (Mulyadi, 1993, h.50). Apabila harga jual yang ditetapkan tidak dapat menutup biaya yang dikorbankan, perusahaan tidak akan dapat terus berkembang. Oleh karena itu harga jual harus dapat memuat unsur biaya yang dikorbankan.

Keputusan penentuan harga jual menjadi hal yang unik oleh karena itu banyak faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Disamping itu unsur-unsur pembentuk harga jual perusahaan jasa tentu berbeda dengan perusahaan manufaktur. Hal ini mendorong penulis sehingga penulis tertarik untuk meneliti masalah penentuan harga jual, khususnya harga jual untuk perusahaan jasa. Penelitian mengenai penerapan kebijaksanaan penentuan harga jual ini dilakukan pada perusahaan jasa biro perjalanan wisata.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diajukan permasalahan sebagai

berikut:

1. Bagaimana penentuan tarif paket perjalanan wisata di biro perjalanan PT Sri Rama Tours?
2. Apakah penentuan tarif paket wisata di biro perjalanan PT Sri Rama Tours sudah tepat?

C. BATASAN MASALAH

Suatu biro perjalanan mempunyai berbagai macam kegiatan seperti menjual ticket, menyelenggarakan dan menjual pelayanan wisata, menyusun dan menjual paket wisata baik dalam negeri maupun luar negeri, asuransi dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas untuk biro perjalanan yang menyelenggarakan suatu paket perjalanan wisata dalam negeri.

Paket perjalanan wisata maksudnya suatu paket perjalanan mengunjungi berbagai tempat wisata di mana hal-hal yang berhubungan dengan wisata tersebut seperti transportasi, kamar hotel, makan, tiket masuk tempat wisata dan sebagainya diurus oleh biro perjalanan. Dalam melihat bagaimana penetapan harga jual suatu paket perjalanan wisata, penulis akan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*.

Metode *cost plus pricing* digunakan karena memiliki keunggulan sebagai berikut:

1. Jika biaya-biayanya cukup stabil hingga dapat ditetapkan sebagai biaya standar untuk periode lama maka stabilitas harga yang timbul karenanya secara administratif lebih mudah dan kurang memusingkan tenaga penjual, para pengecer serta para pembeli dibandingkan dengan harga yang terus menerus berubah.
2. Metode tersebut agaknya merupakan jaminan terhadap kerugian-kerugian andaikata semua biaya dibebankan atas output, maka semua biaya akan dicapai kembali dari penjualan output tersebut.

3. Cost Plus merupakan cara yang sederhana sehingga memungkinkan dilakukan pengawasan- pengawasan. (Winardi SE, 1991, h.172).

Pendekatan *variabel costing* digunakan karena bermanfaat bagi manajemen dalam mengambil keputusan penentuan tarif . Apabila manajemen menggunakan *variabel costing*, maka biaya tetap dan biaya variabel dipisahkan secara tegas dan akan menghasilkan informasi contribution margin yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya variabel. Informasi kontribusi margin ini dapat digunakan untuk berbagai pengambilan keputusan khususnya untuk jangka pendek.

D. TUJUAN PENELITIAN

Dengan mengacu pada rumusan yang telah dipaparkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di biro perjalanan PT Sri Rama Tours.
2. Untuk mengetahui apakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di biro perjalanan PT Sri Rama Tours sudah tepat.

E. MANFAAT PENELITIAN

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Biro Perjalanan Wisata

Hasil penelitian dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan terutama dalam menentukan tarif paket perjalanan wisata.

2. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat memperoleh wawasan yang luas

untuk dapat mengembangkan ilmu yang diterima dibangku kuliah di yang berkaitan dengan biro perjalanan.

3. Bagi Universitas Sanata Dharma

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah bacaan bagi mahasiswa Universitas Sanata Dharma dan dapat digunakan sebagai pertimbangan dan acuan dalam penulisan karya ilmiah.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tinjauan teoritis yang ada hubungannya dengan penentuan tarif paket perjalanan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan jenis penelitian, tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan disajikan hasil penelitian lapangan, kemudian dianalisis untuk menentukan apakah langkah-langkah penentuan dan besarnya tarif pada perusahaan yang diteliti sudah tepat.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang diusulkan kepada manajemen perusahaan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB II
LANDASAN TEORI
A. PARIWISATA

1. PENGERTIAN PARIWISATA

Kata pariwisata secara etimologi berasal dari bahasa Sanskerta. *Pari* berarti banyak, berkali-kali. Sedangkan *wisata* mempunyai arti perjalanan, bepergian, bersinonim dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lain, dalam bahasa Inggris disebut "*tour*". Ada beberapa ahli yang memberikan pengertian pariwisata. E. Guyer Freuler merumuskan batasan pengertian pariwisata sebagai berikut:

Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas dasar kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai macam bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan (Oka Yoeti, 1996, h.115).

Kemudian batasan pengertian pariwisata lebih bersifat teknis dikemukakan oleh Profesor Hunziker dan Profesor Kraff dari Swiss. Pengertian pariwisata tersebut adalah:

Keseluruhan daripada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing, asalkan pendiamannya tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktifitas yang bersifat sementara (Oka Yoeti, 1996, h.115).

Dari berbagai batasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia untuk melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain di mana itu dilakukan untuk sementara waktu dan perjalanan itu berkaitan dengan rekreasi.

2. PENGERTIAN PARIWISATA SEBAGAI INDUSTRI.

Industri pariwisata di Indonesia belum lama dikenal. Dikenal setelah keluar Instruksi Presiden RI No.09 tahun 1969. Industri pariwisata menurut RS. Darmajadi adalah:

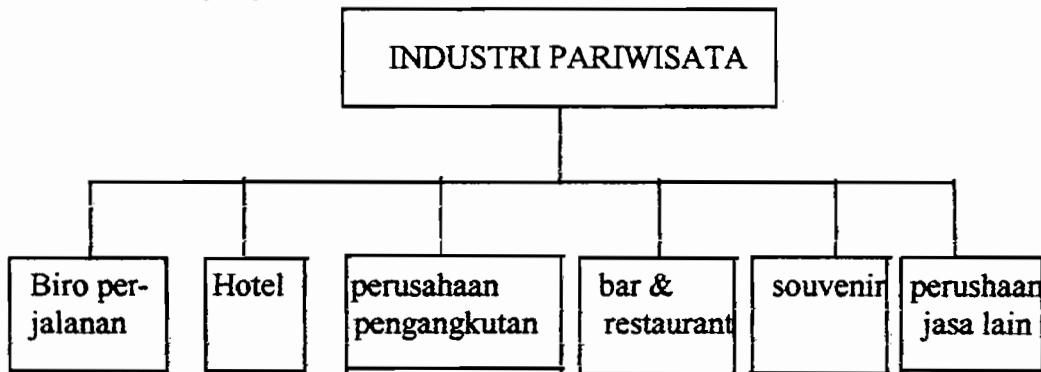
Industri pariwisata merupakan suatu rangkaian daripada berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa/layanan- layanan atau service yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perbuatannya (Oka Yoeti, 1996, h.141).

Dalam rumusan di atas dapat diketahui bahwa di dalam melakukan perjalanan wisata dibutuhkan banyak jasa/layanan/service. Oleh sebab itu dibutuhkan produk dan jasa dari berbagai bidang yang dikelola perusahaan yang langsung terkait membentuk industri pariwisata.

Adapun perusahaan yang dapat membentuk industri pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Biro perjalanan yaitu perusahaan yang telah memberi informasi dan advis melakukan reservasi, mengurus ticket, serta pengurusan dokumen perjalanan sehubungan dengan perjalanannya. Juga menyelenggarakan *sightseeing*, *entertainment* dan atraksi wisata lainnya.
- b. Perusahaan pengangkutan, dapat berupa angkutan darat, udara maupun laut yang akan membawanya ke daerah wisata.
- c. Akomodasi/perhotelan, tempat di mana seseorang akan menginap untuk sementara waktu selama ia berada di daerah tujuan wisata.
- d. Bar dan restaurant, tempat ia dapat memesan makan dan minuman sesuai selera.
- e. *Souvenir* dan *handicraft*, tempat dimana wisatawan dapat berbelanja untuk membeli oleh-oleh sebagai kenang-kenangan yang akan dibawa pulang.

- f. Perusahaan yang berkaitan dengan aktifitas wisatawan, yaitu perusahaan seperti tempat menjual dan mencetak film, *camera*, *postcard*, *money changer*, *bank* dan lain sebagainya.



Bagan II.1. Industri Pariwisata

3. INDUSTRI BIRO PERJALANAN

Dalam keputusan Menteri Perhubungan nomor: 09 PM/PW.104/PHB.77 diuraikan berbagai bentuk industri biro perjalanan (*travel agent*):

- a. Biro perjalanan umum adalah perusahaan yang melakukan kegiatan paket wisata dan agen perjalanan.
- b. Agen perjalanan adalah perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan ticket/karcis sarana angkutan dan lain-lain serta pemesanan sarana wisata.
- c. Cabang biro perjalanan umum adalah satuan-satuan usaha dari suatu biro perjalanan umum yang berkedudukan ditempat yang sama atau ditempat lain yang memberikan pelayanan sehubungan dengan kegiatan-kegiatan biro perjalanan umum.

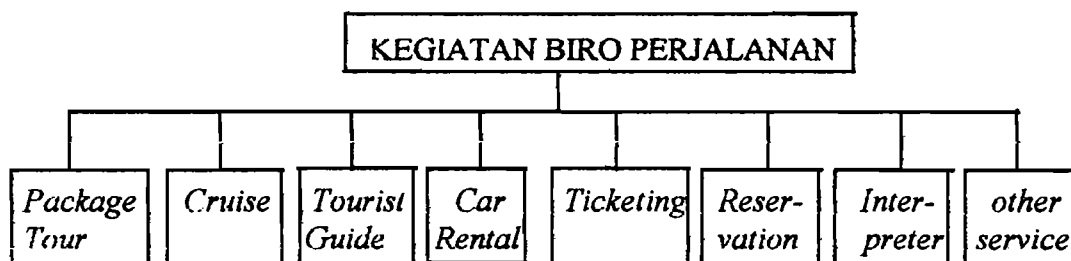
Kalau kita perhatikan batasan tersebut di atas maka kita memperoleh dua pengertian, disamping Agen Perjalanan (*Travel Agent*) dijumpai istilah Biro Perjalanan (*Travel Bureau*) yang mempunyai kegiatan yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Menurut ketentuan ini kegiatan Biro Perjalanan ialah:

- a. *Package Tour*. Menyusun dan menjual paket wisata luar negeri dan dalam negeri kepada umum atau permintaan.
- b. *Crusie*. Menyelenggarakan dan menjual pelayanan wisata
- c. *Tourist guide*. Menyelenggarakan pemanduan wisata.
- d. *Car rental*. Menyediakan fasilitas sewa mobil untuk antar jemput (*transfer*), *excursion*.
- e. *Ticketing*. Menjual ticket/karcis sarana angkutan.
- f. *Reservation*. Mengadakan pemesanan sarana wisata seperti hotel, transportasi.
- g. *Interpreter*. Pelayanan di tempat kedatangan dan keberangkatan.
- h. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Sedangkan kegiatan usaha agen perjalanan hanya sebagian dari usaha biro perjalanan umum. Seperti dicantumkan dalam peraturan di atas, disebutkan bahwa kegiatan agen perjalanan mencakup:

- a. Menjual ticket/karcis sarana angkutan dan lain-lain.
- b. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
- c. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan.



Bagan II.2. Kegiatan biro perjalanan

Biro perjalanan terbagi dalam 2 macam yaitu *wholesale* dan *retail* (*Profesional Travel Agency Management* (terjemahan) J. Spiilane dan Lilis, 1996, h.4). Suatu

perusahaan yang berbentuk *wholesale* akan mengkhususkan diri pada pengorganisasian berbagai macam komponen perjalanan yang kemudian dijual kepada masyarakat melalui jaringan biro perjalanan yang berbentuk *retail*. Biro perjalanan *wholesale* kadang juga melakukan fungsi *retail* yaitu mereka mengorganisasikan suatu paket wisata dan menjualnya langsung kepada konsumen. Sebaliknya biro perjalanan *retail* kadang-kadang berfungsi sebagai *wholesale* yaitu mengorganisasikan suatu paket sendiri dan kemudian menjualnya.

Suatu penelitian baru-baru ini menunjukkan bahwa masyarakat bersedia menggunakan jasa biro perjalanan karena kemudahan, kesempatan konsultasi, dan anggapan bahwa pelayanan yang didapat dari biro perjalanan memuaskan. Biro perjalanan sangat membantu khususnya kepada masyarakat yang mencari tempat dan pengalaman berlibur yang baru. Suatu penelitian menunjukkan hampir separuh dari mereka yang mengunjungi biro perjalanan tidak mempunyai rencana yang pasti mengenai tujuan berlibur. Para wisatawan biasanya tahu liburan macam apa yang mereka inginkan, tetapi mereka tidak tahu dengan pasti pilihan tempatnya.

Karena itu biro perjalanan mempunyai peranan penting dalam pengambilan keputusan mengenai pemilihan berlibur. Peranan biro perjalanan terutama dalam pemilihan bagian dalam suatu perjalanan seperti transportasi, hotel, paket tour dan lain sebagainya.

4. PAKET WISATA/PACKAGE TOUR

Aktivitas-aktivitas biro perjalanan meliputi menyusun paket-paket wisata, yang boleh disebut sebagai jasanya yang khas. Untuk menciptakan jasa tersebut, biro perjalanan harus memiliki perencana tur yang ahli dan mempunyai relasi/koneksi dengan

biro-biro terkait misalnya sarana transportasi, sarana jasa boga, obyek atau daya tarik wisata dan jasa layanan panduan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa biro perjalanan tidak hanya dapat mengandalkan sumber daya obyeknya saja tetapi juga kemampuan orang-orangnya (Ita Mariza, 1997, h.2).

Paket Wisata dibedakan menjadi 3 kelompok:

1. Paket wisata *tailor-made* (perseorangan maupun group)

Paket wisata *tailor-made* dipersiapkan sesuai dengan keinginan calon pembeli. Biro perjalanan mengaturnya sesuai permintaan baik untuk perseorangan maupun untuk kelompok. Rencana perjalanan dapat diserahkan langsung kepada biro. Perencana wisata setelah mendapat seluruh data yang dibutuhkan, akan mencoba menawarkan harga yang bersaing kepada pembelinya.

Dalam membuat paket wisata *tailor made* harapan dan keinginan calon pembeli adalah apa yang harus dipenuhi dan dipuaskan, maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor berikut:

a. Tujuan wisata

Tujuan wisata penting diketahui untuk memutuskan sarana-sarana yang akan dipakai dalam perjalanan, sebab hal tersebut berhubungan dengan maksud wisata tersebut misalnya tujuan kerohanian, turisme, bisnis atau olah raga.

b. Pemesan

Untuk membuat rencana paket wisata ini, sangat lah penting untuk mengetahui umur, jenis kelamin, tingkat budaya, keadaan keuangan dari orang-orang yang berkepentingan atau dapat disebut sebagai calon klien.

c. Pengidentifikasian waktu

Hal ini penting agar perencana wisata dapat memberikan saran kepada calon pembeli hal-hal yang berhubungan situasi pada saat perjalanan.

d. Pilihan tempat untuk dikunjungi

Perlu bagi perencana wisata untuk memberikan saran sehubungan dengan tempat wisata yang akan dikunjungi berkaitan dengan musim dan tujuan wisata.

e. Cara dan sarana transportasi

Perjalanan yang ditempuh haruslah yang paling penting cocok dengan tujuan wisata.

f. Pelayanan Penyambutan

Perencana Wisata harus mencoba untuk mengerti preferensi calon pembeli dan menyarankan tipe akomodasi yang sesuai.

2. Paket wisata terencana (*ready-made*) (perseorangan maupun group)

Paket wisata terencana dipersiapkan untuk mengikuti trend pasar. Kenyataannya, rencana perjalanan dan pelayanan yang diberikan biro perjalanan ditetapkan setelah meneliti keadaan pasar. Tuntutan pasar saat ini dan mendatang haruslah dipelajari sepenuhnya dengan baik. Paket wisata ini ditawarkan pada masyarakat umum melalui pamflet, brosur dan katalog.

3. Paket liburan (perseorangan)

Paket liburan adalah periode tinggal di suatu daerah liburan, yang pemesanan perjalanan dan akomodasinya dilakukan oleh biro perjalanan dan dibayar oleh calon pembeli pada saat pemesanan. Paket liburan ini mencoba memuaskan keinginan orang akan olahraga, rekreasi dan fasilitas kesehatan. Paket ini biasanya ditawarkan

oleh biro perjalanan, tetapi dapat juga diatur sesuai dengan saran-saran dari calon pembeli.

B. HARGA JUAL

1. PENGERTIAN

Istilah harga jual menurut RA. Supriyono (*Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen*, 1993, h.332) adalah jumlah moneter yang dibebankan untuk suatu inti usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual.

Harga jual merupakan ongkos yang dibebankan pada konsumen untuk sebuah perjalanan yang besarnya ditentukan oleh biro perjalanan (*Sarbey, Group Travel Operation Manual*, 1985, h.84).

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba.

Bukan suatu hal yang mudah untuk menentukan harga suatu perjalanan. Harga suatu tour seharusnya dapat menutup seluruh biaya perjalanan dan memberikan keuntungan bagi biro perjalanan tetapi di mata konsumen harga tersebut masih dianggap memadai dan masuk akal. Penentuan harga yang terlalu tinggi konsumen tidak bersedia membeli, sebaliknya bila harga terlalu rendah, keuntungan menjadi minim, atau bahkan merugi, untuk jangka panjang jelas tidak menguntungkan perusahaan.

2. TUJUAN HARGA DAN INFORMASI YANG DIBUTUHKAN

Daian menentukan harga jual jasa/produk, terlebih dahulu manajemen perlu

menentukan tujuan penetapan harga tersebut. Tujuan ini akan menjadi salah satu pedoman kerja perusahaan.

Manajemen perlu juga mengetahui informasi-informasi yang berhubungan dan membantu dalam penentuan harga jual. Sehingga harga yang ditetapkan merupakan harga yang benar-benar diharapkan.

Pada umumnya tujuan penentuan harga menurut Basu Swastha (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, 1994, h.148):

1. Mendapatkan laba maksimal.

Harga dapat ditentukan oleh pembeli dan penjual. Penjual akan dapat menaikkan harga apabila daya beli konsumen makin besar. Dengan kondisi tersebut penjual akan mempunyai harapan untuk mendapatkan laba yang diinginkan.

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang diharapkan.

Harga yang dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara bertahap. Pengembalian investasi tersebut berasal dari laba yang diperoleh perusahaan.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan.

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Tetapi kadang para penjual menawarkan barang atau jasa dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan tidak hanya melalui kebijakan tapi misalnya melalui servis/pelayanan.

4. Mempertahankan atau memperbaiki market share.

Memperbaiki market share hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, di samping juga kemampuan di bidang pemasaran, keuangan dan sebagainya. Bagi perusahaan

kecil yang mempunyai kemampuan terbatas biasanya penentuan harga ditujukan untuk sekedar memperiahankan *market share*.

