

**EVALUASI PENENTUAN  
TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN  
PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN**  
Studi Kasus pada CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh :

T. HASTA SURIPNA

NIM : 93 2114 037  
NIRM : 930051121303120035



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2000**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**S k r i p s i**

**EVALUASI PENENTUAN  
TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN  
PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN**

Oleh :

**T. HASTA SURIPNA**

**NIM : 93 2114 037**

**NIRM : 930051121303120035**

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Tanggal : 17 April 2000



**Dra. Fr. Ninik Yudianti, M. Acc.**

Pembimbing II

Tanggal : 19 April 2000



**Drs. H. Suseno TW., M.S.**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi


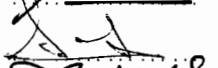
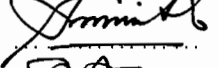


**EVALUASI PENENTUAN  
TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN  
PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN**

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

T. HASTA SURIPNA  
NIM : 93 2114 037  
NIRM : 930051121303120035

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 28 April 2000  
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda tangan
Ketua	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	
Anggota	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Anggota	Drs. H. Suseno TW, M. S.	
Anggota	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	

Yogyakarta, 29 April 2000

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Drs. Th. Gieles, S.I

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan buat yang tercinta :

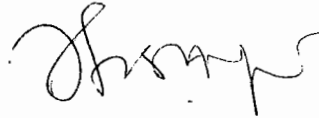
Almarhum Ibunda Maria Josephine Indrati Soenarjo  
yang selalu mendampingi, memberi kasih sayang, dan mendoakan aku

## 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.

Yogyakarta, 29 April 2000

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Hasta Suripna', written in a cursive style.

T. Hasta Suripna

## **ABSTRAK**

### **EVALUASI PENENTUAN TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN Studi kasus pada CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan**

**T. Hasta Suripna  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2000**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan tarif servis yang dilakukan oleh perusahaan, dalam hal ini CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan, sudah tepat atau belum. Metoda pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Studi lapangan dan studi kasus merupakan jenis penelitian, dengan obyek penelitian adalah penentuan tarif servis.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif, yaitu penyajian data dan prosedur penentuan tarif servis, baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun dengan perhitungan berdasarkan metode harga jual waktu dan bahan. Kemudian teknik komparatif digunakan untuk membandingkan antara hasil penelitian atau temuan lapangan dengan hasil yang telah diperoleh berdasarkan perhitungan dengan metode harga jual waktu dan bahan.

Hasil perbandingan antara tarif servis menurut perusahaan dan menurut metode harga jual waktu dan bahan menunjukkan selisih nilai atau terdapat perbedaan, namun setelah dilakukan pengujian dengan distribusi t, diperoleh kesimpulan yang menyebutkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua tarif servis tersebut. Dari hasil analisis pembahasan yang bukan statistik, ditarik kesimpulan akhir bahwa penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan belum tepat.

## **ABSTRACT**

### **FIXING THE TARIF OF MOTORCYCLE SERVICE USING THE TIME AND MATERIAL PRICING APPROACH A Case Study at CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan**

**T. Hasta Suripna  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2000**

The aim of this research was to examine whether the fixing of the tariff of services performed by the company, in this case: CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan, has been appropriate. This research is a field and case study, the data of which are gathered by means of interview and documentation.

Descriptive and comparative techniques are used in analyzing the data. A descriptive technique was used to present the data and procedures of fixing the tariff of services performed by the company and the one calculated using the time and material pricing method. Then a comparative technique was used to compare the findings in the field with the results of calculation using time and material pricing method.

The results of comparison between the tariff of services performed by the company and the one calculated using the time and material-pricing method showed some differences. After the application of the t-test, however, the conclusion is drawn that there were no significant differences between the two kinds of tariff of services, but from the result of non-statistic analysis, a final conclusion is drawn that the fixing of the tariff of services performed by CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan was less appropriate.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas penyelenggaraannya, penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.

Laporan penelitian ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi akuntansi. Judul laporan ini adalah EVALUASI PENENTUAN TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN.

Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Romo Th. Gieles SJ selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
2. Bapak Drs. A. Triwanggono, M.S selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
3. Bapak Drs. E. Sumardjono, M.B.A. selaku Pembantu Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
4. Bapak Drs. H. Suseno TW, M.S selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
5. Ibu Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma dan Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam penelitian ini.
6. Bapak Drs. H. Suseno TW, M. S. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam penelitian ini.