Sedang tujuan penetapan harga menurut Douglas Foster (*Travel and Tourism Management*, 1985, h.233) adalah:

1. Mengharapkan profit/profitabilitas, baik jangka pendek maupun jangka panjang, tanpa melihat resiko yang lalu, juga mengharapkan penghasilan.
2. Memperoleh dasar penetapan *return of investment (ROI)*.
3. Mencapai pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, dan jika memungkinkan mendapat kestabilan bisnis yang paling bagus.
4. Meminimalkan resiko terutama untuk kerugian yang pokok.
5. Menjaga hutang agar tetap pada batas yang layak.
6. Menjadikan perusahaan berada dalam garis depan dalam perubahan industri.

Adapun informasi-informasi dasar yang dibutuhkan dalam penentuan harga menurut Douglas Foster (*Travel and Tourism Management*, 1985, h.233) adalah:

1. Data dan informasi dari harga pasar yang berlaku seperti harga khusus dari pesaing utama.
2. Pandangan harga dari konsumen, perusahaan pesaing. Juga pandangan tentang tuntutan harga (meliputi harga, perubahan harga yang sering terjadi). Apakah mereka peka dalam perubahan harga?
3. Apakah harga-harga di pasar elatisitas permintaanya ?
4. Adanya perubahan dalam volume penjualan dan pendapatan di pasar dan lokasi pusat wisata.

3. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENENTUAN HARGA

Tingkat harga yang terjadi di pasar, dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti

1. Kondisi perekonomian

Kondisi perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Kondisi perekonomian yang ada antara lain kondisi perekonomian naik, normal dan resesi.

2. Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar.

Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Sifat permintaan pasar antara lain *inelastis*, *elastis* dan *unitary elasticity*.

4. Persaingan

Harga jual jasa sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Biro perjalanan tidak dapat menentukan harga tanpa melihat harga dari pesaing.

Sebab bila tidak melihat harga dari pesaingnya, akan mendapat kesulitan dalam memperoleh konsumen.

Misalnya biro perjalanan Anggrek menyusun paket wisata ke pulau Bali dengan harga Rp.143.000,00 per orang, sedangkan harga dari biro perjalanan Melati sebesar Rp.140.000,00. Harga yang ditetapkan biro perjalanan Anggrek terlalu tinggi, maka konsumen akan memilih biro perjalanan Melati. Sebab biasanya konsumen akan memilih biro perjalanan yang menetapkan harga lebih murah dan mendapat pelayanan sebaik-baiknya. Agar dapat menjual paket wisata yang harganya lebih tinggi dari biro perjalanan lain, biro perjalanan Anggrek harus mempunyai cara bagaimana menarik konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanannya. Untuk itu harus ada keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki oleh biro perjalanan lain yang dapat menjadi nilai tambah bagi biro perjalanan Anggrek sehingga konsumen tertarik. Misalnya dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya seperti konsumen disambut dengan senyum ramah sehingga konsumen akan merasa betah dan tertarik untuk mengetahui paket wisata tersebut yang akhirnya akan menggunakan jasanya. Dalam membuat paket wisata biro perjalanan Anggrek memberikan fasilitas dan sarana yang baik seperti kendaraan yang digunakan ber-AC, makanan yang dihidangkan rasanya enak, *tour leader* memberikan pelayanan baik dan menyenangkan dengan menceritakan semua tentang obyek wisata yang dikunjungi. Jadwal yang telah disusun dalam brosur ditepati, sehingga konsumen dapat menikmati semua objek wisata yang direncanakan. Pelayanan yang memuaskan, akan menjadikan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan dan dapat menjadi pelanggan yang akan tetap menggunakan jasa biro tersebut. Juga konsumen

secara tidak langsung akan membantu promosi dengan menceritakan kepada siapa saja tentang kebaikan biro perjalanannya dan menyarankan untuk menggunakan jasa bironya. Dan sebaliknya bila konsumen tidak puas akan menjelek-jelekan biro perjalanan tersebut.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya akan menghasilkan keuntungan.

Faktor biaya yang merupakan dasar dalam menentukan harga paket wisata antara lain biaya riset, biaya pemasaran, makanan-minuman, biaya keliling kota dengan segala aktivitas di dalamnya, tip, hadiah untuk pelanggan seperti souvenir, biaya macam-macam dan biaya lainnya seperti transportasi, hotel, sumber daya manusia (termasuk *tour manager*) dan laba.

6. Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang atau jasa sering dikaitkan dengan tujuan yang akan di capai. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai antara lain: laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal tertanam.

7. Peraturan pemerintah

Peraturan pemerintah dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

4. KEBIJAKSANAAN PENENTUAN HARGA

Beberapa kebijaksanaan dasar dalam menentukan harga atau tarif perjalanan adalah (Douglas Foster, 1985, h.234):

1. *Skim pricing*

Harga jasa pertama kali ditentukan dengan harga tinggi di mana harga tinggi tersebut untuk mengurangi kompetisi intensif. Kebijaksanaan ini digunakan sebagai penentuan dari harga awal dan dibutuhkan pada saat total laba diinginkan untuk melindungi produk dari pesaing.

2. *Penetration pricing*

Penetapan harga ditentukan dengan laba lebih rendah dari *skim pricing* sehingga hasil yang diharapkan akan mempunyai jangka waktu yang lama. Hal ini biasanya muncul pada saat sebuah jasa ditentukan secara mantap untuk meningkatkan volume bisnis sehingga dapat menerobos pasar yang sudah terbentuk. Kemudian peningkatan harga dilakukan secara bertahap.

3. *Mixed*

Penetapan harga dibuat dengan memperkirakan sebuah harga dan menurunkan per bagian untuk menghapus kompetisi kemudian menggunakan *penetration pricing* untuk mencapai syarat-syarat posisi pasar.

4. *Differential pricing*

Penetapan harga dibuat dengan membedakan harga untuk produk yang sama dijual oleh perusahaan lain dan juga membedakan lokasi pemasaran maupun lokasi tempat wisata, serta konsumen yang akan menjadi pelanggannya.

5. *Cost-plus pricing*

Seluruh biaya yang berhubungan dengan sebuah perjalanan dijumlah dan

membuat suatu prosentase untuk melengkapi laba yang dibutuhkan.

6. *Single price for all*

Satu harga ditujukan untuk setiap orang.

7. *Variabel pricing*

Digunakan untuk mengatur permintaan menurut persediaan atau situasi permintaan. Misalnya sebuah paket perjalanan permintaannya melebihi harga sebuah jasa dalam perjalanan tersebut, maka harga paket perjalanan tersebut akan dapat berkurang dari harga yang telah ditentukan perusahaan.

8. *Price lining*

Harga yang dipilih dapat untuk memperhitungkan biaya bagian yang terkait dari keseluruhan produk, serta tidak didasarkan pada perkiraan harga untuk masing-masing individu. Penetapan harga ini berarti produk/jasanya harus dapat ditetapkan harganya dalam rentang harga yang dapat diterima konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan.

9. *Promotional pricing*

Kebijaksanaan ini menggunakan harga yang lebih rendah daripada keadaan normal. Sebagai contoh peluncuran jasa baru atau mengusahakan meningkatkan jasa yang telah ada.

10. *Market pricing*

Kebijaksanaan penetapan harga menurut permintaan pasar. Sering terjadi perusahaan tidak mempunyai kontrol dalam menetapkan harga pasar. Hal ini disebabkan harga dapat berubah-ubah setiap hari menurut permintaan dan penjualan.

5. METODE PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK ATAU JASA

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Biasanya permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer karena menghadapi banyak ketidakpastian. Oleh sebab itu satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi adalah biaya. Tanpa memperhatikan faktor biaya secara lebih mendalam, dalam jangka panjang kontinuitas perusahaan akan terhambat. Kelemahan dari penentuan harga jual atas dasar biaya adalah (Supriyono, 1991, h.351):

1. Mengabaikan faktor permintaan dan penawaran, karena harga jual seringkali tidak mempunyai hubungan yang erat dengan biaya
2. Tidak menggambarkan persaingan, karena harga jual tidak hanya dipengaruhi oleh biaya tetapi juga oleh persaingan dan tersedianya jasa alternatif beserta harganya.
3. Tidak mempertimbangkan berbagai faktor atau tujuan perusahaan lain.

1. Metode Penentuan Harga Jual

Dalam perusahaan manufaktur maupun jasa, penentuan harga jual seringkali menggunakan metode harga jual normal (*Normal Pricing*). Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu prosentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya yang dihitung dengan formula tertentu).

Sedangkan harga jual produk atau jasa ditentukan dengan formula:

Harga jual = taksiran biaya penuh + % laba yang diharapkan

Metode *cost plus pricing* dibedakan menjadi:

a. Harga Jual Berdasarkan Metode Harga Pokok Penuh (*Full Costing*)

Pengertian biaya penuh dalam metode *full costing* adalah:

1. Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume jasa. Biaya ini dipakai sebagai dasar penentuan harga jual. Biaya ini berupa biaya jasa atau biaya penyusunan paket wisata. Misalnya biaya transportasi, tour leader, parkir, makanan minuman, tip, tiket masuk wisata.
2. Biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume jasa. Biaya ini ditambahkan pada laba yang diharapkan untuk kepentingan prosentase *mark up*. Biaya ini berupa biaya non jasa atau biaya jasa yang mendukung penyusunan paket wisata. Misalnya gaji pegawai, depresiasi peralatan, dpresiasi gedung, depresiasi tape, telpon/fax, listrik, biaya pemasaran, biaya administrasi.

Harga jual ditentukan sebesar biaya jasa ditambah *mark up* yang diinginkan, dimana *mark up* tersebut digunakan untuk menutup biaya non jasa dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan

Rumus Harga jual per unit adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{l} \text{Harga jual} \\ \text{per unit} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Biaya yang dipengaruhi langsung} \\ \text{oleh volume jasa pe unit} \end{array} + \% \text{ Mark up}$$

b. Harga Jual Berdasarkan Metode Harga Pokok Variabel (*Variabel Costing*)

Pengertian Biaya penuh dalam metode *variabel costing* adalah:

1. Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume jasa. Biaya ini dipakai sebagai dasar penentuan harga jual. Biaya ini terdiri dari biaya variabel.

2. Biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume jasa. Biaya ini ditambahkan pada laba yang diharapkan untuk kepentingan prosentase *mark up*. Biaya ini terdiri biaya tetap.

Harga jual ditentukan sebesar biaya variabel ditambah *mark up* yang diinginkan, *mark up* tersebut digunakan untuk menutup semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Rumus harga jual per unit adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume jasa per unit} + \% \text{ Mark up}$$

Contoh:

Manajemen Haryono Tour & Travel diatas menggunakan metode *variabel costing*, dan menentukan besarnya *mark up* sebesar 590,1% untuk paket 1 orang, 323,5% untuk paket 2-3 orang dan 256,8% untuk paket 4-6 orang. (perhitungan di sub topik berikutnya).

Adapun biaya yang dikeluarkan terdiri dari:

Biaya Tetap:

Transportasi	Rp.30.000,00
Tour Leader	10.000,00
Parkir	2.000,00
Gaji pegawai	4.000,00
Depresiasi peralatan	32,38
Depresiasi gedung	46,67
Depresiasi tape	15,42
Telpon/fax	880,00
Listrik	20,53
Biaya pemasaran	300,00
Biaya administrasi	240,00

Rp. 47.535,00

Biaya variabel:

Makanan-minuman	10.000,00
Tip	5.000,00
Tiket masuk wisata	10.000,00

Rp. 25.000,00

Maka harga jual paket wisata untuk 1 orang:

Biaya variabel	Rp. 25.000,00	
<i>Mark up</i> (590,1% x 25.000)	147.525,00	
		+
Harga jual per orang	Rp. 172.525,00	

Sedangkan untuk paket 2-3 orang:

Biaya variabel (2 x 25.000)	Rp. 50.000,00	
<i>Mark up</i> (290,07% x 25.000)	147.535,00	
		+
	Rp. 197.535,00	
Jumlah peserta paket	2	
		:
Harga jual per orang	Rp. 98.767,50	

Dan untuk paket 4-6 orang sebesar:

Biaya variabel (4 x 25.000)	Rp. 100.000,00	
<i>Mark up</i> (147,53% x 100.000)	147.530,00	
		+
	Rp. 247.530,00	
Jumlah peserta paket	4	
		:
Harga jual per orang	Rp. 61.882,50	

2. Penentuan *Mark up*

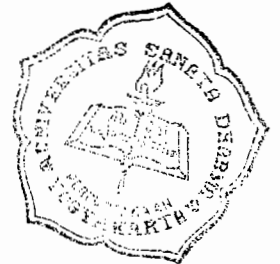
Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual *cost-plus* adalah penentuan besarnya prosentase *mark up* yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya. Pada *full costing* tidak memasukkan biaya non jasa sebagai elemen biaya dan pada *variabel costing* tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu *mark up* harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Pendekatan *return on investment (ROI)* dapat digunakan untuk menentukan besarnya prosentase *mark up* yang ditambahkan pada biaya. *Mark up* yang dihitung

dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan.

Rumus perhitungan *mark up* dalam pendekatan *full costing* (Supriyono, 1991, h. 357)

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva} + \text{biaya non jasa yang ditanamkan}}{\text{volume penjualan (unit)} \times \text{Biaya jasa}}$$



Sedangkan rumus perhitungan *mark up* dalam pendekatan *variabel costing*:

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva} + \text{biaya tetap yang ditanamkan}}{\text{volume penjualan (unit)} \times \text{Biaya variabel}}$$

Contoh

Jika Haryono Tour & Travel telah menginvestasikan dananya sebesar Rp. 1.000.000,00 untuk mendukung kelancaran perusahaan dalam mengadakan paket wisata ke Borobudur. Paket wisata ini untuk 1 orang, 2-3 orang dan 4-6 orang dan manajemen menginginkan ROI sebesar 10%. Besarnya *mark up* berdasar metode *variabel costing* untuk paket 1 orang:

$$\begin{aligned} &= \frac{\{10\% \times \text{Rp.1.000.000,00}\} + 1 (47.535)}{1 \times 25.000} \\ &= \frac{100.000 + 47.535}{25.000} \\ &= 590,1\% \end{aligned}$$

Sedangkan untuk 2-3 orang sebesar:

$$= \frac{\{10\% \times \text{Rp.1.000.000,00}\} + (47.535)}{2 \times 25.000}$$

$$= \frac{100.000 + 47.535}{50.000}$$

$$= 290,07\%$$

Dan untuk paket 4-6 orang sebesar:

$$= \frac{\{10\% \times \text{Rp.}1.000.000,00\} + (47.535)}{4 \times 25.000}$$

$$= \frac{100.000 + 47.535}{100.000}$$

$$= 147,535\%$$

3. Laba yang ditargetkan

Dalam penentuan harga jual, manajemen dapat menggunakan laba yang ditargetkan sebagai pedoman untuk menentukan harga jual. Laba yang ditargetkan dapat dalam bentuk jumlah rupiah laba, atau persentase tertentu dari penjualan, atau persentase tertentu dari aktiva yang ditanamkan. Pada pendekatan *cost plus pricing* harga jual ditentukan sebesar biaya total di tambah dengan laba yang ditargetkan dan jumlah tersebut selanjutnya dibagi dengan unit produk atau jasa yang dianggarkan (Supriyono, 1991, h. 361).

Contoh:

Sebuah Biro perjalanan menentukan tarif jasa pelayanan (misalnya *ticketing*) berdasarkan unit jasa. Besarnya unit jasa pelayanan dianggarkan untuk tahun yang akan datang sebanyak 4.000 jam.

Besarnya taksiran biaya adalah sebagai berikut:

Biaya gaji dan administrasi	Rp.6.000.000,00
Biaya sewa bangunan	4.000.000,00
Biaya suplies kantor	2.000.000,00
Biaya lain-lain	<u>3.000.000,00</u>
	Rp.15.000.000,00

Jika biro tersebut menentukan laba yang ditargetkan sebesar Rp.5.000.000,00, maka besarnya tarif unit jasa pelayanan adalah:

Jumlah biaya total	Rp.15.000.000,00	
Laba yang ditargetkan	5.000.000,00	
	<hr/>	+
Jumlah penjualan dianggarkan	20.000.000,00	
Jumlah unit jasa pelayanan	4.000	
	<hr/>	:
Tarif harga pelayanan	Rp. 5.000,00	

6. CONFIDENTIAL TARIFF

Confidentiall tarif disusun oleh dan untuk agen biro perjalanan dan bukan ditujukan untuk konsumen akhir. Isi *confidential tariff* bervariasi dari satu agen dengan agen lainnya tetapi umumnya berisi tarif untuk hal-hal sebagai berikut (Ninik, 1997, h.1):

1. *Interpreter*. Pelayanan di tempat kedatangan dan keberangkatan seperti di terminal, stasiun KA, airport, pelabuhan.
2. *Porterage*. Tarif pengangkutan bagasi.
3. *Transfer*. Antar jemput. Kendaraan yang digunakan apakah dibedakan tarif malam hari, hari Minggu dan hari libur.
4. *Reservation*. tarif pemesanan alat transportasi (pesawat, KA, mobil, kapal, dan sebagainya).
5. *Pemandu Wisata/tour leader*. Tarif pelayanan pemandu wisata baik rombongan maupun individu. Biasanya dinyatakan:
 - a. dalam kota jangka waktu tertentu (jam, hari/maksimum berapa jam, hari biasa, hari libur, malam hari).
 - b. luar kota jangka waktu tertentu (jam, hari/maksimum berapa jam, hari biasa, hari libur, malam hari).
6. *Sightseeing*. Tarif keliling kota dan tour baik pribadi maupun rombongan.

Dalam menentukan besarnya *confidential tariff*, biro perjalanan menentukan biaya-biaya apa saja menjadi komponen harga suatu paket tour. Biaya-biaya tersebut dibedakan antara biaya tetap dan biaya variabel. Harga suatu tour baru dapat ditentukan setelah seluruh biaya dapat dikategorikan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

C. BIAYA

1. PENGERTIAN BIAYA

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 1991, h.8).

2. PERILAKU BIAYA

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perilaku tersebut, sebuah biaya perjalanan dapat dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

1. Biaya variabel

Dalam sebuah perjalanan biaya variabel ini dipengaruhi oleh banyaknya peserta yang mengikuti perjalanan. Dalam hal ini setiap penumpang dihitung secara individu.

Contoh biaya variabel adalah akomodasi hotel, *meals* (makanan, minuman), pajak, tips, uang masuk mengunjungi objek wisata, transportasi.

2. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap sebuah perjalanan tidak berubah dengan

banyaknya peserta dalam satu kelompok perjalanan. Hal ini disebabkan biro perjalanan telah mempunyai pemikiran bahwa biaya tetap ini berhubungan pada proyek sebuah perjalanan secara keseluruhan.

Beberapa contoh biaya tetap misalnya biaya promosi seperti brosur, pencetakan, iklan, dan surat langsung ke konsumen; biaya perjalanan untuk organisasi; gaji manajer perjalanan (*tour manager*), biaya menyewa kapal, bis, atau pesawat; biaya macam-macam yang dibayarkan sekaligus seperti sumbangan museum, sumbangan untuk pemerintah daerah tempat wisata dikunjungi.

Biaya tetap seperti biaya promosi harus diprioritaskan pertama kali, sebab ini berguna untuk kelanjutan sebuah biro perjalanan dan menentukan sukses atau tidaknya sebuah biro perjalanan (Martha Sarbey de Souto, 1985, h.85).

3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya. Jumlah totalnya berubah sesuai dengan tingkat kegiatan tetapi perubahannya tidak proposional. Biaya semivariabel per unit berubah secara terbalik dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifat perubahannya tidak proposional.

3. METODE PEMISAHAN BIAYA SEMI VARIABEL

Dalam memisahkan biaya semi variabel, metode yang akan dipakai adalah metode kuadrat terkecil (*Least Squares Method*) atau metode garis regresi sederhana (*Regression Line Method*)

Pada metode garis regresi, menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbanding lurus dengan persamaan:

$$y = a + bx$$

dimana y = merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel bebas.

Variabel y ini menunjukkan biaya.

x = variabel bebas dan menunjukkan volume penjualan

a = unsur biaya tetap dalam variabel y

b = unsur biaya variabelnya

n = jumlah banyaknya data misalnya (bulan, tahun)

Penghitungan besarnya biaya variabel per satuan adalah (Mulyadi, 1995, h.205)

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

Kebaikan metode ini adalah bersifat obyektif, memakai semua data atau n , dan dapat menyelenggarakan informasi statistikal tambahan yang dapat dipakai pula menaksir biaya (Surpiyono, 1991, h.431).

D. HIPOTESIS

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini :

1. Apabila biaya-biaya yang berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap paket wisata telah dibebankan seluruhnya maka penentuan paket wisata dapat diterima.
2. Tarif yang ditetapkan PT Sri Rama Tours dapat diterima apabila memenuhi kriteria H_0 yang terletak diantara $-2,776 \leq t \leq 2,776$, dengan menggunakan 5 sampel dan daerah kritis 5 % (0,05).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Studi kasus yaitu jenis penelitian tentang objek tertentu pada perusahaan yang pengumpulan datanya dengan menggunakan beberapa elemen dan kemudian masing-masing elemen itu dianalisis. Kesimpulan yang diperoleh dari analisis hanya berlaku untuk variabel yang diteliti dan bagi perusahaan yang bersangkutan.

B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

1. Tempat penelitian:

Penelitian akan dilaksanakan pada PT Sri Rama Tours Yogyakarta.

2. Waktu penelitian :

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei tahun 1997 sampai dengan selesai.

C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

1. Subjek Penelitian

- a. Executive Manager
- b. Front Office Manager
- c. Staff Administrasi

2. Objek penelitian

- a. Biaya-biaya yang menentukan tarif paket perjalanan wisata.
- b. Metode penentuan tarif paket perjalanan wisata.

D. DATA YANG DICARI

1. Gambaran Umum Perusahaan.
2. Data biaya-biaya yang menjadi dasar penentuan tarif.
3. Data prosentase laba yang diharapkan.
4. Data volume penjualan 1996.
5. Data langkah-langkah penentuan tarif.
6. Data tarif paket perjalanan wisata tahun 1996.
7. Data atau informasi lain yang berhubungan dengan penentuan tarif.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Wawancara

Wawancara dengan teknik Non Structured-Non Disguised, yaitu wawancara yang tidak terikat pada daftar pertanyaan yang telah disusun. Teknik ini dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan, data biaya, data prosentase laba yang diharapkan dan data lain yang mendukung analisis data.

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data sebagai pelengkap dari teknik wawancara dengan melalui pengamatan secara langsung keadaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan. Teknik ini akan lebih memberikan gambaran yang luas sehingga kesimpulan yang akan ditarik nanti akan lebih mendekati kebenaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengutip atau menyalin data-data yang ada dalam perusahaan. Teknik dokumentasi bertujuan untuk memperoleh data, catatan serta arsip yang dapat mendukung analisis data.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

1. Teknik Deskriptif

Teknik Deskriptif yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan tarif.

Dengan teknik ini dapat menjawab masalah 1. Adapun langkahnya adalah peneliti mendeskripsikan bagaimana tarif paket perjalanan wisata di PT Sri Rama Tours ditentukan. Biaya-biaya apa saja yang menjadi unsur dalam penentuan tarif. Apakah PT Sri Rama Tours telah memisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel dan apabila sudah, apa saja yang menjadi komponennya. Berapa laba yang diharapkan. Berapa besarnya tarif di PT Sri Rama Tours berdasarkan laba yang diharapkan. Metode apa yang dipakai sebagai penentuan tarif.

Dengan mendeskripsikan data-data di atas peneliti dapat mengetahui bagaimana penentuan tarif paket perjalanan wisata di PT Sri Rama Tours.

2. Teknik Komparatif

Teknik komparatif yaitu memahami data dan membandingkan antara hasil temuan lapangan dengan teori yang ada.

Teknik ini untuk menjawab masalah 2, dengan cara peneliti membandingkan hasil temuan lapangan dengan kajian teori. Setelah mengetahui langkah-langkah penentuan tarif di PT Sri Rama Tours kemudian peneliti membandingkannya dengan langkah-langkah penentuan tarif menurut kajian teoritis. Metode yang akan digunakan dalam menghitung tarif adalah metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Memisahkan biaya semi variabel ke dalam komponen biaya tetap dan biaya variabel dengan metode kuadrat terkecil.

Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume penjualan berbentuk garis lurus dengan persamaan regresi $y = a + bx$

Dimana y merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan variabel x yang merupakan variabel bebas. Variabel y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x merupakan volume penjualan. Rumus perhitungan a dan b adalah;

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

2. Menghitung total biaya variabel dan total biaya tetap yang terjadi untuk mendapatkan biaya penuh.
3. Menghitung prosentase *mark up* yang dapat diperoleh dengan rumus:

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{total biaya variabel}}$$

4. Menghitung tarif perjalanan wisata per paket untuk tiap orang dengan rumus:

$$\text{Tarif paket} = \text{Biaya variabel per orang} + \% \text{ mark up}$$

Setelah mengetahui besarnya tarif menurut kajian teori, peneliti kemudian membandingkan hasil perhitungan dengan tarif biro perjalanan PT Sri Rama Tours. Test hipotesa yang akan digunakan adalah uji hipotesis beda dua mean untuk observasi berpasangan. Adapun sampel yang akan digunakan kurang dari 30 maka tabel yang akan dipakai adalah tabel t .

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

1. Menyusun formulasi H_0 dan H_1

H_0 : μ tarif PT Sri Rama Tours = μ tarif hasil penelitian

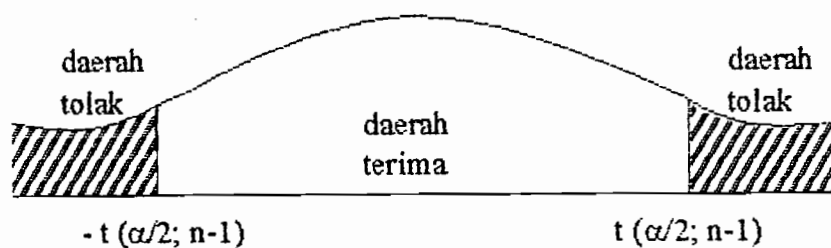
H_1 : μ tarif PT Sri Rama Tours \neq μ tarif hasil penelitian

Formulasi digunakan untuk pengujian dua sisi.

2. Menentukan *Level of significance* (α) = 0,05

Nilai $t_{(\alpha/2; n-1)}$

3. Kriteria pengujian (*Rule of the test*):



$$t \text{ tabel} = \pm t_{(\alpha/2; n-1)}$$

H_0 diterima apabila: $-t_{(\alpha/2; n-1)} \leq t \leq t_{(\alpha/2; n-1)}$

H_0 ditolak apabila $t > t_{(\alpha/2; n-1)}$ dan $t < -t_{(\alpha/2; n-1)}$

4. Menghitung nilai t dengan rumus:

$$t = \frac{D}{Sd / \sqrt{n}}$$

di mana: $D = x_1 - x_2$

$$\bar{D} = \frac{D}{n}$$

$$Sd = \sqrt{\frac{(D - \bar{D})^2}{n-1}}$$

dimana:

\bar{D} = mean dari harga-harga D.

x_1 = mean tarif paket tour PT Sri Rama Tours.

x_2 = mean tarif paket tour metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*.

S_d = deviasi standard dari harga-harga D.

n = banyaknya pasangan paket perjalanan ($n = 5$).

5. Penentuan daerah kritik

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

6. Kesimpulan

Apabila t terletak antara $-t_{(\alpha/2;n-1)} \leq t \leq t_{(\alpha/2;n-1)}$, maka Ho diterima berarti memang tidak ada perbedaan yang signifikan dalam menentukan tarif paket wisata antara PT Sri Rama Tours dengan hasil penelitian. Apabila $t > t_{(\alpha/2;n-1)}$ atau $t < -t_{(\alpha/2;n-1)}$ maka Ho di tolak berarti ada perbedaan yang signifikan antara tarif penelitian dengan PT Sri Rama Tours.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Biro perjalanan Sri Rama Tours berdiri tahun 1974 atas prakarsa Bapak Drs. Nugroho Soeprapto. PT Sri Rama Tours didirikan dikarenakan melihat kondisi bahwa ada potensi dan prospek yang cerah di masa yang akan datang di bidang pariwisata. Rasa memiliki dan tekad untuk melestarikan budaya bangsa yang cukup potensial untuk dikembangkan sehingga mendorong perkembangan kepariwisataan di Indonesia pada umumnya dan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya.

Pada awal berdirinya masih berbentuk *CV (commanditaire Vennotschap)* dan karena pada tahun 1976 ada peraturan dari Dirjen Pariwisata, bahwa semua biro perjalanan harus berbadan hukum maka CV Rama Tours berubah menjadi PT Sri Rama Tours.

Pada awal beridiri PT Sri Rama Tours berkedudukan di Melati Kulon Baciro Yogyakarta, tetapi pada tahun 1976 hampir mengalami kebangkrutan karena ruang gerak yang terbatas dan konsumen yang menurun dratis maka pada tahun 1977 pindah di Wisma LPP Demangan no. 8 Yogyakarta. Tahun 1982 bermaksud mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di Solo yang berkedudukan di Kusuma Sahid Prince Hotel. Tetapi karena kurang menguntungkan cabang yang berkedudukan di kota Solo ini di tutup. Setelah mengalami rintangan dalam mengembangkan usahanya maka ditetapkan untuk memusatkan kegiatan perusahaan di Yogyakarta saja. Dan pada tahun 1983 sampai dengan sekarang

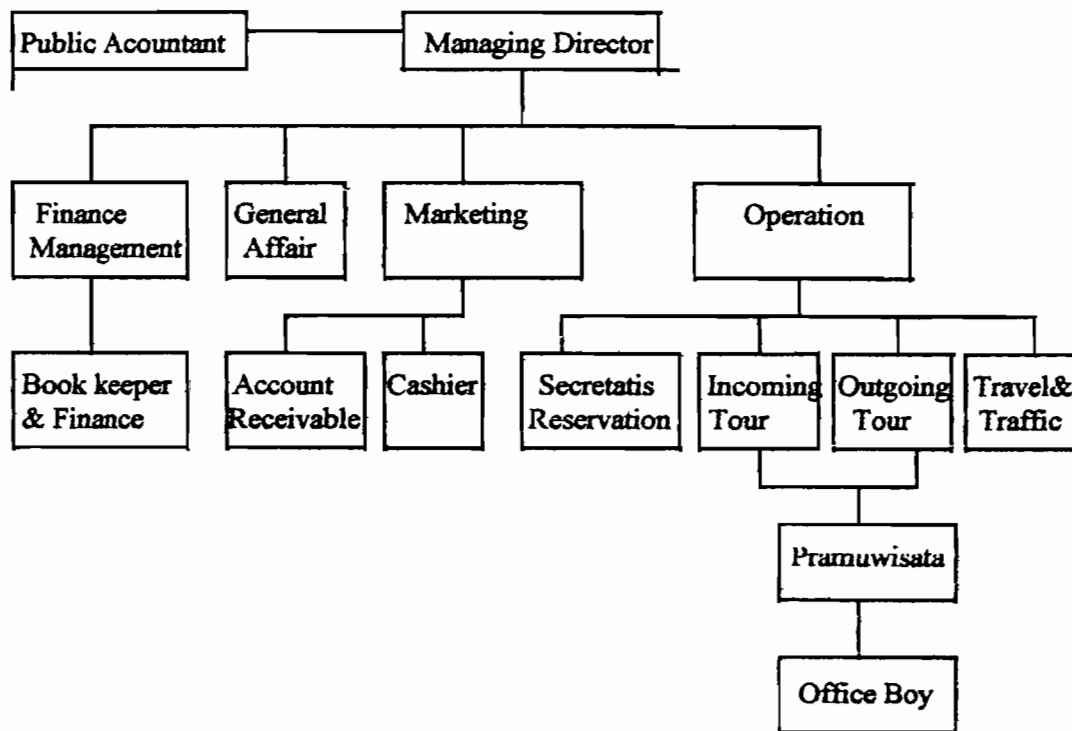
mendapatkan tempat yang sangat menguntungkan di Ambarukmo yaitu di Gandok Agung Arcade, Hotel Ambarukmo Yogyakarta. Sedangkan untuk alat-alat transportasi berada di Gedong Kuning.

Untuk lebih mengembangkan usahanya, pada bulan Agustus 1986 menjadi anggota ASITA (*Association of Indonesia Travel Agent*). Dan untuk memperluas kerjasama dengan biro perjalanan di luar negeri, bulan Januari 1994 menjadi anggota ASEANTA (*Asean Tourism Association*) dan pada bulan Februari 1995 menjadi anggota PATA (*Pacific Travel Association*). Pada tahun 1996 di dorong untuk melebarkan sayapnya dalam melayani konsumen, maka membuka cabang di Jl. Mangkubumi no.69 Yogyakarta.

B. STRUKTUR ORGANISASI PT SRI RAMA TOURS

PT Sri Rama Tours dipimpin oleh seorang Managing Director yang dibantu oleh bagian *Finance, General Affair, Marketing, Operation*. Bagian Finance membawahi *bookeper* dan *asisten finance*. Marketing membawahi *accountant receivable* dan *cashier*. Sedangkan operation membawahi *secretaris reservation, incoming tour, outgoing tour dan travell & traffic*. Dan sebagai peneliti laporan keuangan ada seorang *public accountant* yang bertanggungjawab kepada managing director.

Gambar Sturktur Organisasi PT Sri Rama Tours.



Bagan. III.1 Struktur Organisasi PT Sri Rama Tours

Adapun tugas masing-masing bagian adalah:

Managing Director

Tugasnya adalah:

- a. mengawasi kerja karyawan
- b. membuat keputusan perusahaan

Financial Manager

Tugasnya adalah:

- a. Bertanggungjawab atas management dan operasional bidang keuangan
- b. Menyiapkan gaji

- c. Mengawasi seluruh kegiatan pada bagian keuangan perusahaan
- d. Pemegang buku *cheq*, *bilyet* dan *responsibility*
- e. Melaksanakan pembayaran pajak.

General Affair

Tugasnya adalah:

- a. Mengurusi masalah yang bersifat non operasional dan urusan keuangan dengan instansi pemerintah
- b. Mengurusi laporan kegiatan usaha
- c. Mengurusi piutang yang macet
- d. Mengurusi kekaryawanan

Marketing

Tugasnya adalah

- a. Bertanggungjawab atas pemasaran secara total
- b. Menyiapkan produk tour/paket tour
- c. Bertindak juga terhadap layana pada konsumen

Operation

Tugasnya adalah

- a. Penerima telpon dan telex yang bersifat hubungan langsung dengan konsumen
- b. Menjelaskan secara jelas mengenai jalannya paket wisata yang dijual.

Book kepeer dan Assistant of Finance

Tugasnya adalah:

- a. Mengerjakan pembukuan

- b. Mengerjakan laporan keuangan harian
- c. Mengerjakan penagihan
- d. Membuat neraca tahunan.

Account Receivable

Tugasnya adalah:

- a. Membukukan hutang perusahaan dengan pihak kedua
- b. Meneliti hutang/piutang berdasarkan bukti
- c. Menyajikan data pembayaran hutang pada pihak manager finance
- d. Menyajikan data piutang deluwarisa pada assistance finance guna penagihan mendesak
- e. Mengerjakan tagihan berdasarkan data-data dari bagian lain.

Cashier

Tugasnya adalah:

- a. Pemegang kas
- b. Menerima pembayaran buku penerima dan pembayaran kepada book keeper
- c. Menyiapkan laporan hutang bank
- d. Menyiapkan invoice dengan data dari tour.

Reservation

Tugasnya adalah:

- a. Perantara klien dengan para produksi seperti pihak hotel, transport dan restaurant
- b. Pusat informasi untuk klien juga mengurus tentang booking tour atau kamar hotel, revision.

Incoming Tour (perjalanan dalam negeri)

Tugasnya adalah:

- a. Memproses permintaan dari awal sampai dengan pelaksanaannya

Juga meliputi quotation, penjemputan dan transfer out.

- b. Mengeluarkan voucheer untuk principal.

Outgoing Tour (perjalanan ke luar negeri)

Tugasnya adalah:

- a. Memproses permintaan paket tour

- menyiapkan program
- menyiapkan rute penerbangan
- menghubungi handling agent
- penentuan harga paket tour
- menyiapkan tagihan dan voucher

- b. Memproses permintaan overland tour, hotel dan restoran

- menyiapkan *guide*, transport, hotel dan restoran
- menyiapkan perincian biaya perjalanan
- menyiapkan kas bon biaya perjalanan
- menyiapkan tagihan
- meneliti kebenaran laporan *guide*
- menyiapkan rancangan *guide fee*.

Travel dan Traffic

Tugasnya adalah:

- a. Memproses permintaan tiket domestik dan internasional
- b. Memproses permintaan tiket domestik dan rekonfirmasinya
- c. Menyiapkan transport untuk bagian income tour.

Pramuwisata

Tugasnya adalah sebagai wakil dari perusahaan untuk menjual jasa juga perantara dan penerang dalam perjalanan wisata

Office boy

Tugasnya adalah memperlancar jalannya proses kerja sama dalam perusahaan

Akuntan Publik

Tugasnya adalah:

- a. Meneliti keuangan
- b. Mengisi SPT
- c. Membuat nerasca tahunan
- d. Membuat analisa dan saran manajemen.

C. PERSONALIA

Sebagai sebuah PT. Sri Rama Tours mempunyai beberapa karyawan. Karyawan di PT Sri Rama Tours terbagi dalam dua macam yaitu karyawan tetap dan karyawan tidak tetap. Karyawan tetap adalah karyawan yang setiap hari hadir dan bertugas dalam administrasi dan

jalannya perusahaan. Jumlah karyawan tetap sebanyak 14 orang. Sedangkan karyawan tidak tetap atau freelance adalah sopir, kernet, dan *guide*. Karyawan tidak tetap ini bekerja apabila ada tour. PT Sri Rama Tours memiliki *guide* sekitar 100 orang yang mempunyai keahlian dalam bahasa asing antara lain Belanda, Inggris, Perancis, Jerman, Jepang, dan Mandarin.

Jam kerja karyawan tetap masuk hari Senin - Jumat dari pukul 08.00 - 16.00 dan istirahat pukul 12.00 - 13.00. Hari Sabtu masuk pukul 08.00 - 13.00, sedangkan hari Minggu memakai sistem piket terjadwal bagi karyawan dari pukul 08.00 - 13.00. Dan untuk karyawan tidak tetap masuk hanya bila ada tour dan biasanya para *guide* di undang oleh PT Sri Rama Tours.

Sistem penggajian untuk karyawan tetap adalah bulanan yaitu gaji yang diberikan kepada karyawan setiap bulan sekali. Karyawan ini juga mendapat tunjangan serta bonus untuk setiap tahunnya. Sedangkan karyawan tidak tetap sistemnya adalah setiap kali mereka bertugas mendapat honor yang dihitung perjam, sebesar Rp. 4.000,00. Pemberian honor *guide* setelah tour selesai dilaksanakan.