7. Bapak Drs. FA. Joko Siswanto, M. M. Akt. yang telah dengan sabar memberikan masukan, saran, dorongan dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Bapak Paulus Widodo selaku pimpinan CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan dan seluruh karyawan CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan
9. Bapak Justinus Soenarjo Hadiwarsito dan almarhum Ibu MJ. Indrati Soenarjo, atas doa dan restunya
10. Semua saudara-saudaraku, keluarga besar Soenarjo Hadiwarsito, untuk semua bantuan moral maupun materiil.
11. Anastasia Lisa Ambariyanti, terima kasih atas doa, semangat dan dorongan yang diberikan untukku.
12. Mas Bodi Atmoko, yang telah banyak membantu dalam penelitian ini.
13. Teman-temanku terkasih, Mas Donet, Kristian "*Elephant*", Handoko, Ponco, Berto, Mikael Kolin, Oktaf, Willi, Eddy dan Hoho "*AdHIESCOM*", yang telah banyak memberikan masukan atas skripsi ini.
14. Teman-teman "*seperjuangan*", Endra "*Mandra*", Uji, Budi "*kothak*", Bambang "*Heri*", yang selalu memberikan semangat dan saran.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu demi satu yang dengan caranya sendiri telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Sistematika Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Jasa .....	7
1. Pengertian jasa .....	7
2. Karakteristik jasa .....	7
B. Pengertian Harga Jual .....	8
C. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	10
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual .....	11
E. Orientasi dalam Menetapkan Harga .....	17

F. Pengertian Biaya .....	19
G. Penggolongan Biaya .....	19
H. Metode Penentuan Harga Jual .....	22
1. Penentuan harga jual normal .....	22
a. Penentuan harga jual <i>cost-plus pricing</i> .....	23
b. Penentuan harga jual waktu dan bahan .....	28
2. Penentuan harga jual dalam <i>cost-type contract</i> .....	32
3. Penentuan harga jual pesanan khusus .....	32
4. Penentuan harga menurut Peraturan Pemerintah .....	33
I. Anggaran .....	33
J. Laba .....	34
K. Uji hipotesa .....	35
BAB III METODA PENELITIAN .....	40
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	41
D. Data yang dibutuhkan .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Teknik pengumpulan data .....	42
G. Teknik Analisa Data .....	42
1. Teknik deskriptif .....	42
2. Teknik komparatif.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	49
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	49
B. Lokasi Perusahaan .....	50
C. Struktur Organisasi Perusahaan .....	50

D. Personalia .....	53
E. Produksi .....	54
F. Pemasaran .....	54
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	55
A. Deskripsi Data .....	56
B. Analisis Data .....	57
1. Analisis penentuan tarif servis di perusahaan .....	57
2. Analisis penentuan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan .....	60
C. Pembahasan .....	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	80
A. Kesimpulan .....	80
B. Keterbatasan Penelitian .....	81
C. Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN .....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel II. I : Taksiran biaya penuh dengan pendekatan <i>full costing</i> .....	24
Tabel II. 2 : Taksiran biaya penuh dengan pendekatan <i>variabel costing</i> .....	25
Tabel II. 3 : Perhitungan mark up dan unsur yang membentuk mark up .....	29
Tabel II. 4 : Perhitungan harga jual waktu .....	30
Tabel II. 5 : Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang .....	32
Tabel V. 1: Daftar tarif servis dan harga jual bahan dan suku cadang perusahaan .....	58
Tabel V. 2 : Anggaran Pendapatan dan Pengeluaran Perusahaan .....	61
Tabel V. 3 : Penentuan tarif servis menurut harga jual waktu.....	67
Tabel V. 4 : Penentuan tarif servis menurut harga bahan dan suku cadang .....	68
Tabel V. 5 : Prosentase perbedaan .....	68
Tabel V. 6 : Penentuan tarif servis menurut perusahaan .....	69
Tabel V. 7 : Perbandingan tarif servis .....	70
Tabel V. 8 : Perbandingan tarif servis .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1: Daerah penerimaan dan penolakan $H_0$ pada pengujian 2 sisi dengan sampel kecil .....	37
Gambar III. 1: Daerah penerimaan dan penolakan $H_0$ pada pengujian 2 sisi dengan sampel kecil .....	47
Gambar IV. 1: Struktur Organisasi Perusahaan .....	51
Gambar V. 1 : Daerah penerimaan dan penolakan $H_0$ .....	73
Gambar V. 2 : Daerah penerimaan dan penolakan $H_0$ .....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kondisi perekonomian yang sedang menurun akan mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek seperti politik, sosial budaya, terlebih perubahan di bidang ekonomi khususnya di dalam dunia bisnis. Hal ini akan secara langsung mempengaruhi badan usaha atau perusahaan. Dalam situasi yang demikian, dituntut pemikiran-pemikiran yang dapat mendorong perusahaan agar tetap kuat dan bertahan. Di samping itu dalam menjaga kontinuitas hidupnya, perusahaan seringkali dihadapkan pada berbagai masalah yang cukup riskan. Persaingan yang semakin ketat memaksa manajemen untuk lebih berhati-hati dalam bertindak untuk mencapai tujuan utamanya, yaitu mendapatkan laba yang maksimum. Salah satu faktor pendukung dalam perolehan laba yang maksimum adalah harga jual produk atau jasa yang ditentukan.

Kondisi perekonomian yang tidak menentu juga akan sangat berpengaruh terhadap naik turunnya harga produk maupun jasa. Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijaksanaan di bidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk atau jasa selain mempengaruhi

volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Suatu jenis produk atau jasa yang dihasilkan oleh banyak perusahaan, barangkali dalam penentuan harga jualnya relatif tidak banyak dijumpai masalah. Dalam keadaan tersebut pada umumnya masing-masing perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan antara permintaan dan penawaran produk atau jasa tersebut di pasaran. Biasanya perusahaan yang secara langsung dapat mempengaruhi harga jual suatu produk atau jasa akan dihadapkan pada masalah bagaimana menentukan harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya. Dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan.

Penentuan harga jual berdasar waktu dan bahan (*time and material pricing*) adalah salah satu metode penentuan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa reparasi, seperti bengkel mobil, bengkel sepeda motor, reparasi alat-alat atau barang elektronik, bidang percetakan, kantor akuntan, praktek dokter dan perusahaan jasa lainnya. Metode penentuan harga jual waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat dipakai dan diterapkan sebagai dasar penentuan harga jual waktu dan bahan dari jasa reparasi atau servis kendaraan bermotor serta harga jual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa, khususnya pada bengkel sepeda motor. Bengkel sepeda motor adalah unit usaha yang melayani jasa reparasi untuk kendaraan roda dua atau sepeda motor. Pada umumnya



istilah reparasi sering disamaartikan dengan servis, yaitu suatu kegiatan perawatan dan perbaikan terhadap barang yang rusak atau kurang sempurna.

Pemimpin perusahaan atau manajer perusahaan sangat membutuhkan informasi yang dihasilkan dari metode ini sebagai dasar dalam pengambilan keputusan menetapkan harga atau biaya dari jasa reparasi yang dianggap dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan selain laba yang diperoleh, seperti contohnya kepercayaan pelanggan untuk selalu mereparasi sepeda motornya di bengkel perusahaan. Hal ini dapat mendukung perusahaan guna mempertahankan dan memajukan usahanya di samping adanya persaingan yang ketat dari bengkel-bengkel lain. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen. Untuk itu perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen. Pada umumnya harga jual waktu reparasi atau servis diistilahkan dengan ongkos atau tarif servis, seperti yang dipakai pada bengkel-bengkel kendaraan bermotor. Tarif servis didefinisikan sebagai jumlah nilai yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pihak pelanggan atau konsumen atas jasa yang diserahkan dengan berdasar jam kerja tenaga kerja langsung.

Dengan berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “EVALUASI PENENTUAN TARIF SERVIS SEPEDA MOTOR DENGAN PENDEKATAN HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN: STUDI KASUS PADA CV. LUMINTU MOTOR SUZUKI MUNTILAN”

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada maka perumusan masalah dalam penulisan ini adalah apakah penentuan tarif servis yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat?