D. PEMASARAN

Dewasa ini persaingan antar biro perjalanan sangat ketat sebab banyak bermunculan biro perjalanan baru. Hal ini dikarenakan masyarakat sekarang lebih menyadari pentingnya wisata dan bagi mereka yang belum pernah mengunjungi suatu daerah akan mempergunakan jasa biro perjalanan. Untuk itu agar biro perjalanannya lebih dikenal masyarakat maka perlu melakukan kegiatan promosi.

PT Sri Rama Tours juga melakukan kegiatan promosi. Promosinya ditujukan untuk wisatawan manca negara, sebab jasa-jasa yang ditawarkan dan konsumen yang diharapkan oleh PT Sri Rama Tours memang untuk wisatawan manca negara. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan antara lain:

1. Pembuatan katalog dan brosur

PT Sri Rama Tours menyusun katalog yang disebut dengan *Master Key* untuk semua jasa yang ditawarkan perusahaan. *Master Key* ini berisi informasi lengkap mengenai jasa-jasa yang ditawarkan, rincian kegiatan jasa, tarif dari jasa tersebut, cara pemesanan jasa dan sebagainya. *Master key* ini untuk agen atau retailer PT Sri Rama Tours. Sedangkan bagi konsumen langsung dibuatkan sebuah brosur. Brosur-brosur tersebut biasanya untuk satu paket wisata. Katalog dan brosur dibuat dengan menggunakan bahasa Inggris karena memang konsumen dari PT Sri Rama Tours adalah wisatawan manca negara.

2. Periklanan.

Pemasangan iklan dilakukan dimedia massa seperti koran dan majalah baik di dalam negeri maupun luar negeri.

3. Mengikuti kegiatan baik nasional maupun internasional mengenai kepariwisataan, seperti meeting di Pasar Berlin, mengikuti *Festival of Asia*.

Untuk menjual jasanya PT Sri Rama Tour bekerja sama dengan biro perjalanan lain baik di dalam maupun di luar negeri. Dari kerja sama tersebut, PT Sri Rama Tours memberikan komisi yang besarnya tergantung dari perjanjian tetapi standarnya sebesar 15%.

Kerjasama tersebut antara lain dengan:

- Bali travel, di Bali
- Bali Duta Express, di Bali
- Interlink Tours & Travell, di Bandung
- Anta Tours, di Jakarta
- Jabata Bali, di Bali
- San Michaela, di Australia
- Aurora, di Belanda
- Neature, di Jakarta

dan sebagainya.

E. JASA

PT Sri Rama Tours dalam sebagai sebuah biro perjalanan wisata, memberikan pelayanan / jasa kepada masyarakat yang membutuhkan.

Adapun pelayanan/jasa yang ada antara lain:

1. Melayani tiket angkutan

Tiket angkutan yang dilayani adalah tiket pesawat terbang, kereta api dan bus. Dalam menyelenggarakan pelayanan ini mendapat keuntungan/komisi dari perusahaan angkutan terkait sebesar kurang lebih 10% dari harga tiket.

2. Melayani pemesanan kamar hotel

PT Sri Rama Tours bekerja sama dengan berbagai hotel di Yogyakarta dan juga di daerah Borobudur, Surakarta, Cilacap Wonosobo dan Baturaden. Dari pelayanan ini mendapatkan komisi sebesar 5% atau lebih tergantung perjanjian dari pihak hotel. Adapun

hotel di Yogyakarta antara lain Aquila Prambanan, Natour Garuda, Ambarukmo, Radison, dan sebagainya, sedangkan di Surakarta seperti Sahid Kusuma, Sahid Raya Solo, Cakra, Solo Inn dan sebagainya.

3. Menyediakan fasilitas sewa kendaraan

Kendaraan yang dimiliki dan disewakan adalah:

- 6 buah kendaraan jenis L-300 dengan reclining seat plus AC
- 1 buah Isuzu
- 3 buah micro bus dengan 15-20 reclining seat plus AC
- 1 bus dengan reclining seat untuk 35 plus AC

Tarif sewa kendaraan berdasarkan lama pemakaian kendaraan untuk dalam kota, sedangkan untuk luar kota berdasarkan juga jarak tempuh penggunaan kendaraan.

4. Melayani transfer

Perusahaan juga melayani transfer atau antar jemput baik di stasiun, bandara maupun terminal.

5. Menyelenggarakan dan menyusun paket wisata

Dalam menyelenggarakan tour perusahaan telah menyusun suatu paket wisata baik paket wisata terencana (*ready*) , paket wisata liburan (*holiday package tour*) maupun wisata yang sesuai keinginan konsumen. Dalam setiap paket wisata yang telah disusun, perusahaan memberi nama dari masing-masing paket tersebut yang menarik konsumen dan juga untuk membedakan dari paket lainnya. Dari tour yang diselenggarakan dibagi menjadi 2 bagian yaitu *private tour* yaitu wisata individu atau kelompok sendiri dimana

anggotanya sudah saling kenal dan *joint tour* atau *seat in coach (SIC)* yaitu tour gabungan dimana antar wisatawan belum saling kenal.

Adapun tour yang diselenggarakan perusahaan antara lain:

Yogya City Highlight

- *Yogya City Discovery*
- *Yogya in a day*
- *Prambanan Temple*
- *Royal City and Parambanan*
- *Grand Tour of Prambanan*
- *The Soul of Prambanan*
- *Borobudur Temple Tour*
- *Grand tour of Borobudur*
- *Mount Menoreh thrill and Borobudur*
- *Mount Menoreh - Borobudur Cross-Country*
- *Volcano Close up ang The Grand Tour of Baorobudur*
- *Aristocratic Solo*
- *Solo, Sangiran Pre Historic Tour*
- *Pearl of Solo*
- *Majestic Dieng Plateu*
- *Masterpiece of Central Java*
- *Village Art & Folkcraft*
- *Parangtritis Beach Sunset*
- *Imogiri Mystique*
- *Mount Merapi Trekking via Kaliurang*
- *Mount merapi Trekking via Selo*
- *Gedong Songo Tranquil*

Dan untuk paket wisata liburan (*Holiday Package Tour*) antara lain:

Yogyakarta Holiday Package

- *Yogya Highlight*
- *Yogyaa Kaleidoscope*
- *Yogya Golden Holiday*
- *Yogya out of Track 01*
- *Yogya Out of Track 01*

East Java

- *East Java Excitement*
- *East Java Kaleidoscope*
- *East Java Splendour*
- *East Java Grandeur*

Java Bali Overland

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Seperti telah dikemukakan di dalam bab III, bahwa analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif dan teknik analisis komparatif. Teknik analisis deskriptif untuk menjawab masalah pertama mengenai penentuan tarif di PT Sri Rama Tours. Sedangkan teknik analisis komparatif digunakan untuk membandingkan hasil temuan penelitian berdasarkan kajian teori. Teknik analisis komparatif ini untuk menjawab masalah kedua.

A. PENENTUAN TARIF PAKET WISATA LIBURAN (HOLIDAY PACKAGE TOUR) PADA PT SRI RAMA TOURS

PT Sri Rama Tours sebagai sebuah biro perjalanan wisata menawarkan berbagai jasa kepada konsumen. Pelayanan/jasa tersebut diantaranya adalah menyusun paket tour. Agar tour yang ditawarkan diminati oleh konsumen, maka faktor service sangat menentukan. Dengan service yang sangat memuaskan seperti misalnya menyusun tour yang menarik, pelaksanaan tour tepat waktu, *guide* berlaku sopan dan bersahabat maka konsumen atau wisatawan akan menjadi puas dan dalam jangka panjang akan menjadi pelanggannya.

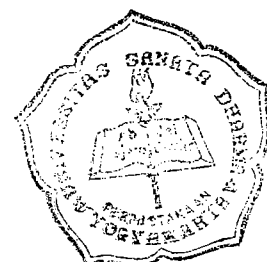
Bagi wisatawan yang sering menggunakan jasa biro perjalanan wisata akan sangat mudah menentukan biro perjalanan mana yang akan digunakan yang memberikan pelayanan yang paling baik. Tetapi bagi yang baru pertama kali menggunakan jasa biro perjalanan wisata, tentu belum dapat mengetahui pelayanan sebuah biro perjalanan. Oleh sebab itu

wisatawan tentu akan melihat tarif yang ditentukan oleh biro perjalanan wisata dan kemudian membandingkannya dengan biro perjalanan lainnya. Mereka beranggapan bahwa tarif akan memberikan gambaran pelayanan/ service yang akan diperoleh.

Seperti telah dikemukakan bahwa PT Sri Rama Tours menawarkan berbagai tour baik berupa paket wisata *ready-made* (terencana), paket wisata liburan (*holiday package tour*) maupun paket wisata *tailor-made* (sesuai keinginan konsumen). Dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas paket wisata liburan karena dalam paket ini telah termuat juga berbagai paket wisata terencana yang ditawarkan perusahaan. PT Sri Rama Tours mempunyai 3 paket wisata liburan yaitu *Java Bali Overland Cruise*, *Indonesia Holiday Packages Venturing*, dan *Yogyakarta Holiday Package*. Dan yang akan menjadi sampel penelitian adalah *Yogyakarta Holiday Package* (YPH). Dipilihnya paket ini karena paket ini paling banyak diminati konsumen daripada kedua paket lainnya.

Dalam *Yogyakarta Holiday Package*, perusahaan menyusun paket ini untuk 2 orang. Hal ini dimaksudkan karena melihat trend dari para wisatawan. Mereka lebih senang melakukan tour hanya berdua bersama pasangannya. Wisatawan sekarang cenderung menyenangi tour yang bersifat pribadi dan mereka lebih puas melaksanakan tour dengan pasangannya.

Tarif untuk paket ini dibedakan berdasarkan hotel yang akan dipilih. Perusahaan memberikan berbagai pilihan hotel. Untuk paket A pilihan hotelnya Natour Garuda, Radisson Yogya Plaza dan Santika, untuk paket B hotel Mutiara, Phoenix Heritage, Puri Artha dan Batik Palace Hotel. Sedangkan paket C pilihan hotelnya Sahid Yogyakarta, International Yogya, Jayakarta, Duta Garden, dan untuk paket D pilihan hotelnya adalah Matahari, Duta



Guest House, Wisma Gajah dan Ayodya. Dalam penentuan tarif paket wisata, hotel hanya merupakan salah satu komponennya, maka penulis hanya akan membahas salah satu paket dari paket tersebut yaitu untuk pilihan hotel Natour Garuda. Sedangkan pilihan hotel yang lain tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tarif *Yogyakarta Holiday Package* per orang untuk tahun 1997 berlaku dari 1 Januari 1997 sampai dengan 20 Desember 1997 (dalam US \$) adalah:

Nama paket	Tarif
<i>Yogya Highlight</i> 2 hari/ 1 malam	116.00
<i>Yogya Kaleidoscope</i> 3 hari / 2 malam	210.50
<i>Yogya Golden Holiday</i> 4 hari /3 malam	342.00
<i>Yogya out of Track</i> 01 3 hari / 2 malam	311.50
<i>Yogya out of Track</i> 02 4 hari / 3 malam	406.00

Tarif yang dibuat perusahaan di dalam brosur bukan merupakan harga jual yang sebenarnya .

Tarif tersebut sudah ditambahkan untuk komisi retailer sebesar 15% dari harga jual brosur.

Jadi tarif sesungguhnya adalah

Tabel 1.
Tarif Sesungguhnya *Yogyakarta Holiday Package*

Nama paket	Tarif Sesungguhnya (\$)	Tarif Sesungguhnya (Rp)	Pembulatan tarif (Rp)
<i>Yogya Highlight</i> 2h / 1m	98.6	231.710	231.750
<i>Yogya Kaleidoscope</i> 3h/2m	184.025	432.458,75	432.450
<i>Yogya Golden Holiday</i> 4h/3m	290.7	653.145	683.100
<i>Yogya Out of Track</i> 01 3h/2m	264.778	622.221,25	622.250
<i>Yogya Out of Track</i> 02 4h/3m	345.1	810.985	811.000

1 \$ = Rp. 2.350,00

Dalam menentukan harga jual, PT Sri Rama Tours menempuh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tempat wisata yang akan dibuat dalam paket wisata

Dalam menentukan tempat wisata, membutuhkan kepandaian. Mereka harus dapat mengetahui selera konsumen, sehingga apa yang menjadi keinginan konsumen ada dalam paket tersebut. Dalam menentukan tempat wisata juga harus ada idealis maksudnya punya keistimewaan tersendiri, misalnya paket yang menjurus ke culture atau budaya.

2. Membuat jadwal tour

Jadwal tour disesuaikan dengan tempat wisata yang dikunjungi. Jarak antara satu tempat wisata dengan tempat yang lainnya menjadi alternatif dalam membuat jadwal tour selain juga keterkaitan antara obyek wisata.

3. Menentukan jumlah peserta

Dalam Yogya Holiday Package, peserta dibuat untuk 2 orang. Karena mereka melihat bahwa trend konsumen sekarang senang melakukan perjalanan berdua saja, misalnya dalam rangka bulan madu. Tapi perusahaan tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang ingin membeli paket ini lebih dari 2 orang akan dilayani. Dalam penelitian ini yang akan dibahas hanya untuk 2 orang.

4. Menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menyusun paket wisata.

Biaya-biaya tersebut adalah:

a. Biaya akomodasi hotel

Dalam paket Yogya Holiday Package, konsumen bebas memilih hotel yang akan digunakan dengan pilihan harga yang berbeda. Dengan adanya perbedaan pemilihan hotel, maka harga jual yang ditawarkan juga berbeda.

b. Biaya makan

Dalam paket ini , perusahaan hanya menentukan biaya makan pagi (*breakfast*) di hotel. Besarnya biaya makan pagi dari masing-masing hotel berbeda. Apabila wisatawan meminta makan siang dan makan malam, perusahaan juga melayani, tapi wisatawan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk makan siang atau makan malam tersebut.

Untuk memenuhi keinginan wisatawan tersebut, perusahaan telah bekerja sama dengan rumah makan di sekitar tempat wisata yang dikunjungi. Rumah makan tersebut antara lain Pacific Restaurant, Sparta Restaurant, Pandan Perak, Pesta Perak, Valentino, Tempura Hana, Tirta Kencana dan lain sebagainya.

c. Biaya transport

Kendaraan yang digunakan untuk tour merupakan kendaraan perusahaan. Perusahaan mempunyai 6 buah kendaraan L-300, 3 buah micro bus, 1 buah Isuzu, dan 1 buah bus. Tapi apabila seluruh kendaraan telah dipakai dan perusahaan harus melayani wisatawan, maka perusahaan akan menyewa kendaraan.

Baik menggunakan kendaraan maupun kendaraan menyewa besarnya biaya transportasi oleh perusahaan dianggap sama. Besarnya biaya transportasi yang telah ditentukan perusahaan berdasarkan panjang pendeknya tour dijalankan. Perhitungan biaya transportasi tiap jam sebesar Rp. 15.000,00.

d. Biaya *guide* (*tour leader*)

Dalam suatu tour seorang *guide* sangat dibutuhkan untuk mendampingi serta menerangkan informasi tempat wisata yan dikunjungi. Untuk setiap kali tour ditentuka satu *guide*. Jadi walaupun peserta tour sedikit atau banyak wisatawan hanya

didampingi satu *guide*. *Guide* yang dimiliki oleh PT Sri Rama Tours menguasai berbagai bahasa asing antara lain bahasa Belanda, Inggris, Perancis, Jerman, Jepang, Mandarin. Besarnya biaya *guide* telah ditentukan sebesar Rp. 4.000,00 tiap jam.

e. Biaya tiket masuk tempat wisata

Biaya tiket masuk tempat wisata di hitung per orang. Besarnya biaya tiket masuk tempat wisata berbeda-beda sesuai dengan tempat yang dikunjungi. Untuk candi kecil biaya Rp. 500,00, candi Borobudur dan Prambanan sebesar Rp. 5.000,00 dan sebagainya.

f. Parkir

Di setiap tempat wisata, kendaraan yang digunakan dikenakan biaya parkir. Besarnya biaya parkir berbeda-beda antara satu obyek wisata dengan obyek wisata lainnya. Besarnya biaya parkir ini berkisar antara Rp. 500,00 sampai dengan Rp.1.000,00.

g. *Porterage* (pengangkutan bagasi)

Tarif pengangkutan bagasi baik di bandara, terminal, stasiun maupun di hotel di hitung per orang. Untuk satu wisatawan di bantu satu *porterage* dengan biaya Rp. 750,00 sekali pengangkutan bagasi.

h. Donasi

Kadang dalam menjalankan tour perusahaan dikenakan sumbangan. Sumbangan tersebut untuk perbaikan jalan (masuk tol atau portal jalan), sumbangan di tempat wisata, masuk bandara. Besarnya biaya donasi berbeda-beda berkisar antara Rp. 500,00 sampai dengan Rp. 2.500,00.

i. **Macam-macam biaya**

Untuk menutup biaya yang kadang-kadang dapat membengkak karena ada biaya yang tak terduga harus dikeluarkan, perusahaan menganggarkan dan membebankan pada paket tour. Besarnya biaya ini sebesar 10% dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan.

Dari biaya-biaya tersebut perusahaan telah menentukan biaya tetap dan biaya variabelnya.

Biaya tetapnya adalah biaya transportasi, biaya guide, biaya parkir, biaya donasi.

Sedangkan biaya variabel komponennya adalah biaya akomodasi hotel, biaya makan pagi, biaya tiket masuk tempat wisata dan biaya porterage.

5. Menentukan laba

PT Sri Rama Tours menentukan bahwa besarnya laba adalah sebesar 15% dari total biaya yang dikeluarkan.

$$\text{Laba} = \text{total biaya} \times 15\%$$

6. Menentukan tarif paket wisata

Cara menetapkan tarif *Yogya Holiday Package* per orang adalah:

$$\text{Tarif per orang} = \frac{\text{Biaya} + \text{Laba}}{2}$$

Penentuan tarif tersebut diatas merupakan penentuan tarif sesungguhnya di mana perusahaan tidak mendapat kerugian. Tetapi kadang perusahaan harus memberikan komisi penjualan kepada agen yang membeli paket ini. Dan juga untuk menarik minat konsumen, perusahaan memberikan potongan pada konsumen. Untuk itu dalam mencantumkan tarif di dalam brosur telah ditambah untuk komisi bagi agen. Besarnya tarif dalam brosur adalah:

$$\text{Tarif paket dalam brosur} = \text{tarif paket perorang} \times \frac{100}{85}$$

Tetapi dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas tarif paket wisata yang sesungguhnya, jadi belum ditambah dengan komisi.