### **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penulisan ini akan dibatasi beberapa hal, pertama mengenai prosedur atau langkah-langkah penentuan tarif servis dari setiap jenis servis yang dilayani, yaitu servis ringan, servis besar, servis kelistrikan, turun mesin, servis tambah isi oli dan pasang suku cadang serta besarnya harga jual bahan dan suku cadang dalam lingkup perusahaan sebagai pelengkap dari servis yang dilayani dengan menggunakan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Dan yang kedua adalah jenis sepeda motor yang digunakan sebagai obyek servis, oleh karena jenis sepeda motor lebih dari satu maka dalam penulisan ini hanya akan diambil satu jenis sepeda motor yang digunakan dalam analisis data yang akan dibahas lebih lanjut dalam bab V.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah langkah-langkah penentuan tarif servis yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak :

##### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini sebagai masukan bagi manajemen perusahaan dalam menentukan pengambilan keputusan harga jual waktu dan bahan yang dilakukan oleh perusahaan.

##### **2. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi penulis dalam menerapkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dan melihat kenyataan yang terjadi dalam perusahaan.

##### **3. Bagi Pihak lain**

Hasil penelitian ini sebagai bahan pembanding dalam pemecahan masalah yang sama dan sebagai pengetahuan tambahan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I menguraikan latar belakang masalah, kemudian perumusan masalah, pembatasan masalah, lalu tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dikembangkan teori-teori yang mendukung dari hasil studi pustaka, untuk dapat digunakan sebagai dasar dalam pengolahan data.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data serta teknis analisis data.

## BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dibahas mengenai gambaran perusahaan secara menyeluruh.

## BAB V ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dibahas mengenai proses pengolahan data, hasil analisis data dan pengolahan data serta pembahasannya.

## BAB VI KESIMPULAN dan SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Jasa**

##### **1. Pengertian Jasa**

Jasa menurut Philip Kotler adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu. (Philip Kotler, 1985: 352)

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, pengertian jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. (Fandy Tjiptono, 1997: 23)

##### **2. Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dengan barang : (Fandy Tjiptono, 1997: 25)

###### **a. Intangible**

Konsep intangible pada jasa memiliki dua pengertian, yaitu:

- Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa
- Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah

###### **b. Inseparability**

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi.

**c. Variability**

Jasa bersifat sangat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

**d. Perishability**

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

**B. Pengertian Harga Jual**

Umumnya harga jual ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar. Biaya bukan merupakan satu-satunya faktor penentu harga jual. Faktor eksternal seperti selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing juga sangat dominan dalam pembuatan keputusan harga jual.

Harga jual didefinisikan sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau langganan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1992: 332). Oleh William J. Stanton, harga diartikan sebagai suatu nilai yang dinyatakan dalam istilah dollar/sen atau alat pertukaran moneter lainnya (Stanton, 1991: 240). Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal ataupun internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau

malahan biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau return yang diinginkan dan sebagainya.

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos dan untuk mendapatkan laba. Dalam penentuan harga seorang manajer harus dapat menentukan secara tepat sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dapat mempertahankan kontinuitas usaha perusahaan. Harga adalah satu-satunya unsur dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan berupa uang, sedangkan unsur lainnya adalah biaya. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan para konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan produk atau jasa. Secara singkat dapat pula dikatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan pada produk atau jasa. Dari sudut pandangan produsen atau penjual, harga adalah penjumlahan dari biaya produk yang dijual, biaya administrasi dan penjualan serta keuntungan.

Menurut Basu Swastha DH, harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Basu Swastha DH, 1984: 147). Dari definisi tersebut mengandung pengertian bahwa harga suatu barang akan diperoleh lengkap dengan pembungkus, kualitas, jenis serta pelayanan yang diberikan oleh penjual merupakan hasil penyerahan sejumlah uang dari pembeli.

Menurut Dr. Buchari Alma, harga dari suatu barang adalah apa yang dirasa oleh penjual, pembeli maupun pembayar (Buchari Alma, 1992: 237). Harga ada yang bersifat tetap dan ada pula yang dicapai dengan tawar menawar.

Jadi pengertian harga adalah suatu nilai yang dicapai oleh penjual dan pembeli mengenai suatu barang.

### **C. Tujuan Penentuan Harga Jual**

Penentuan harga merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utama dari penentuan harga adalah untuk memperoleh kembali apa yang sudah dikeluarkan atau *return of invesment* (Buchari Alma, 1992: 238). Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu menetapkan harga barang atau jasa setepat mungkin.

Tujuan penentuan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual terhadap produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut (Stanton, 1991: 242; Basu Swastha, 1984: 148) :

#### **1. Mendapatkan pengembalian investasi**

Harga yang dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk menutup investasi secara berangsur-angsur . Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar biaya seluruhnya.