Besarnya biaya-biaya yang menjadi komponen dari masing-masing paket dan besarnya tarif dari masing-masing paket adalah sebagai berikut:

a. Tarif Yogya Highlight (YPH 01) 2 hari 1 malam:

Biaya Variabel:	
Akomodasi Hotel	Rp. 110.450,00
Makan pagi	Rp. 42.300,00
Tiket tempat wisata	Rp. 26.000,00
Porterage	Rp. 6.000,00
Biaya Tetap:	
Transport	Rp. 135.000,00
Guide	Rp. 36.000,00
Parkir	Rp. 4.500,00
Donasi	Rp. 6.150,00
Macam-macam biaya	Rp. 36.640,00
Total Biaya	Rp. 403.040,00
Laba 15 %	Rp. 60.456,00
	+
Tarif paket	Rp. 463.49600
Jumlah peserta	2
	:
Tarif per peserta	Rp. 231.748,00
Pembulatan	Rp. 231.750,00

Keterangan:

1. Biaya akomodasi hotel satu malam sebesar Rp. 110.450,00 untuk 2 orang .
2. Biaya makan pagi sebesar Rp. 42.300,00 dengan perhitungan biaya makan pagi untuk sekali makan pagi @ 21.150 x 2 peserta.
3. Biaya tiket tempat wisata sebesar Rp.26.000,00 merupakan total biaya tiket untuk 2 orang @ Rp. 13.000,00, dengan perincian:

Candi Borobudur dan Prambanan @ 5.000,00	Rp. 10.000,00
Candi Pawon dan Mendut @ 500,00	1.000,00
Kraton	1.500,00
Tamansari	<u>500,00</u>
Total biaya tiket	Rp. 13.000,00

4. Biaya porterage sebesar Rp.6.000,00 merupakan total biaya untuk 2 orang @ Rp.3000,00 dengan perincian:

porterage di bandara saat kedatangan dan kembali @ 750,00	Rp.1.500,00
porterage di hotel saat kedatangan dan kemabali @ 750,00	<u>1.500,00</u>
Total biaya porterage per orang	Rp3.000,00

5. Biaya transportasi sebesar Rp.135.000,00 dengan perhitungan biaya sewa kendaraan L-300 selama 9 jam, @ Rp. 15.000,00

6. Biaya guide sebesar Rp. 36.000,00 dengan perhitungan biaya honor guide perjam Rp.4.000,00 x 16 jam.

7. Biaya parkir sebesar Rp. 4.500,00 dengan perincian:

Borobudur, Prambanan dan Kraton @ 1.000,00	Rp. 3.000,00
Pawon, Mendut serta Tamansari @ 500,00	<u>1.500,00</u>
Total biaya parkir	Rp. 4.500,00

8. Biaya donasi sebesar Rp. 6.150,00 dengan perincian:

Ambil foto di Borobudur dan Prambanan	Rp. 3.000,00
Masuk bandara Adisucipto	2.500,00
Donasi Ancol	<u>650,00</u>
Total biaya donasi	Rp. 6.150,00

9. Macam-macam biaya sebesar Rp. 36.640,00 merupakan 10% dari total biaya (110.450 + 42.300 + 26.000 + 6.000 + 135.000 + 36.000 + 4.500 + 6.150)

- b. Tarif *Yogya Kaleidoscope* (YPH 02) 3 hari 2 malam:**

Biaya Variabel:

Akomodasi Hotel : Rp. 220.900,00

Makan pagi	Rp. 84.600,00	
Tiket tempat wisata	Rp. 50.000,00	
Porterage	Rp. 6.000,00	
Biaya Tetap:		
Transport	Rp. 240.000,00	
Guide	Rp. 64.000,00	
Parkir	Rp. 10.000,00	
Donasi	Rp. 8.200,00	
Macam-macam biaya	Rp. 68.370,00	
		+
Total Biaya	Rp. 752.070,00	
Laba (15% x 752.070)	Rp. 112.810,50	
		+
Tarif paket	Rp. 864.880,50	
Jumlah peserta	2	
		:
Tarif per peserta	Rp. 432.440,25	
Pembulatan	Rp. 432.450,00	

Keterangan

1. Biaya akomodasi hotel sebesar Rp. 220.900,00 untuk 2 orang, dengan perhitungan bahwa sewa hotel per hari adalah Rp. 110.450,00 x 2 hari
2. Biaya makan pagi sebesar Rp. 84.600,00 dengan perhitungan setiap kali makan Rp. 21.150,00 x 2 peserta x 2 kali makan pagi.
3. Biaya tiket tempat wisata sebesar Rp.50.000,00 merupakan total biaya tiket untuk 2 orang @ Rp. 25.000,00, dengan perincian:

Candi Borobudur dan Prambanan @ 5.000,00	Rp. 10.000,00
Candi Pawon dan Mendut, Sari, Kalasan, Ratu Boko, Sewu , candi Plaosan dan Tamansari @ 500,00	4.000,00
Kraton	1.500,00
Turi dan Bagong Kusudiarjo @ 1.000,00	2.000,00
Wayang	7.500,00
Total biaya tiket	Rp. 25.000,00

4. Biaya porterage sebesar Rp.6.000,00 merupakan total biaya untuk 2 orang @ Rp.3000,00

dengan perincian:

porterage di bandara saat kedatangan dan kembal	@ 750,00	Rp.1.500,00
porterage di hotel saat kedatangan dan kembali	@ 750,00	<u>1.500,00</u>
Total biaya porterage per orang		Rp.3.000,00

5. Biaya transportasi sebesar Rp.240.000,00 dengan perhitungan biaya sewa kendaraan L-300 plus AC selama 16 jam, @ Rp. 15.000,00 per jam.

6. Biaya guide sebesar Rp. 64.000,00 dengan perhitungan biaya honor guide per jam Rp. 4.000,00 x 16 jam.

7. Biaya parkir sebesar Rp. 10.000,00 dengan perincian:

Borobudur, Prambanan , Kraton , serta wayang	@ 1.000,00	Rp. 4.000,00
Pawon, Mendut , Sari, Kalasan, Ratu Boko,		
Sewu, Plaosan ,Turi , Bagong, Tamansari ,		
Kotagede dan Kasongan	@ 500,00	<u>6.000,00</u>
Total biaya parkir		Rp. 10.000,00

8. Biaya donasi sebesar Rp. 8.200,00 dengan perincian:

Ambil foto di Borobudur dan Prambanan	Rp. 3.000,00
Masuk bandara Adisucipto	2.500,00
Donasi Kasongan	1.000,00
Donasi Babadan	1.000,00
Donasi Kotagede	<u>700,00</u>
Total biaya donasi	Rp. 8.200,00

9. Macam-macam biaya sebesar Rp. 68.370,00 merupakan 10% dari total biaya (220.900 + 84.600 + 50.000 + 6.000 + 240.000 + 64.000 + 10.000 + 8.200)

c. Tarif Yogya Golden Holiday (YPH 03) 4 hari 3 malam:

Biaya Variabel:

Akomodasi Hotel	Rp. 331.350,00
Makan pagi	Rp. 126.900,00
Tiket tempat wisata	Rp. 65.000,00
Porterage	Rp. 6.000,00

Biaya Tetap:		
Transport	Rp. 420.000,00	
Guide	Rp. 112.000,00	
Parkir	Rp. 13.500,00	
Donasi	Rp. 11.250,00	
Macam-macam biaya	Rp. 108.000,00	
	<hr/>	+
Total Biaya	Rp. 1.188.000,00	
Laba (15 % x 1.188.000)	Rp. 178.200,00	
	<hr/>	+
Tarif paket	Rp. 1.366.200,00	
Jumlah peserta	2	
	<hr/>	:
Tarif per peserta	Rp. 683.100,00	

Keterangan:

1. Biaya akomodasi hotel sebesar Rp. 331.350,00 untuk 2 orang, dengan perhitungan bahwa sewa hotel per hari adalah Rp. 110.450,00 x 3 malam
2. Biaya makan pagi sebesar Rp. 126.900,00 dengan perhitungan setiap kali makan Rp. 21.150,00 x 2 peserta x 3 kali makan pagi.
3. Biaya tiket tempat wisata sebesar Rp.65.000,00 merupakan total biaya tiket untuk 2 orang @ Rp. 32.500,00, dengan perincian:

Candi Borobudur dan Prambanan @ 5.000,00	Rp. 10.000,00
Candi Pawon dan Mendut, Sari, Kalasan, Sewu, Plaosan, Ratu Boko, candi Suku, Tamansari dan Sangiran @ 500,00	5.000,00
Kraton Yogyakarta dan Kraton Solo @ 1.500	3.000,00
Wayang	7.500,00
Turi , Bagong Kussudiarjo, danau Pengilon, danau Warna @ 1000	4.000,00
Dieng	3.000,00
Total biaya tiket	<hr/> Rp. 32.500,00

4. Biaya porterage sebesar Rp.6.000,00 merupakan total biaya untuk 2 orang @ Rp.3000,00 dengan perincian:

porterage di bandara saat kedatangan dan kembali @ 750,00 Rp.1.500,00

portorage di hotel saat kedatangan dan kembali	@ 750,00	<u>1.500,00</u>
Total biaya portorage per orang		Rp.3.000,00

5. Biaya transportasi sebesar Rp.420.000,00 dengan perhitungan biaya sewa kendaraan L-300 plus AC selama 28 jam, @ Rp. 15.000,00 per jam.

6. Biaya guide sebesar Rp. 112.000,00 dengan perhitungan biaya honor guide per jam Rp. 4.000,00 x 28 jam.

7. Biaya parkir sebesar Rp. 13.500,00 dengan perincian:

Borobudur, Prambanan , Kraton Yogyakarta, wayang dan Dieng	@ 1.000,00	Rp. 5.000,00
Turi , Bagong, Tamansari ,Kotagede, Kasongan ,Kraton Solo, Pawon, Mendut , Sari, Kalasan, Ratu Boko, Sewu, Plaosan, Candi Suku, Sangiran. danau Warna dan danau Pengilon	@ 500	<u>8.500,00</u>
Total biaya parkir		Rp. 13.500,00

8. Biaya donasi sebesar Rp.11.250,00 dengan perincian:

Ambil foto di Borobudur dan Prambanan	Rp. 3.000,00
Masuk bandara Adisucipto	2.500,00
Kasongan	1.000,00
Babadan	1.000,00
Kotagede	700,00
Tol Garung	750,00
Akademi Militer Magelang	1.500,00
Pasar Triwindu	<u>800,00</u>
Total biaya donasi	Rp. 11.250,00

9. Macam-macam biaya sebesar Rp. 108.000,00 merupakan 10% dari total biaya (331.350 + 126.900 + 6.000 + 65.000 + 420.000 + 112.000 + 13.500 + 11.250)

d. Tarif Out of Track (YPH 04) 3 hari 2 malam:

Biaya Variabel:

Akomodasi Hotel	Rp. 220.900,00
Makan pagi	Rp. 84.600,00
Tiket tempat wisata	Rp. 47.000,00
Porterage	Rp. 6.000,00

Biaya Tetap:		
Transport	Rp. 480.000,00	
Guide	Rp. 128.000,00	
Parkir	Rp. 8.500,00	
Donasi	Rp. 8.900,00	
Macam-macam biaya	Rp. 98.380,00	
	<hr/>	+
Total Biaya	Rp. 1.082.180,00	
Laba (15 % x 1.082.180)	Rp. 162.327,00	
	<hr/>	+
Tarif paket	Rp. 1.244.567,00	
Jumlah peserta	2	
	<hr/>	:
Tarif per peserta	Rp. 622.253,5	
Pembulatan	622.250,00	

Keterangan

1. Biaya akomodasi hotel sebesar Rp. 220.900,00 untuk 2 orang, dengan perhitungan bahwa sewa hotel per hari adalah Rp. 110.450,00 x 2 hari
2. Biaya makan pagi sebesar Rp. 84.600,00 dengan perhitungan setiap kali makan Rp. 21.150,00 x 2 peserta x 2 kali makan pagi.
3. Biaya tiket tempat wisata sebesar Rp. 47.000,00 merupakan total biaya tiket untuk 2 orang @ Rp. 23.500,00, dengan perincian:

Candi Borobudur dan Prambanan @ 5.000,00	Rp. 10.000,00
Sambisari, Pawon, Mendut, Sari, Kalasan, Ratu Boko, candi Plaosan dan Banyunibo @ 500,00	4.000,00
Kraton ,Imogiri dan Parangtritiis	4.500,00
Sewa bendi	<u>5.000,00</u>
Total biaya tiket	Rp. 23.500,00

4. Biaya porterage sebesar Rp.6.000,00 merupakan total biaya untuk 2 orang @ Rp.3000,00 dengan perincian:

porterage di bandara saat kedatangan dan kembali @ 750,00	Rp.1.500,00
porterage di hotel saat kedatangan dan kembali @ 750,00	<u>1.500,00</u>
Total biaya porterage per orang	Rp.3.000,00

5. Biaya transportasi sebesar Rp.480.000,00 dengan perhitungan biaya sewa kendaraan L-300 plus AC selama 32 jam, @ Rp. 15.000,00 per jam.
6. Biaya guide sebesar Rp. 128.000,00 dengan perhitungan biaya honor guide per jam Rp. 4.000,00 x 32 jam.

7. Biaya parkir sebesar Rp. 8.500,00 dengan perincian:

Borobudur, Prambanan , Kraton , Parangtrits	@ 1.000,00	Rp. 4.000,00
Pawon, Mendut , Sari, Kalasan, Sambisari		
Ratu Boko, Plaosan, Banyunibo, Imogiri	@ 500,00	<u>4.500,00</u>
Total biaya parkir		Rp. 8.500,00

8. Biaya donasi sebesar Rp. 8.900,00 dengan perincian:

Ambil foto di Borobudur dan Prambanan	Rp. 3.000,00
Masuk bandara Adisucipto	2.500,00
Donasi tol garung	750,00
Donasi Menoreh	1.200,00
Donasi Wukirsari	700,00
Donasi Gunung Seribu	<u>750,00</u>
Total biaya donasi	Rp. 8.900,00

9. Macam-macam biaya sebesar Rp. 98.380,00 merupakan 10% dari total biaya (220.900 + 84.600 + 47.000 + 6.000 + 480.000 + 128.000 + 8.500 + 8.900)

e.Tarif Out of Track 02 (YPH 05) 4 hari 3 malam:

Biaya Variabel:

Akomodasi Hotel	Rp. 331.350,00
Makan pagi	Rp. 126.900,00
Tiket tempat wisata	Rp. 54.000,00
Porterage	Rp. 6.000,00

Biaya Tetap:

Transport	Rp. 585.000,00
Guide	Rp. 156.000,00
Parkir	Rp. 12.500,00
Donasi	Rp. 10.500,00

Macam-macam biaya	Rp. 128.225,00	
	<hr/>	+
Total Biaya	Rp. 1.410.475,00	
Laba (15 % x 1.410.200)	Rp. 211.571,25	
	<hr/>	+
Tarif paket	Rp.1.622.046,25	
Jumlah peserta	2	
	<hr/>	:
Tarif per peserta	Rp. 811.023,25	
Pembulatan	Rp. 811.000,00	

Keterangan:

1. Biaya akomodasi hotel sebesar Rp. 331.350,00 untuk 2 orang, dengan perhitungan bahwa sewa hotel per hari adalah Rp. 110.450,00 x 3 malam
2. Biaya makan pagi sebesar Rp. 126.900,00 dengan perhitungan setiap kali makan Rp. 21.150,00 x 2 peserta x 3 kali makan pagi.
3. Biaya tiket tempat wisata sebesar Rp. 54.000,00 merupakan total biaya tiket untuk 2 orang @ Rp. 27.000,00, dengan perincian:

Candi Borobudur dan Prambanan @ 5.000,00	Rp. 10.000,00
Sambisari, Kalasan, Sari, Plaosan, Ratu Boko, Banyunibo, Pawon, Mendut dan Tamansari @ 500,00	4.500,00
Kraton	1.500,00
Danau pengilon dan danau warna @ 1.000,00	2.000,00
Wanagama, UGM dan Dieng @ 3.000,00	9.000,00
Total biaya tiket	<hr/> Rp. 27.000,00

4. Biaya porterage sebesar Rp.6.000,00 merupakan total biaya untuk 2 orang @ Rp.3000,00 dengan perincian:

porterage di bandara saat kedatangan dan kembali @ 750,00	Rp.1.500,00
porterage di hotel saat kedatangan dan kembali @ 750,00	1.500,00
Total biaya porterage per orang	<hr/> Rp. 3.000,00

5. Biaya transportasi sebesar Rp.585.000,00 dengan perhitungan biaya sewa kendaraan L-300

plus AC selama 39 jam, @ Rp. 15.000,00 per jam.

6. Biaya guide sebesar Rp. 156.000,00 dengan perhitungan biaya honor guide per jam Rp. 4.000,00 x 39 jam

7. Biaya parkir sebesar Rp. 12.500,00 dengan perincian:

Borobudur, Prambanan, Kraton, Wanagama, Dieng, pasar beringharjo dan Malioboro	@ 1.000,00	Rp. 7.000,00
Pawon, Mendut, Sambisari, Kalasan, Sari, Plaosan, Tamansari, Ratu Boko, Banyunibo, danau pengilon dan danau Warna	@ 500,00	<u>5.500,00</u>
Total biaya parkir		Rp. 12.500,00

8. Biaya donasi sebesar Rp. 10.500,00 dengan perincian:

Ambil foto di Borobudur dan Prambanan	Rp. 3.000,00
Masuk bandara Adisucipto	2.500,00
Akademi Militer Magelang	1.500,00
Tol garung	750,00
Malioboro	1.000,00
Argodumilah	750,00
Gondolayu	<u>1.000,00</u>
Total biaya donasi	Rp. 10.500,00

9. Macam-macam biaya sebesar Rp. 128.225,00 merupakan 10% dari total biaya (331.350 + 126.960 + 54.000 + 6.000 + 585.000 + 156.000 + 12.500 + 10.500)

Dari perhitungan tarif paket tour di atas dapat diketahui bahwa langkah-langkah yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan besarnya tarif paket tour sangat sederhana. Dalam menentukan besarnya tarif paket tour perusahaan membuat kebijaksanaan bahwa besarnya tarif harus dapat menutup seluruh biaya yang dikeluarkan dalam satu paket tour dan perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan.

Perusahaan dalam menentukan tarif tidak memperhitungkan biaya-biaya lain yang

membantu kelancaran jalannya perusahaan. Untuk menutup biaya-biaya tersebut perusahaan membuat kebijaksanaan dalam menentukan rincian besarnya biaya yang akan diinformasikan kepada konsumen akhir.

Kebijaksanaan perusahaan dalam penentuan biaya yang akan diinformasikan kepada konsumen akhir adalah adanya biaya yang tidak sesuai dari biaya sesungguhnya yang dikeluarkan perusahaan tetapi mendekati kondisi sesungguhnya. Misalnya biaya akomodasi hotel. Besarnya biaya hotel di paket *Yogya Holiday Package* tidak sesuai dengan biaya hotel yang sesungguhnya dikeluarkan perusahaan. Sebenarnya biaya hotel dapat lebih rendah karena biasanya ada perbedaan tarif hotel pada awal tahun dengan pertengahan tahun dan juga pada saat *peak season* (tingkat hunian sedang tinggi) dan *low season* (tingkat hunian sedang rendah). Perbedaan tarif hotel ini disebabkan juga sekarang semakin banyak hotel baru yang bermunculan sehingga terjadi persaingan antar hotel. Hotel biasanya juga memberikan potongan harga kepada perusahaan yang tidak diinformasikan kepada konsumen. Dengan adanya perbedaan tersebut perusahaan tetap menggunakan tarif yang telah ditentukan pada saat mengambil keputusan besarnya biaya hotel dalam satu paket tour.

Kebijaksanaan lain adalah adanya biaya yang tidak dibebankan pada paket tour. Biaya tersebut adalah biaya yang tidak terpengaruh secara langsung pada paket tour tetapi biaya-biaya tersebut harus dikeluarkan oleh perusahaan setiap bulannya untuk membantu kelancaran jalannya perusahaan. Biaya-biaya tersebut antara lain biaya pemasaran, biaya gaji karyawan, biaya sewa gedung dan lain sebagainya. Untuk menutup biaya-biaya tersebut perusahaan menganggarkan dalam satu paket tour sebesar 10 % dari biaya-biaya yang berpengaruh secara langsung pada satu paket tour, selain laba yang diharapkan perusahaan.