#### **2. Mendapatkan laba maksimum**

Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

#### **3. Meningkatkan volume penjualan**



Selain berorientasi pada laba, pada situasi tertentu perusahaan juga berorientasi pada volume tertentu.

#### **4. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar (*market share*)**

Dalam beberapa kasus tertentu, contohnya tahun 1980-an yen Jepang naik terhadap dollar Amerika Serikat. Konsekuensinya, produk-produk perusahaan Jepang seperti kendaraan, menjadi lebih mahal karena produk Jepang dijual dengan mata uang dollar Amerika Serikat. Untuk mempertahankan pangsa pasar mereka, Toyota, Nissan dan Honda akan berusaha menurunkan harga jual mereka.

#### **5. Mencegah atau mengurangi persaingan dan stabilitas harga**

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Dengan kondisi yang seperti ini biasanya terdapat satu perusahaan besar yang secara historis bertindak sebagai pemimpin industri (*industry leader*) dalam penetapan harga jual. Perusahaan yang lebih kecil hanya mengikuti kebijaksanaan pemimpin industri dalam penetapan harga jualnya, biasanya terjadi pada perusahaan yang produknya sangat terstandarisasi, yaitu baja, minyak bumi, tembaga dan sebagainya.

### **D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual**

Keputusan-keputusan yang diambil oleh perusahaan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Oleh

sebab itu manajer dituntut untuk dapat mengambil suatu kebijaksanaan atau sikap di dalam penentuan harga jual.

Menurut Basu Swastha DH. dan Irawan, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual terdiri dari (Basu Swashta, 1990: 242) :

1. Kondisi perekonomian
2. Penawaran dan permintaan
3. Elastisitas permintaan
4. Persaingan
5. Biaya
6. Tujuan manajer
7. Pengawasan pemerintah

Faktor-faktor lain juga dikemukakan oleh RA. Supriyono, antara lain (Supriyono, 1992: 333):

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan ROI yang diharapkan
2. Biaya
3. Pendapatan yang diharapkan
4. Jenis produk atau jasa yang dijual
5. Jenis industri
6. Citra, kesan masyarakat
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
8. Tindakan atau reaksi pesaing
9. Tipe pasar yang dihadapi
10. Trend ekonomi

11. Biaya manajemen
12. Tujuan non laba
13. Tanggung jawab sosial perusahaan

Menurut Mas'ud MC, penentuan harga jual dipengaruhi oleh tiga faktor situasi yang terdiri dari (Mas'ud, 1982: 92) :

1. Laba dan tujuan-tujuan lain
2. Situasi pasar, meliputi konsumen, sifat produk, sifat pasar dan sebagainya
3. Biaya produksi dan operasi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang dan biaya produk tersebut bisa sampai ke tangan konsumen

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diringkas dan disimpulkan faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap penentuan harga jual adalah :

1. Biaya
2. Tipe pasar yang dihadapi
3. Elastisitas permintaan
4. Kondisi perekonomian
5. Tujuan perusahaan, khususnya laba yang diharapkan
6. Manajemen

Untuk selanjutnya faktor-faktor tersebut akan dibahas lebih mendalam sebagai berikut:

### **1. Biaya**

Biaya merupakan faktor kunci dalam keputusan penentuan harga jual.

Setiap perusahaan dalam menetapkan harga jual mempunyai maksud minimal dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkannya untuk membuat dan

memasarkan produk. Apabila harga yang telah ditetapkan tersebut tidak dapat menutup biaya, akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, bila harga yang telah ditetapkan tersebut melebihi semua biaya, maka akan memberikan keuntungan.

Biaya merupakan harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenues*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 1983: 16)

Dalam kondisi umum penentuan harga, biaya mempunyai peranan yaitu biaya akan menentukan batas bawah dalam penentuan harga dan mengukur konsekuensi laba pada berbagai tingkat harga. Kalau biayanya lebih besar dibanding biaya pesaing untuk menghasilkan dan menjual suatu produk, perusahaan harus menaikkan harga atau memperoleh laba yang lebih kecil, atau menempatkan pada kedudukan persaingan yang tidak menguntungkan. Jika produsen menghadapi pasar persaingan sempurna, biaya dapat menentukan dijual tidaknya suatu produk berdasar harga pasar yang berlaku.

## **2. Tipe pasar yang dihadapi**

Harga jual suatu barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada di pasar. Oleh karena itu, produsen dituntut untuk mengetahui jenis-jenis pasar seperti :

### **a. Pasar persaingan sempurna**

Pasar persaingan sempurna merupakan keadaan pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli. Barang atau jasa yang diperdagangkan

tidak mampu mempengaruhi harga pasar dan harga ditentukan oleh pasar.

**b. Pasar persaingan monopolistik**

Pasar persaingan monopolistik adalah keadaan dimana terdapat banyak pembeli dan penjual yang melakukan transaksi pada berbagai macam harga dan bukan atas satu harga pasar.

**c. Pasar persaingan oligopoli**

Pasar persaingan oligopoli merupakan keadaan pasar dimana terdapat beberapa penjual yang sangat peka akan strategi pemasaran atau penetapan harga perusahaan lainnya. Dalam pasar oligopoli hanya terdapat beberapa produsen besar yang saling bersaing pada pasar tersebut dan satu produsen besar yang sangat mempengaruhi pasar.

**d. Pasar monopoli**

Pasar monopoli merupakan pasar dimana hanya terdapat satu penjual, sehingga penjual dapat bebas menetapkan harga produk atau jasa mereka menurut kemampuan pasar.

**3. Elastisitas permintaan**

Dalam menentukan harga jual setiap penjual perlu memperhatikan permintaan yang berbeda. Penjual perlu mengetahui elastisitas harga, atau seberapa peka permintaan terhadap perubahan harga. Permintaan produk

dikatakan elastis apabila perubahan harga berpengaruh besar terhadap volume penjualan. Elastisitas permintaan ada tiga macam:

- a. **Inelastis**, jika permintaan hampir tidak berubah dengan perubahan harga yang kecil.
- b. **Elastis**, jika permintaan berubah sangat besar dengan adanya perubahan harga.
- c. **Uniter**, jika perubahan harga menyebabkan perubahan volume penjualan dalam proporsi yang sama.

#### 4. Kondisi perekonomian

Dalam menetapkan harga, perusahaan juga harus memperhatikan faktor-faktor lingkungan eksternal, seperti kondisi ekonomi. Kondisi ekonomi seperti inflasi, resesi dan tingkat bunga mempengaruhi keputusan penetapan harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi biaya produksi sebuah produk dan persepsi konsumen terhadap harga serta nilai produk. Oleh karena itu, manajer dalam mengambil keputusan penentuan harga jual harus mempertimbangkan kondisi suatu negara dimana produk tersebut di pasarkan.

#### 5. Tujuan perusahaan

Suatu perusahaan dalam menetapkan suatu harga sering dikaitkan dengan tujuan yang akan dicapai. Laba pada umumnya merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan. Perusahaan berusaha untuk memaksimalkan laba, sehingga laba tersebut akan sangat membantu tercapainya tujuan yang lain seperti kelangsungan hidup usaha, pertumbuhan perusahaan, prestise dan sebagainya.

## 6. Manajemen

Berhasil dan tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung dari manajemennya. Manajemen mempunyai tanggungjawab dalam menetapkan harga jual, agar kelangsungan hidup maupun eksistensi perusahaan dapat dipertahankan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan yang lain.

### E. Orientasi dalam Menetapkan Harga

Ada tiga macam orientasi dalam menetapkan harga menurut Suhardi Sigit, yaitu orientasi pada harga pokok (*cost*), orientasi pada permintaan pasar dan orientasi pada persaingan. Berikut akan diuraikan satu persatu (Suhardi Sigit, 1992: 38):

#### 1. Orientasi pada harga pokok (*cost*)

Dalam menetapkan harga pokok, seorang pengusaha selalu menanyakan terlebih dahulu berapa harga pokoknya (biaya pembuatan atau harga beli), baru kemudian menetapkan harga jualnya. Harga jual yang berorientasi pada harga pokok ini disebut *mark up pricing* dan *cost-plus pricing*. Istilah *mark up pricing* biasanya digunakan oleh para *retailer* atau *wholesaler* (distributor) untuk barang dagangannya yang dibeli untuk dijual, sedangkan *cost-plus pricing* digunakan oleh pabrikan, yang membuat barang untuk dijual.