Sedang laba yang diharapkan sebesar 15 % dari total biaya.

Rincian informasi biaya di atas hanya di gunakan untuk pengambilan keputusan besarnya tarif paket tour kepada konsumen. Sedangkan untuk intern perusahaan, tetap digunakan biaya biaya yang akurat yaitu yang benar-benar sesuai dengan kenyataan yang dikeluarkan perusahaan.

Setelah diketahui besarnya total biaya akan dikeluarkan dan laba yang diharapkan untuk satu paket tour, perusahaan menentukan tarif paket tour yang akan diinformasikan kepada konsumen dalam sebuah brosur. Perusahaan biasanya memberikan komisi pada agen atau *retailer*. Besarnya komisi kepada agen atau *retailer* sesuai kesepakatan yaitu antara 10% sampai dengan 15 % dari tarif dalam brosur. Oleh sebab itu tarif yang di buat di dalam brosur sudah termasuk komisi 15 % untuk agen. Dengan memberikan komisi di harapkan agen akan terus dapat menjualkan jasa perusahaan kepada konsumen. Dengan tarif tersebut perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada konsumen, apabila konsumen meminta atau menawar tarif paket tour yang telah ditentukan dalam brosur. Besarnya potongan harga yang diberikan kepada konsumen langsung lebih rendah daripada yang diberikan kepada agen atau *retailer*. Yaitu besarnya sesuai kesepakatan antara konsumen dengan perusahaan, tetapi perusahaan telah menentukan potongan harga untuk konsumen langsung sebesar 5% dari tarif dalam brosur.

Tarif paket tour digunakan nilai mata uang dollar Amerika (US \$). Digunakannya nilai dollar karena memang konsumennya ditujukan untuk wisatawan manca negara. Sedangkan untuk wisatawan nusantara perusahaan menggunakan nilai rupiah (Rp) yang nilainya sama besar dengan nilai dollar. Jadi untuk wisatawan nusantara besarnya tarif paket tour sesuai

brostur yang diubah kedalam rupiah sesuai dengan nilai kurs yang ditentukan. Dalam penelitian ini nilai kursnya adalah 1\$ = Rp. 2.350,00. maka sebagai contoh tarif paket tour *Yogya Highlight* (YPH 01) dikurangi komisi agen untuk wisatawan manca ngara sebesar 98,6 \$, dan untuk wisatawan nusantara sebesar Rp. 231.750,00.

Dalam menentukan tarif paket tour kepada konsumen, perusahaan juga mempertimbangkan kondisi *market*/pasar wisatawan. Pada saat kondisi pasar sedang sepi dimana sedikit wisatawan yang membeli paket tour sehingga persaingan antar biro perjalanan wisata tetap karena setiap biro perjalanan wisata telah memiliki pasar konsumen (*market*) sendiri-sendiri, maka tarifnya akan dibuat lentur maksudnya tarif dapat berubah sesuai kondisi. Sedangkan pada saat kondisi pasar sedang ramai di mana banyak wisatawan yang membeli paket tour, maka tarifnya tetap. Kondisi pasar yang terjadi tidak dibahas dalam penelitian ini, dan yang dibahas adalah tarif dalam brostur yang telah dikurangi 15% untuk komisi agen.

B. PENENTUAN TARIF PAKET WISATA LIBURAN DENGAN METODE VARIABEL COSTING

PT Sri Rama Tours dalam menentukan harga jual paket wisata telah mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan, antara lain biaya akomodasi hotel, biaya makan pagi, biaya transportasi, biaya guide, dan laba yang diharapkan. semua biaya yang telah dikeluarkan telah diperhitungkan dengan teliti, sebab apabila ada kesalahan akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Walaupun PT Sri Rama Tours telah memperhitungkan biaya dengan teliti, tetapi kurang memperhitungkan biaya-biaya lain yang tidak langsung mempengaruhi harga jual paket wisata, yang dikeluarkan setiap tahunnya. Biaya-biaya ini sebenarnya harus dibebankan dalam menetapkan harga jual. Biaya-biaya tersebut antara lain biaya telepon, telex, biaya sewa gedung, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya listrik, biaya gaji karyawan, biaya riset dan biaya penyusutan aktiva tetap.

PT Sri Rama Tours kurang memperhatikan biaya-biaya tersebut karena mereka berpendapat bahwa biaya tersebut tidak berpengaruh terhadap pelayanan mereka dan apabila mereka membebankan biaya tersebut, maka tarifnya akan mahal. Walaupun tarifnya akan mahal, tapi sebenarnya biaya tersebut harus dialokasikan ke dalam setiap paket, sebab secara tidak langsung dalam setiap tour yang dijalankan biaya tersebut juga berpengaruh.

Alokasi biaya-biaya tersebut kedalam paket *Yogya Holiday Package* dengan cara:

$$\frac{\text{total penjualan } \textit{Yogya Holiday Package}}{\text{total penjualan tour seluruhnya selama 1 tahun}} \times \text{Biaya selama 1 tahun}$$

Dari perhitungan ini, harus dialokasikan ke dalam masing-masing paket *Yogya Holiday Package* yang menikmatinya.

Jumlah tour yang telah dilaksanakan pada tahun 1996 dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada tahun 1996 merupakan dasar bagi penetapan harga jual tahun 1997.

Tour yang telah dijalankan selama tahun 1996 berjumlah 2390 kali.

Jumlah penjualan *Yogya Holiday Package Tour* selama tahun 1996 adalah:

Tabel 2.
Tabel Penjualan *Yogya Holiday Package Tour*

Kode	Nama paket	Hari	Penjualan
YPH 01	<i>Yogya Highlight</i>	2	102
YPH 02	<i>Yogya Kaleidoscope</i>	3	76
YPH 03	<i>Yogya Golden Holiday</i>	4	43
YPY 04	<i>Yogya Out of Track 01</i>	3	7
YPH 05	<i>Yogya Out of Track 02</i>	4	1
	Total		229

Sumber : PT Sri Rama Tours

Biaya-biaya yang secara tidak langsung berpengaruh pada penentuan tarif paket tour

adalah:

a. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran dilaksanakan bersama-sama untuk seluruh jasa yang ditawarkan PT Sri Rama Tours. Untuk itu harus dibebankan pada setiap paket tour atau jasa yang menikmatinya. Besarnya biaya pemasaran yang dibebankan pada setiap paket menjadi unsur biaya tetap karena berapapun jumlah peserta biaya pemasaran besarnya tetap.

Biaya pemasaran tahun 1996 sebagai dasar penentuan tarif besarnya Rp. 23.300.000,00.

Alokasi biaya pemasaran untuk *Yogya Holiday Package*:

$$\frac{229}{2390} \times 23.300.000 = 2.232.510,46$$

Dari perhitungan ini merupakan biaya bersama *Yogya Holiday Package*. Sedangkan *Yogya Holiday Package* terdiri dari beberapa paket tour. Besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing paket tour tergantung dari panjang pendeknya wisata dilaksanakan.

Alokasi biaya pemasaran tiap paket adalah:

Tabel 3.
Alokasi Biaya pemasaran tiap paket

Paket tour (1)	Jumlah Paket Terjual (2)	Hari (3)	Jumlah paket terjual x hari (4) = (2) x (3)	Alokasi Biaya (5) = (4) : 629 x 2.232.510,46	Biaya pemasaran per paket (6) = (5) : (2)
YPH 01	102	2	204	724.057,45	7.098,6
YPH 02	76	3	228	809.240,67	10.647,9
YPH 03	43	4	172	610.479,81	14.197,2
YPH 04	7	3	21	74.535,33	10.647,9
YPH 05	1	4	4	14.197,2	140.197,2
Total			629	2.232.510,46	

b. Biaya telpon, telex

Telpon, telex sangat penting bagi sebuah biro perjalanan. Dengan adanya fasilitas telpon, telex, bagi konsumen yang akan menanyakan segala sesuatu tentang tour, tidak perlu datang ke kantor, cukup bertanya lewat telpon.

Alokasi biaya telpon berdasarkan aktivitas pemakaian. Setiap tour, penggunaan telpon, telex diperkirakan sekali. Maka besarnya biaya telpon tiap paket adalah biaya telpon,telex selama satu tahun dibagi dengan seluruh tour yang dijalankan. Biaya ini merupakan biaya tetap karena berapapun jumlah peserta, biaya telpon,telex tetap sama.

Perhitungan biaya telpon,telex tiap paket *Yogya Holiday Package* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya telpon, telex} &: \text{jumlah tour yang dilaksanakan satu tahun} \\ 36.000.000 &: 2390 = \text{Rp. 15.062,76} \end{aligned}$$

c. Biaya listrik

Biaya listrik tahun 1996 sebagai dasar perhitungan tarif tahun 1997 adalah Rp. 4.200.000,00. Beban alokasi biaya listrik untuk setiap paket adalah sama, tidak tergantung dari panjang pendeknya tour. Perhitungan untuk mengalokasikan ke dalam tiap paket *Yogya Holiday Package* adalah sebagai berikut:

Biaya listrik : jumlah tour yang dijalankan satu tahun

$$4.200.000 : 2390 = 1.757,32$$

Jadi setiap paket mendapatkan beban listrik sebesar Rp. 1.757,32

Biaya listrik ini menjadi unsur biaya tetap pada setiap paket karena berapapun jumlah pesertanya biaya ini tetap sama.

d. Biaya sewa gedung

Biaya sewa gedung digunakan untuk membantu kelancaran seluruh kegiatan tour. Untuk membebankan biaya sewa gedung ke dalam tiap paket dengan cara membagi total biaya sewa gedung setahun dengan jumlah tour yang dijalankan selama setahun.

Biaya sewa gedung tahun 1996 sebagai dasar penentuan tarif untuk tahun 1997 besarnya Rp.16.900.000,00. Perhitungan alokasi tiap paket adalah:

Biaya sewa gedung : jumlah tour yang dijalankan satu tahun

$$6.900.000 : 2390 = 7.071,13$$

Besarnya biaya sewa gedung tiap paket sama, tidak tergantung panjang pendeknya tour. Jadi beban biaya sewa gedung tiap paket *Yogya Holiday Package* adalah Rp.7.071,13. Biaya ini merupakan unsur biaya tetap karena berapapun jumlah peserta besarnya biaya ini tetap sama.

e. Biaya penyusutan aktiva tetap

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan memerlukan peralatan yang memudahkan kegiatannya seperti komputer, mesin ketik, kendaraan dan sebagainya. Dengan memiliki komputer dan aktiva tetap lainnya, perusahaan harus membebankan biaya penyusutannya. Besarnya biaya penyusutan ini merupakan unsur biaya tetap karena berapapun jumlah pesertanya biaya ini tetap sama. Biaya penyusutan aktiva tetap tahun 1996 sebagai dasar penentuan tarif tahun 1997 besarnya Rp. 49.900.000,00.

Penghitungan biaya penyusutan aktiva tetap kedalam *Yogya Holiday Package*:

$$\frac{229}{2390} \times 49.900.000,00 = 4.781.213,39$$

Dari perhitungan biaya bersama ke dalam *Yogya Holiday Package* masih harus diolah lagi karena *Yogya Holiday Package* terdiri dari beberapa paket tour. Besarnya biaya penyusutan aktiva tetap untuk masing-masing paket *Yogya Holiday Package* tergantung dari panjang pendeknya tour. Maka dalam mengalokasikan biaya penyusutan aktiva tetap ke dalam setiap paket tour *Yogya Holiday Package* 01 - 05 digunakan hari sebagai penentu besarnya beban alokasi. Alokasi biaya penyusutan tiap paket adalah sebagai berikut:

Tabel 4.
Alokasi Biaya penyusutan aktiva tetap per paket

Paket tour (1)	Jumlah Paket Terjual (2)	Hari (3)	Jumlah paket terjual x hari (4) = (2) x (3)	Alokasi Biaya (5) = (4) : 629 x 4.781.213,39	Biaya penyusutan per paket (6) = (5) : (2)
YPH 01	102	2	204	1.550.663,80	15.202,59

YPH 02	76	3	228	1.733.094,84	22.803,88
YPH 03	43	4	172	1.307.422,42	30.405,17
YPH 04	7	3	21	159.627,16	22.803,88
YPH 05	1	4	4	30.405,17	30.405,17
Total			629	4.782.213,39	

f. Biaya Riset dan sumber daya manusia

Biaya riset meliputi negosiasi dengan pihak-pihak terkait misal kontak dengan hotel, lokasi wisata, biro perjalanan di luar negeri dan sebagainya. Pembebanan biaya riset ke dalam setiap paket menjadi unsur biaya tetap karena berapapun jumlah pesertanya biaya riset tetap sama.

Biaya riset tahun 1996 sebagai dasar penentuan tarif Rp. 20.000.000,00.

Alokasi biaya riset untuk *Yogya Holiday Package* adalah:

$$\frac{229}{2390} \times 20.000.000 = 1.916.317,99$$

Dari perhitungan biaya bersama *Yogya Holiday Package* ini masih harus diolah lagi karena *Yogya Holiday Package* terdiri dari beberapa paket tour. Besarnya biaya riset untuk masing-masing paket tergantung panjang-pendeknya tour. Alokasi biaya riset tiap paket adalah sebagai berikut:

Tabel 5.
Alokasi biaya riset dan sumber daya manusia per paket

Paket tour (1)	Jumlah Paket Terjual (2)	Hari (3)	Jumlah paket terjual x hari (4) = (2) x (3)	Alokasi Biaya (5) = (4) : 629 x 1.916.317,99	Biaya riset & SDM per paket (6) = (5) : (2)
YPH 01	102	2	204	621.508,54	6.093,22
YPH 02	76	3	228	694.627,19	9.139,83
YPH 03	43	4	172	524.017,00	12.186,44
YPH 04	7	3	21	63.978,82	9.139,83
YPH 05	1	4	4	12.186,44	12.186,44
Total			629	1.916.317,99	

g. Biaya Gaji Karyawan

Biaya gaji karyawan untuk tahun 1996 sebesar Rp. 114.600.000,00

Untuk mengalokasikan ke dalam *Yogya Holiday Package* adalah sebagai berikut:

$$\frac{229}{2390} \times 114.600.000 = 10.980.502,09$$

Dari perhitungan biaya bersama ini masih harus dibagi ke dalam masing-masing paket *Yogya Holiday Package*. Besarnya biaya gaji karyawan tergantung dari panjang pendeknya tour dilaksanakan. Sebab seorang karyawan akan bekerja lebih lama untuk tour yang waktunya lama misalnya dengan mengecek pelaksanaan tour dan tunuk tour yang pendek karyawan akan bekerja sebentar. Biaya gaji karyawan menjadi unsur biaya tetap



sebab berapapun jumlah pesertanya besarnya biaya tetap sama. Alokasi biaya gaji karyawan tiap paket adalah :

Tabel 6.
Alokasi Biaya gaji karyawan per paket

Paket tour (1)	Jumlah Paket Terjual (2)	Hari (3)	Jumlah paket terjual x hari (4) = (2) x (3)	Alokasi Biaya (5) = (4) : 629 x 10.980.502,09	Biaya gaji karyawan per paket (6) = (5) : (2)
YPH 01	102	2	204	3.561.243,92	34.941,16
YPH 02	76	3	228	3.980.213,79	52.370,23
YPH 03	43	4	172	3.002.617,42	69.828,23
YPH 04	7	3	21	366.598,63	22.803,88
YPH 05	1	4	4	12.186,44	30.405,17
Total			629	10.980.502,09	

h. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum meliputi biaya pajak kendaraan, biaya perawatan rutin kendaraan, biaya perlengkapan kantor dan sebagainya.

Biaya ini harus dibebankan pada tour yang dijalankan. Besarnya biaya administrasi dan umum menjadi unsur biaya tetap sebab berapapun jumlah pesertanya, biaya ini besarnya tetap sama.

Biaya administrasi dan umum untuk tahun 1996 sebesar Rp. 19.700.000,00.

Perhitungan biaya administrasi dan umum untuk *Yogya Holiday Package* adalah sebagai berikut:

$$\frac{229}{2390} \times 19.700.000 = 1.887.533,22$$

Dari hasil perhitungan ini masih harus dibagi lagi ke dalam masing-masing paket *Yogya Holiday Package*. Besarnya biaya administrasi dan umum ke dalam masing-masing paket tergantung dari panjang pendeknya tour. Panjang pendeknya tour juga berpengaruh pada penggunaan kendaraan. Untuk tour yang lama akan semakin banyak mempergunakan kendaraan dan hal ini akan menimbulkan beban biaya pajak dan perawatan rutin kendaraan semakin besar pula. Maka dalam mengalokasikan biaya administrasi dan umum ke dalam masing-masing paket tour *Yogya Holiday Package 01 – 05* di gunakan hari sebagai penentu besarnya beban alokasi.

Alokasi biaya administrasi dan umum tiap paket adalah sebagai berikut:

Tabel 7.
Alokasi Biaya administrasi dan umum per paket

Paket tour (1)	Jumlah Paket Terjual (2)	Hari (3)	Jumlah paket terjual x hari (4) = (2) x (3)	Alokasi Biaya (5) = (4) : 629 x 1.887.573,22	Biaya adm. & umum per paket (6) = (5) : (2)
YPH 01	102	2	204	612.185,91	6.001,8
YPH 02	76	3	228	684.207,78	9.002,73
YPH 03	43	4	172	516.156,74	12.003,65
YPH 04	7	3	21	63.019,14	9.002,73
YPH 05	1	4	4	12.003,65	12.003,65
Total			629	1.887.573,22	

Setelah mengetahui besarnya alokasi biaya-biaya yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap penentuan tarif, kemudian penulis akan menganalisis tarif masing-masing paket *Yogya Holiday Package*. Dalam menganalisis tarif *Yogya Holiday Package*, penulis tetap menggunakan biaya yang dianggarkan oleh PT Sri Rama Tours kecuali biaya macam-macam dan menambahkan biaya-biaya yang secara tidak langsung berpengaruh juga terhadap penentuan tarif. Biaya-biaya tersebut antara lain biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listrik, biaya sewa gedung, biaya administrasi dan umum, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya riset dan biaya gaji karyawan. Besarnya biaya tersebut sesuai dengan perhitungan yang telah disajikan di muka.

Langkah-langkah penentuan tarif dengan metode *variabel costing*:

1. Memisahkan biaya semi variabel kedalam biaya tetap dan biaya variabel

Dalam penentuan tarif ini sebesarnya ada unsur biaya semi variabel seperti biaya perawatan rutin kendaraan yang dimiliki perusahaan. Karena keterbatasan penulis yang tidak dapat memperoleh data biaya perawatan rutin setiap bulannya maka penulis tidak bisa memisahkan biaya perawatan rutin ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya perawatan rutin oleh perusahaan di kelompokkan dalam biaya administrasi dan umum, dan merupakan elemen biaya tetap.

Total biaya tetap dan biaya variabel setiap paket adalah sebagai berikut:

Tabel 8.
Tabel total biaya tetap dan total biaya variabel
Yogya Highlight (YPH 01) 2 hari 1 malam

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya variabel per orang	Total biaya variabel
Biaya hotel		55.225	110.450
Biaya makan pagi		21.150	42.300

Biaya tiket masuk		13.000	26.000
Biaya porterage		3.000	6.000
Biaya transportasi	135.000		
Biaya guide	36.000		
Biaya parkir	4.500		
Biaya donasi	36.150		
Biaya pemasaran	7.098,6		
Biaya telpon,telex	15.062,76		
Biaya listrik	1.757,32		
Biaya riset	6.093,22		
Biaya penyusutanAT	15.202,59		
Biaya sewa gedung	7.071,13		
Biaya gaji karyawan	34.914,16		
Biaya adm & umum	6.001,8		
Total biaya	304.851,58	92.375	1.84.750

Tabel 9.
Tabel total biaya tetap dan total biaya variabel
Yogya Kaleidoscope (YPH 02) 3 hari 2 malam

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya variabel per orang	Total biaya variabel
Biaya hotel		110.450	220.900
Biaya makan pagi		42.300	84.600
Biaya tiket masuk		25.000	50.000
Biaya porterage		3.000	6.000
Biaya transportasi	240.000		
Biaya guide	64.000		
Biaya parkir	10.000		
Biaya donasi	8.200		
Biaya pemasaran	10.647,9		
Biaya telpon,telex	15.062,76		
Biaya listrik	1.757,32		
Biaya riset	9.139,89		
Biaya penyusutanAT	22.863,88		
Biaya sewa gedung	7.071,13		
Biaya gaji karyawan	52.371,23		
Biaya adm & umum	9.002,73		
Total biaya	450.156,73	180.750	361.500

Tabel 10.
Tabel total biaya tetap dan total biaya variabel
Yogya Golden Holiday (YPH 03) 4 hari 3 malam

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya variabel per orang	Total biaya variabel
Biaya hotel		165.675	331.350
Biaya makan pagi		63.450	126.900
Biaya tiket masuk		32.500	65.000
Biaya porterage		3.000	6.000
Biaya transportasi	420.000		
Biaya guide	112.000		
Biaya parkir	13.500		
Biaya donasi	11.250		
Biaya pemasaran	14.197,2		
Biaya telpon,telex	15.062,76		
Biaya listrik	1.757,32		
Biaya riset	12.186,44		
Biaya penyusutanAT	30.405,17		
Biaya sewa gedung	7.071,13		
Biaya gaji karyawan	69.828,31		
Biaya adm & umum	12.003,65		
Total biaya	719.261,98	264.625	529.250

Tabel 11.
Tabel total biaya tetap dan total biaya variabel
Yogya Out of Track 01 (YPH 04) 3 hari 2 malam

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya variabel per orang	Total biaya variabel
Biaya hotel		110.450	220.900
Biaya makan pagi		42.300	84.600
Biaya tiket masuk		23.500	47.000
Biaya porterage		3.000	6.000
Biaya transportasi	480.000		
Biaya guide	128.000		
Biaya parkir	9.000		
Biaya donasi	8.400		
Biaya pemasaran	10.647,9		
Biaya telpon,telex	15.062,76		
Biaya listrik	1.757,32		
Biaya riset	9.139,89		

Biaya penyusutanAT	22.863,88		
Biaya sewa gedung	7.071,13		
Biaya gaji karyawan	52.371,23		
Biaya adm & umum	9.002,73		
Total biaya	753.256,73	179.250	358.500

Tabel 12.
Tabel total biaya tetap dan total biaya variabel
Yogya Out of Track 02 (YPH 05) 4 hari 3 malam

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya variabel per orang	Total biaya variabel
Biaya hotel		165.675	331.350
Biaya makan pagi		63.450	126.900
Biaya tiket masuk		27.000	54.000
Biaya porterage		3.000	6.000
Biaya transportasi	585.000		
Biaya guide	156.000		
Biaya parkir	12.500		
Biaya donasi	10.500		
Biaya pemasaran	14.197,2		
Biaya telpon,telex	15.062,76		
Biaya listrik	1.757,32		
Biaya riset	12.186,44		
Biaya penyusutanAT	30.405,17		
Biaya sewa gedung	7.071,13		
Biaya gaji karyawan	69.828,31		
Biaya adm & umum	12.003,65		
Total biaya	934.511,98	259.125	518.250

2. Menghitung total biaya tetap dan total biaya variabel yang terjadi untuk mendapatkan biaya penuh.

Dari tabel 8 sampai dengan tabel 12 didapat biaya penuh sebagai berikut:

Tabel 13.
Total biaya penuh masing-masing paket.

Paket Tour	Hari	Biaya tetap (1)	Biaya variabel (2)	Biaya penuh (3)= (1)+(2)
YPH 01	2	304.851,58	184.750	489.601,58

Paket Tour	Hari	(1)	(2)	(3) = (1) + (2)
YPH 02	3	450.056,73	361.500	811.556,73
YPH 03	4	719.261,98	529.250	1.248.511,98
YPH 04	3	753.256,73	358.500	1.111.756,73
YPH 05	4	934.511,98	518.250	1.452.761,98

3. Menghitung persentase *mark up* dengan rumus:

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{total biaya variabel}}$$

Untuk memperoleh jumlah rupiah besarnya *mark up* yang dapat di hitung dengan cara mengalikan prosentase *mark up* dengan biaya variabel per peserta. Laba yang diharapkan oleh PT Sri Rama Tours sebesar 15 % dari total biaya (biaya penuh). Laba yang diharapkan adalah ebagai berikut:

Tabel 14.
Tabel laba yang diharapkan

Paket Tour	Hari	Biaya Penuh (1)	Laba yang diharapkan (2) = 15 % x (1)
YPH 01	2	489.601,58	73.440,24
YPH 02	3	811.556,73	121.733,51
YPH 03	4	1.248.511,98	187.276,79
YPH 04	3	1.111.756,73	166.763,51
YPH 05	4	1.452.761,98	217.914,29

Setelah laba diketahui, maka berdasarkan persentase *mark-up* di atas dapat di hitung besarnya persentase *mark-up* adalah sebagai berikut:

1. Yogya Highlight (YPH 01):

$$\frac{73.440,24 + 304.851,58}{184.750} = 204,$$

2. Yogya Kaleidoskope (YPH 02)

$$\frac{121.733,51 + 450.056,73}{361.500} = 158,17 \%$$

3. Yogya Golden Holiday (YPH 03)

$$\frac{187.276,79 + 719.216,98}{529.250} = 171,29 \%$$

4. Yogya Out of Track 01 (YPH 04)

$$\frac{166.763,51 + 753.256,73}{358.500} = 256,63 \%$$

5. Yogya Out of Track 02 (YPH 05):

$$\frac{217.914,29 + 934.511,98}{518.250} = 222,37 \%$$

4. Menghitung Tarif Paket Tour per orang

Tarif paket tour per orang diperoleh dengan menjumlahkan biaya variabel per orang dengan prosentase *mark up*. Prosentase *mark up* harus diubah dahulu dalam bentuk rupiah dengan cara mengalikan dengan biaya variabel.

Tarif paket tour per orang adalah sebagai berikut:

Tabel 15.
Tabel tarif paket per orang

Paket Tour	Hari	% Mark up (1)	Biaya variabel per orang (2)	Mark up (3) = (1) x (2)	Tarif (4) = (2) + (3)
YPH 01	2	204,70 %	92.375	189.091,625	281.466,625
YPH 02	3	158,17%	180.750	285.892,275	466.642,275
YPH 03	4	171,29%	264.625	453.276,163	717.901,163
YPH 04	3	256,63%	179.250	460.009,275	639.259,275
YPH 05	4	222,37%	259.125	576.216,263	835.341,263

C. Perbandingan Tarif Yogya Holiday Package Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Variabel Costing* dengan Tarif Yogya Holiday Package Menurut Perusahaan

PT Sri Rama Tours dalam menentukan tarif Yogya Holiday Package hanya memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan antara lain biaya hotel, biaya makan pagi, biaya tiket masuk, biaya transport, biaya guide, biaya donasi, biaya parkir dan macam-macam biaya. Dari biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan telah membedakan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya hotel, biaya makan pagi, biaya tiket masuk dan biaya porterage menjadi unsur biaya variabel. Biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listrik, biaya riset dan sumber daya manusia, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya gaji karyawan serta biaya administrasi dan umum, perusahaan tidak mengalokasikannya dan membebankan pada jasa. Sedangkan biaya transportasi, biaya guide, biaya donasi, biaya parkir menjadi unsur biaya tetap. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* biaya-biaya tersebut harus dialokasikan dan dibebankan pada jasa. Biaya-biaya tersebut menjadi unsur biaya tetap.

Besarnya tarif ditetapkan menurut berdasarkan laba yang diharapkan ditambah total biaya yang kemudian dibagi dengan jumlah peserta tour. Laba yang diharapkan dihitung sebesar 15% dari total biaya. Sedangkan dalam metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* tarif berdasarkan persentase (%) *mark up* ditambah dengan biaya variabel per orang. Dimana besarnya persentase (%) *mark up* dihitung dengan cara laba yang

diharapkan ditambah dengan biaya variabel yang kemudian dibagi dengan total biaya variabel. Laba yang diharapkan sebesar 15 % dari total biaya penuh.

Dari perbedaan diatas mengakibatkan tarif yang dihitung menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* berbeda dengan tarif yang ditentukan oleh PT Sri Rama Tours. Dari hasil perhitungan berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* , ternyata tarif untuk masing-masing paket tour lebih besar dibanding dengan yang ditentukan PT Sri Rama Tours.

Untuk lebih jelas perbedaan biaya dan tarif , dapat di lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 16
Tabel perbandingan komponen biaya Yogya Highlight (YPH 01)

Komponen Biaya	PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
	Bi. Tetap	Bi. Variabel	Bi. Tetap	Bi. Variabel
Akomodasi hotel		110.450		110.450
Makan pagi		42.300		42.300
Tiket		26.000		26.000
Porterage		6.000		6.000
Transportasi	135.000		135.000	
Guide	36.000		36.000	
Parkir	4.500		4.500	
Dorasi	6.150		6.150	
Bi. pemasaran			7.098,6	
Bi. telpon, telex			15.062,76	
Bi. listrik			1.757,32	
Bi. riset			6.093,22	
Bi. penyusutan AT			15.202,59	
Bi. sewa gedung			7.071,13	
Bi. gaji karyawan			34.914,8	
Bi. adm. & umum			6.001,8	
Biaya macam-macam	36.640			
Total Biaya	218.290	184.750	304.851,58	184.750
Total Biaya penuh	403.040		489.601,58	

Tabel 17.
Tabel perbandingan penentuan tarif Yogya Highlight (YPH 01)

PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
Biaya penuh	403.040	Biaya variabel	92.375
Laba (15% x 403.040)	<u>60.456</u>	Mark up (204,70% x 92.375)	189.091,625
Tarif Paket	463.496		
Jumlah peserta	<u>2</u>		
Tarif per peserta	231.748	Tarif per peserta	281.466,625
Pembulatan tarif	231.750		

Tabel 18
Tabel perbandingan komponen biaya Yogya Kaleidoscope (YPH 02)

Komponen Biaya	PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
	Bi. tetap	Bi. variabel	Bi. tetap	Bi. variabel
Akomodasi hotel		220.900		220.900
Makan pagi		84.600		84.600
Tiket		50.000		50.000
Porterage		6.000		6.000
Transportasi	240.000		240.000	
Guide	64.000		64.000	
Parkir	10.000		10.000	
Donasi	8.200		8.200	
Bi. pemasaran			10.647,9	
Bi. telpon, telex			15.062,76	
Bi. listrik			1.757,32	
Bi. riset			9.139,89	
Bi. penyusutan AT			22.863,88	
Bi. sewa gedung			7.071,13	
Bi. gaji karyawan			52.371,23	
Bi. adm. & umum			9.000,73	
Biaya macam-macam	68.370			
Total Biaya	390.570	361.500	450.156,73	361.500
Toatal Biaya penuh	752.070		881.556,73	

Tabel 19
Tabel perbandingan penentuan tarif Yogya Kaleidoscope (YPH 02)

PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
Biaya penuh	752.070	Biaya variabel/ orang	180.750
Laba (15% x 752.070)	<u>112.810,5</u>	<i>Mark up</i> (158.17% x 180.750)	285.892,275
Tarif Paket	864.880,5		
Jumlah peserta	<u>2</u>		
Tarif per peserta	432.440,25	Tarif per peserta	466.642,275
Pembulatan tarif	432.450		

Tabel 20.
Tabel perbandingan komponen biaya Yogya Golden Holiday (YPH 03)

Komponen Biaya	PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
	Bi. Tetap	Bi. Variabel	Bi. Tetap	Bi. Variabel
Akomodasi hotel		331.350		331.350
Makan pagi		126.900		126.900
Tiket		65.000		65.000
Porterage		6.000		6.000
Transportasi	420.000		420.000	
Guide	112.000		112.000	
Parkir	23.500		13.500	
Donasi	11.250		11.250	
Bi. pemasaran			14.197,2	
Bi. telpon, telex			15.062,76	
Bi. listrik			1.757,32	
Bi. riset			12.186,44	
Bi. penyusutan AT			30.405,17	
Bi. sewa gedung			7.071,13	
Bi. gaji karyawan			69.828,31	
Bi. adm. & umum			12.003,65	
Macam-macam biaya	108.000			
Total Biaya	604.750	529.250	719.261,98	529.250
Total Biaya penuh	1.082.180		1.248.511,98	

Tabel 21
Tabel perbandingan penentuan tarif Yogya Golden Holiday (YPH 03)

PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
Biaya penuh	1.888.000	Biaya variabel/ orang	264.625
Laba (15% x 1.888.000)	<u>178.200</u>	<i>Mark up</i> (171,29% x 264.625)	453.276,163
Tarif Paket	1.366.200		
Jumlah peserta	<u>2</u>		
Tarif per peserta	683.100	Tarif per peserta	717.901,163
Pembulatan tarif	683.100		

Tabel 22
Tabel perbandingan komponen biaya Yogya Out of Track 01 (YPH 04)

Komponen Biaya	PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
	Bi. tetap	Bi. variabel	Bi. tetap	Bi. variabel
Akomodasi hotel		220.900		220.900
Makan pagi		84.600		84.600
Tiket		47.000		47.000
Porterage		6.000		6.000
Transportasi	480.000		480.000	
Guide	128.000		128.000	
Parkir	9.000		9.000	
Donasi	8.400		8.400	
Bi. pemasaran			10.647,9	
Bi. telpon, telex			15.062,76	
Bi. listrik			1.757,32	
Bi. riset			9.139,89	
Bi. penyusutan AT			22.863,88	
Bi. sewa gedung			7.071,13	
Bi. gaji karyawan			52.371,23	
Bi. adm. & umum			9.000,73	
Biaya macam-macam	98.380			
Total Biaya	623.680	358.500	753.256,73	358.500
Toatal Biaya penuh	1.082.180		1.111.756,73	

Tabel 23
Tabel perbandingan penentuan tarif Yogya Out of Track 01 (YPH 04)

PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
Biaya penuh	1.082.180	Biaya variabel/ orang	179.250
Laba (15% x 752.070)	<u>162.327</u>	<i>Mark up</i> (256,63% x 179.250)	460.009,275
Tarif Paket	1.244.567		
Jumlah peserta	<u>2</u>		
Tarif per peserta	622.253,5	Tarif per peserta	639.259,275
Pembulatan tarif	622.250		

Tabel 24.
Tabel perbandingan komponen biaya Yogya Out of Track (YPH 05)

Komponen Biaya	PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
	Bi. Tetap	Bi. Variabel	Bi. Tetap	Bi. Variabel
Akomodasi hotel		331.350		331.350
Makan pagi		126.900		126.900
Tiket		54.000		54.000
Porterage		6.000		6.000
Transportasi	585.000		585.000	
Guide	156.000		156.000	
Parkir	12.500		12.500	
Donasi	10.500		10.500	
Bi. pemasaran			14.197,2	
Bi. telpon, telex			15.062,76	
Bi. listrik			1.757,32	
Bi. riset			12.186,44	
Bi. penyusutan AT			30.405,17	
Bi. sewa gedung			7.071,13	
Bi. gaji karyawan			69.828,31	
Bi. adm. & umum			12.003,65	
Macam-macam biaya	128.225			
Total Biaya	902.225	518.250	934.511,98	518.250
Total Biaya penuh	1.410.475		1.452.511,98	

Tabel 25.
Tabel perbandingan penentuan tarif Yogya Out of Track 02 (YPH 05)

PT Sri Rama Tours		Metode Variabel Costing	
Biaya penuh	1.410.475	Biaya variabel/ orang	259.125
Laba (15% x 1.888.000)	<u>211.571,25</u>	Mark up (222,37% x 259.125)	576.216,263
Tarif Paket	1.622.046,25		
Jumlah peserta	<u>2</u>		
Tarif per peserta	811.023,25	Tarif per peserta	835.341,263
Pembulatan tarif	811.000		

Untuk menjawab masalah 2, apakah tarif yang ditentukan PT Sri Rama Tours tepat atau tidak, penulis menganalisis data tersebut. Penulis dalam menganalisis perbedaan tarif di atas dengan menggunakan test uji hipotesa beda 2 mean untuk observasi berpasangan. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 5 buah, maka tabel yang di pakai adalah tabel t.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

1. Menyusun formulasi H_0 dan H_1

H_0 : μ tarif Sri Rama = μ tarif hasil penelitian

H_1 : μ tarif Sri Rama \neq μ tarif hasil penelitian

Formulasi ini digunakan untuk pengujian 2 sisi.

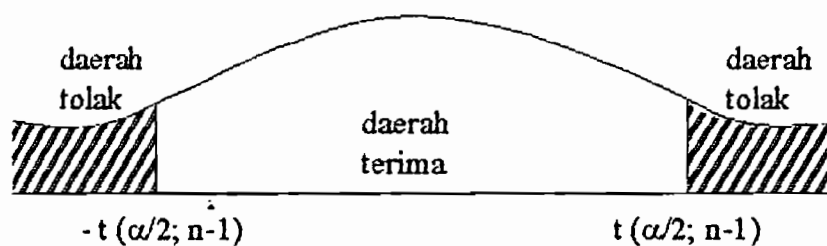
2. Menentukan level of significance $\alpha = 0,05$ (daerah kritis pada tingkat kepercayaan 5% (0,05))

Nilai $t(\alpha/2, n-1)$. Sampel yang digunakan 5, maka nilai t tabel adalah:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= \pm t(\alpha/2, n-1) \\ &= \pm (0,025, 5-1) \\ &= 2,776 \end{aligned}$$

3. Kriteria pengujian (*Rule of the test*)

Menentukan daerah penerimaan H_0 dan penolakan H_0 berdasarkan langkah-langkah diatas.



Ho diterima apabila: $-2,776 \leq t \leq 2,776$

Ho ditolak apabila : $t > 2,776$ atau $t < -2,776$

4. Perhitungan nilai t sampel

Tabel 26.
Tabel perhitungan nilai t sampel

Paket Tour	Tarif Sri Rama	Tarif Penelitian	D	$(D - \bar{D})$	$(D - \bar{D})^2$
YPH 01	231.750	281.466,625	- 49.716,625	-17.704,505	314.725.517,7
YPH 02	432.450	466.462,275	- 34.012,275	- 2.036,155	4.414.927,18
YPH 03	683.100	717.901,163	- 34.801,163	- 2.825,043	7.980.867,95
YPH 04	622.250	639.259,275	- 17.009,275	14.966,845	224.006.449,3
YPH 05	811.000	835.341,263	- 24.341,263	7.634,857	58.291.041,41
Total			-159.880,601		609.149.803,5

dimana:

$D = \text{Tarif Sri Rama} - \text{Tarif Penelitian}$

$$\begin{aligned} \bar{D} &= \frac{\sum D}{n} \\ &= \frac{-159.880,601}{5} \\ &= -31.976,120 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi (Sd)} &= \sqrt{\frac{\sum (D - \bar{D})^2}{n - 1}} \\ &= \sqrt{\frac{601.149.803,5}{5 - 1}} \\ &= \sqrt{152.287.450,9} \\ &= 12.340,48 \end{aligned}$$

Setelah mengetahui nilai standar deviasi tarif di atas maka di cari nilai t dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{\bar{D}}{S_d / \sqrt{n}} \\
 &= \frac{-31.976,120}{12.340,48 / \sqrt{5}} \\
 &= \frac{-31.976,120}{5.509,143} \\
 &= -5,804
 \end{aligned}$$

5. Menentukan daerah kritik

Oleh karena nilai $t = -5,804$ terletak di $t < -2,776$ maka H_0 ditolak.

6. Kesimpulan

Ada perbedaan yang signifikan antara tarif PT Sri Rama Tours dengan tarif yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variabel costing*. Hal ini berarti bahwa tarif PT Sri Rama Tours dapat dikatakan kurang tepat.

Kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan karena komponen biaya untuk menentukan tarif paket tour menurut PT Sri Rama Tours dengan tarif menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* berbeda. Pada tarif PT Sri Rama Tours komponen biaya adalah biaya akomodasi hotel, biaya makan pagi, biaya tiket, biaya porterage, biaya transportasi, biaya guide, biaya parkir, biaya donasi, dan macam-macam biaya. Sedangkan dalam metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* biaya

komponen biaya adalah biaya akomodasi hotel, biaya makan pagi, biaya tiket, biaya porterage, biaya transportasi, biaya guide, biaya parkir, biaya donasi dan masih dirinci dengan komponen biaya tidak langsung seperti biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listrik, biaya riset, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya sewa gedung, biaya gaji karyawan serta biaya administrasi dan umum.

Dalam menentukan besarnya biaya, PT Sri Rama Tours menggunakan tarif yang optimis maksudnya sebagian biaya tarifnya telah dinaikkan dari harga yang sesungguhnya misalnya untuk biaya hotel, tetapi tidak memasukkan biaya tidak langsung dalam paket tour. Dengan kebijaksanaan menaikkan biaya dapat menutup biaya-biaya lain yang tidak dibebankan.

Sedangkan dalam metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* besarnya biaya digunakan juga tarif optimis sama dengan di PT Sri Rama Tours tetapi masih ditambah dengan biaya tidak langsung. Dengan biaya yang lebih besar maka tarif yang ditentukan juga akan lebih mahal.

Tarif yang ditentukan oleh PT Sri Rama Tours lebih rendah bila dibandingkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*. Tetapi kenyataannya dengan tarif yang telah ditentukan perusahaan tidak pernah rugi bahkan mendapatkan laba.

PT Sri Rama Tours tidak pernah rugi antara lain disebabkan adanya perbedaan dalam menentukan biaya yang diinformasikan kepada konsumen dengan biaya yang sebenarnya mereka keluarkan, misalnya untuk tarif hotel. Tarif hotel yang ditentukan perusahaan untuk paket tour tidak akurat. Perusahaan menentukan biaya hotel sesuai tarif yang dari hotel pada

awal tahun. Tetapi sebenarnya perusahaan mendapatkan potongan harga karena sebagai perantara hotel. Besarnya potongan harga atau komisi sesuai kesepakatan dengan pihak hotel. PT Sri Rama Tours juga mendapatkan keuntungan untuk tarif hotel dari adanya perubahan tarif hotel yang telah ditentukan oleh pihak hotel. Pengelola hotel kadang menurunkan tarifnya pada pertengahan tahun karena persaingan hotel semakin ketat yang disebabkan banyak bermunculan hotel baru dan juga hotel biasanya membuat kebijaksanaan perbedaan tarif hotel saat *peak season* (tingkat hunian sedang tinggi) dan *low season* (tingkat hunian sedang rendah). Dengan adanya penurunan tarif hotel oleh perusahaan tidak diinformasikan kepada konsumen dan perusahaan tetap menggunakan tarif hotel yang lama. Dari perbedaan tarif tersebut perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar.

Keuntungan lain diperoleh dari para pengelola tempat wisata. Dengan adanya kerjasama yang baik dengan pengelola tempat wisata, perusahaan memperoleh potongan harga tiket masuk tempat wisata. Potongan harga dapat diperoleh karena perusahaan memberikan masukan yang besar di tempat wisata dengan mengantar wisatawan ke tempat wisata dalam jumlah yang besar setiap tahunnya. Informasi potongan harga ini tidak diberikan kepada konsumen, oleh sebab itu perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar dari biaya tiket masuk tempat wisata. Perusahaan juga melakukan kerjasama dengan berbagai restoran atau rumah makan untuk melayani wisatawan yang membutuhkan baik makan pagi, makan siang atau makan malam. Dari kerjasama ini perusahaan juga mendapat potongan harga atau komisi dari pemilik restoran atau rumah makan.

Keuntungan lain yang membuat PT Sri Rama Tours tidak pernah rugi dalam menjalankan usahanya adalah adanya perbedaan nilai tukar mata uang (*kurs*). Tarif paket tour

dan jasa lainnya oleh perusahaan digunakan nilai mata uang US \$ karena memang konsumen perusahaan ditujukan untuk wisatawan manca negara. Nilai tukar dollar Amerika di Indonesia keadaannya masih tidak stabil, kadang terjadi kenaikan nilai dollar. Dengan adanya perbedaan *kurs* maka pendapatan yang diterima juga berbeda. Misalkan perusahaan pada saat menentukan tarif dengan *kurs* 1 US \$ = Rp. 2.350,00 tetapi pada saat perusahaan menjual jasa pada konsumen dapat terjadi perubahan *kurs* menjadi 1 US \$ = Rp. 2.500 atau bahkan dapat lebih besar lagi. Dengan adanya perbedaan *kurs*, pendapatan bertambah sedangkan biaya yang menggunakan nilai rupiah besarnya tetap atau bisa naik tetapi kenaikan biayanya tidak terlalu besar bila dibandingkan dengan kenaikan nilai dollar. Oleh sebab itu laba yang diperoleh perusahaan juga semakin besar.

Dengan adanya potongan harga atau komisi dari hotel dan pengelola tempat wisata dan juga adanya perbedaan kurs maka laba yang diperoleh perusahaan semakin besar. Dan dengan laba yang besar perusahaan dapat menutup semua biaya-biaya yang dikeluarkan, baik biaya yang langsung dan tidak langsung berpengaruh terhadap paket tour maupun biaya operasional perusahaan.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa tarif menurut PT Sri Rama Tours dimana tarifnya lebih rendah daripada tarif yang dihitung menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* dapat dikatakan tepat, sebab dengan tarif tersebut perusahaan dapat terus bertahan bahkan berkembang. Tetapi bila dilihat dari komponen yang membentuk tarif paket tour dapat dikatakan kurang tepat karena dalam satu paket tour tidak membebankan biaya-biaya tidak langsung.

Sedangkan tarif yang dihitung penulis dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* dapat disimpulkan bahwa tarifnya dapat dikatakan terlalu mahal karena membebankan biaya tidak langsung dan besarnya biaya dibebankan terlalu besar. Biaya dibebankan terlalu besar karena peneliti hanya dapat mengetahui data biaya yang telah dinaikkan perusahaan sedangkan data biaya yang sesuai kondisi sesungguhnya tidak dapat diketahui.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil analisa data yang dilakukan pada bab III dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Langkah-langkah penentuan tarif *Yogya package holiday* PT Sri Rama Tours.
 - a. Menentukan tempat wisata yang akan dibuat dalam satu paket tour.
 - b. Membuat jadwal perjalanan wisata.
 - c. Menentukan jumlah peserta paket tour.
 - d. Menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menyusun paket tour.
 - e. Menentukan laba.

Besar laba yang diharapkan adalah 15% dari total biaya .

- f. Menentukan tarif paket tour.

$$\text{Tarif } \textit{Yogya Package Holiday} = \frac{\text{Biaya} + \text{Laba diharapkan}}{2}$$

2. Langkah-langkah penentuan tarif *Yogya package holiday* berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*.

- a. Memisahkan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

Dalam penelitian ini data biaya semi variabel tidak diperoleh. Biaya-biaya yang menjadi komponen suatu paket tour merupakan biaya tetap dan biaya variabel.

b. Menghitung total biaya tetap dan biaya variabel yang terjadi untuk menentukan biaya penuh. Biaya penuh merupakan penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.

c. Menghitung prosentase *mark up* dengan rumus:

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{total biaya variabel}}$$

Dimana laba yang diharapkan besarnya adalah 15 % dari total biaya penuh.

d. Menghitung tarif paket tour per orang;

$$\text{Tarif paket tour} = \text{mark up} + \text{biaya variabel per orang}$$

Dimana besarnya *mark up* di peroleh dari % *mark up* dikalikan biaya variabel per orang.

3. Adanya perbedaan dalam menentukan komponen biaya tetap yang digunakan PT Sri Rama Tours dan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*. Komponen biaya tetap menurut PT Sri Rama Tours adalah biaya transportasi, biaya guide, biaya parkir, donasi dan macam-macam biaya. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* komponen biaya tetapnya adalah biaya transportasi, biaya guide, biaya parkir, donasi, biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listirk, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya sewa gedung, biaya riset dan sumber daya manusia, biaya gaji karyawan serta biaya administrasi dan umum.

4. Setelah mengetahui perbedaan biaya dan tarif menurut PT Sri Rama Tours dengan menurut metode menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan

variabel costing maka dilakukan analisa dengan menggunakan uji hipotesa beda 2 mean untuk obsevasi berpasangan. Langkah-langkah pengujian adalah:

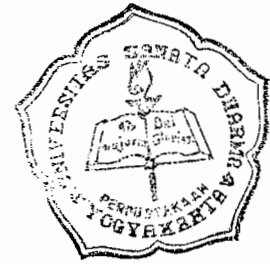
- a. Menyusun formula hipotesis
- b. Menentukan tingkat kepercayaan (*level of significance*). Tingkat kepercayaan (α) yang dipilih adalah 0,05 (daerah kritis pada tingkat kepercayaan 5%).

Dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai t tabel adalah 2,776.

- c. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan hipotesa

Ho diterima apabila $-2,776 \leq t \leq 2,776$

Ho ditolak apabila $t > 2,776$ atau $t < -2,776$



- d. Menghitung nilai t sampel

$$t = \frac{D}{Sd / \sqrt{n}}$$

- e. Menentukan daerah kritik

Dari uji t dapat diketahui bahwa nilai t sampel adalah - 5,804. Nilai t tersebut terletak di daerah $t < - 2,776$, maka Ho ditolak. Ho ditolak berarti ada perbedaan yang signifikan antara tarif PT Sri Rama Tours dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing*. Hal ini berarti bahwa tarif yang ditentukan PT Sri Rama Tours dapat dikatakan kurang tepat.

5. Tarif yang dihitung penulis dengan menggunakan metode *cost plus* dengan pendekatan *variabel costing* dapat dikatakan terlalu mahal karena membebankan biaya tidak langsung dan besarnya biaya yang dibebankan terlalu besar karena

telah dinaikkan sesuai dengan yang digunakan oleh perusahaan. Sedangkan tarif yang ditentukan oleh PT Sri Rama Tours dapat dikatakan kurang tepat dalam menentukan komponen biaya karena tidak membebaskan biaya tidak langsung dan besarnya biaya sudah dinaikkan. Tetapi bila dilihat dari besarnya tarif dapat dikatakan tepat karena dengan tarif tersebut perusahaan dapat tetap bertahan bahkan berkembang.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Didalam penelitian ini terdapat keterbatasan-keterbatasan. Adapun keterbatasan-keterbatasan tersebut adalah:

1. Jasa paket tour yang dihasilkan oleh perusahaan sangat beranekaragam. Hal ini tidak memungkinkan dilakukan penelitian terhadap seluruh jasa paket tour yang disusun oleh perusahaan. Penelitian ini hanya membahas tarif paket wisata, berupa paket wisata liburan. Untuk paket wisata liburan ini pun hanya dibatasi dengan menggunakan sampel sebanyak 5 paket wisata.
2. Adanya data-data yang diperlukan dan menunjang dalam penelitian, tetapi tidak dapat diketahui. Contohnya data biaya perawatan rutin kendaraan yang dimiliki perusahaan. Biaya perawatan rutin kendaraan ini merupakan biaya semivariabel yang harus dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Tetapi karena data biaya ini tidak dapat diketahui maka tidak dapat dilakukan pemisahan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Data biaya perawatan rutin kendaraan di

perusahaan masuk ke dalam biaya administrasi dan umum yang menjadi komponen biaya tetap.

3. Data tarif hotel yang tepat tidak ada informasi yang akurat. Tarif hotel yang digunakan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan sebesar \$ 47.00. Tetapi sebenarnya tarif hotel masih dapat lebih rendah lagi tapi data informasi tarif yang tepat tidak dapat diperoleh. Juga data biaya tiket sesungguhnya yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pengelola tempat wisata, tidak ada informasi yang akurat.
4. Data jumlah penjualan masing-masing paket tour tidak dapat diketahui secara pasti. Paket tour yang disusun perusahaan beranekaragam dan paket tour yang sesuai keinginan konsumen juga banyak dilayani oleh perusahaan. Perbedaan antara paket tour yang disusun oleh perusahaan dengan yang atas permintaan konsumen batasannya tidak jelas, jadi sangat sulit membedakan keduanya. Maka untuk menentukan besarnya total penjualan masing-masing paket tour sangat sulit. Data yang bisa diperoleh adalah data penjualan untuk masing-masing paket tour *Yogyakarta Package Holiday* dan data keseluruhan total penjualan paket wisata yang dilayani selama tahun 1996. Data ini yang dipergunakan peneliti untuk analisa data.
5. Laporan keuangan tidak dapat diketahui secara lengkap sehingga tidak dapat mengetahui secara pasti pengeluaran biaya di perusahaan. Data-data yang diperoleh hanya dapat diketahui dengan cara bertanya secara langsung pada bagian keuangan, sehingga tidak dapat diketahui kebenarannya.

C. SARAN

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, maka penulis memberanikan diri untuk memberikan saran yang sekiranya bermanfaat bagi perusahaan. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Biaya pemasaran, biaya telpon dan telex, biaya listrik, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya sewa gedung, biaya riset dan sumber daya manusia, biaya gaji karyawan dan biaya administrasi dan umum dapat diperhitungkan ke dalam satu paket wisata yang berguna untuk pengambilan keputusan tarif paket wisata. Diperhitungkannya ke dalam satu paket wisata karena biaya-biaya tersebut sesungguhnya dikeluarkan oleh perusahaan.
2. PT Sri Rama Tours dalam memperkirakan besarnya harga-harga atau biaya paket tour dan menghitung tarif paket tour agar sesuai dengan kondisi sesungguhnya atau paling tidak mendekati kondisi sesungguhnya terutama untuk biaya hotel.
3. PT Sri Rama Tours dapat menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variabel costing* dalam menentukan tarif paket tour. Kelebihan dari metode ini bahwa biaya-biaya variabel dan biaya-biaya tetap dapat dipisahkan secara tegas dan menghasilkan informasi kontribusi margin yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya variabel. Informasi kontribusi margin ini dapat digunakan untuk berbagai keputusan khususnya jangka pendek.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. (1993). *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Liberty
- Doltman, Michael M. (1989). *Cost Control for The Hospitality Industry (second edition)*. New York, Van Norstrand Reinhold.
- Foster, Douglas. (1985). *Travel and Tourism Management*. London, The Macmilan pres Ltd.
- Ita Mariza. (1997). *Paket Tour*. Yogyakarta: Makalah Kursus Manajemen Tour & Travel, P3Par USD.
- Morisson, Alastar. (1989). *Hospitality and Travel Marketing*. Albany, New York: Delmar Publisher Inc.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- (1993). *Akuntansi Biaya untuk Manajemen (edisi 4)*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan - UGM.
- Ninik Yudianti. (1997). *Tariff Confidential*. Yogyakarta: Makalah Kursus Manajemen Tour & Travel, P3Par USD.
- Poynter, James. (1993). *Tour Design, Marketing, & Management*. Englewood Cliffs, New Jersey: Regent Precinte Hall.
- Reid, Robert. (1991). *Hospitality Marketing Management (second edition)*. New York, Van Norstand.
- Sarbey de Souto, Martha. (1985). *Group Travel Opertaion Manual*. Wheaton, Illinois: Merton House Travel and Tourism Publisher.
- Spillane, J. dan Lilis,L. (1995). *Profesional Travel Agency Management (Terjemahan)*. Yogyakarta: P3Par USD.
- Supriyono. (1991). *Akuntansi Manajemen Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi YKPN.
- Winardi SE. (1991). *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran (Edisi 1)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Yoeti, A. Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit Angkasa.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Kapan pendirian biro perjalanan ini?
2. Siapa yang mendirikan?
3. Mengapa memilih lokasi di sini?
4. Apa bentuk badan usaha ini?
5. Apakah biro perjalanan ini mempunyai cabang?
6. Bagaimana struktur organisasi biro perjalanan ini?
7. Berapa jumlah karyawan?
8. Apakah ada karyawan tidak tetap, bila ada berapa jumlahnya?
9. Bagaimana cara membagi tugas antar karyawan?
10. Apa saja jenis konsumen yang biasanya dilayani?
11. Apa saja jenis pelayanan yang ditawarkan?
12. Apakah biro perjalanan ini mempunyai kerja sama dengan pihak lain?
13. Paket wisata apa saja yang ditawarkan?
14. Apakah paket wisata yang ditawarkan selalu diperbaharui?
15. Berdasarkan apa paket wisata tersebut ditentukan?
16. Bagaimana cara menentukan tarif paket tour?
17. Metode apa yang dipakai dalam menentukan tarif paket tour?
18. Apakah dalam menentukan tarif paket tour memperhatikan biro perjalanan lain?
19. Dengan cara apa perusahaan memperhatikan tarif biro perjalanan lain?
20. Berapakah besarnya laba yang diharapkan dalam menentukan tarif paket tour?

21. Komponen apa saja yang dipakai untuk menentukan tarif paket tour?
22. Apakah memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dalam menentukan tarif paket tour?
23. Apakah yang menjadi komponen biaya tetap dan biaya variabel?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yang bertanda tangan di bawah ini kami,

1. Nama lengkap : Ignatia Anita Dewayani
2. Tempat dan tanggal lahir : Yogyakarta, 3 Agustus 1973
3. Kebangsaan : Warga Negara Indonesia
4. Agama : Katolik
5. Tempat tinggal : Kadipaten Wetan KT III / 280
Yogyakarta 55132 telpon 377142
6. Nama Orangtua : Antonius Rahardjo
7. Tempat tinggal orangtua : Kadipaten Wetan KT III / 280
Yogyakarta 55132 telpon 377142
8. Agama Orangtua : Katolik

9. Pendidikan

- | | | |
|---|-----------|------------------|
| 1. TK Marsudirini Yogyakarta | 2 tahun | lulus tahun 1980 |
| 2. SD Marsudirini Yogyakarta | 6 tahun | lulus tahun 1986 |
| 3. SMPN 2 Yogyakarta | 3 tahun | lulus tahun 1989 |
| 4. SMU 7 Yogyakarta | 3 tahun | lulus tahun 1992 |
| 5. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta | 4,5 tahun | lulus tahun 1998 |

Demikianlah daftar riwayat hidup saya yang saya isi dengan sebenarnya dan saya berani mengangkat sumpah dimana perlu.

Yogyakarta, 19 Febuari 1998

Hormat kami,

Ignatia Anita Dewayani