## 2. Orientasi pada permintaan pasar

Penetapan harga yang berorientasi pada permintaan pasar terlebih dahulu melihat harga-harga di pasar dan kekuatan permintaan pasar. Jika ditaksir permintaan kuat, maka harga ditetapkan relatif tinggi. Jika ditaksir permintaan lemah, maka harga ditetapkan relatif rendah. Jika permintaan berbeda-beda kekuatannya atau keinginannya, maka kepada pembeli dapat diberikan harga yang berbeda-beda, yang disebut harga diskriminasi. Harga diskriminasi dapat didasarkan keadaan, apakah menurut pembeli (*customer*), menurut barang (*product version*), menurut tempat (*place*) atau menurut waktu (*time*).

## 3. Orientasi pada persaingan

Dalam menetapkan harga ini penjual terlebih dahulu melihat berapa harga yang ditentukan oleh pesaingnya. Ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu *going rate pricing* dan *sealed bid pricing*. *Going rate pricing* adalah mengikuti harga saja yang berlaku yang dipasang oleh pesaingnya. Cara ini disebut pula *imitative pricing*, artinya tinggal meniru saja. *Sealed bid pricing* adalah harga yang ditetapkan lebih rendah daripada harga yang ditawarkan atau ditetapkan oleh pesaingnya.

Selain itu ada juga orientasi kombinasi, yaitu penetapan harga dengan melihat ketiganya seperti yang telah disebutkan, baik biaya pembuatannya, permintaan pasar maupun persaingan yang ada.



## F. Pengertian Biaya

Dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1990: 7). Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, atau disebut juga dengan istilah harga pokok. Supriyono mengartikan biaya sebagai harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 1989: 16).

## G. Penggolongan Biaya

Penggolongan adalah proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih tepat bagi manajemen dalam menghadapi masalah yang ada. Penggolongan biaya bertujuan untuk menyajikan informasi yang bermanfaat untuk berbagai tujuan. Oleh karena itu biaya harus digolongkan sesuai dengan tujuan informasi yang disajikan. Jika untuk tujuan yang berbeda maka diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula atau sering disebut dengan istilah *different costs for different purposes*.

Biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara. Dibawah ini disajikan beberapa macam penggolongan biaya (Mulyadi, 1990: 11):

### 1. Menurut obyek pengeluaran

Dalam penggolongan biaya ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

### 2. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Ada tiga fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi:

- a. **Biaya produksi**, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk-produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya overhead pabrik biasanya diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap (Matz-Ustry, 1990: 27). Biaya overhead pabrik variabel terdiri dari biaya bahan, perbekalan, sumber tenaga, beban kerusakan, limbah dan pemanfaatan kembali, biaya penerimaan barang, pengangkutan dalam pabrik, *royalty*, biaya komunikasi dan uang lembur. Sedangkan biaya overhead pabrik tetap terdiri dari gaji eksekutif produksi, penyusutan, pajak bumi dan bangunan, amortisasi paten, asuransi aktiva tetap dan kewajiban, gaji satpam dan pesuruh pabrik, pemeliharaan dan reparasi, sewa bangunan dan tanahnya.

- b. **Biaya komersil** terdiri dari biaya pemasaran yang merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk (biaya iklan, promosi, contoh/sample) dan biaya administrasi dan umum yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk (biaya gaji karyawan bagian keuangan, pemasaran, biaya fotocopy).

### 3. Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai ini dapat berupa produk atau departemen.

Pengelompokkannya adalah sebagai berikut:

- a. **Biaya langsung**, adalah biaya yang terjadi akibat sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku (BBB) dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL). Biaya langsung departemen merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam departemen tertentu.
- b. **Biaya tak langsung**, adalah biaya yang terjadi tidak hanya terjadi karena sesuatu yang dibiayai. Contohnya biaya overhead pabrik (BOP).

### 4. Menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan volume kegiatan biaya dapat digolongkan menjadi empat, yaitu biaya variabel, biaya semi variabel, biaya semi tetap dan biaya tetap.

- a. **Biaya variabel** adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan volume kegiatan.

- b. **Biaya semi variabel** adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
- c. **Biaya semi tetap** adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume tertentu.
- d. **Biaya tetap** adalah biaya yang totalnya tetap dalam kisaran volume tertentu.

#### 5. Dalam hubungan dengan jangka waktu manfaatnya

- a. **Pengeluaran modal (*capital expenditure*)**, adalah manfaat modal yang menghasilkan manfaat dalam periode mendatang dan dicatat sebagai aktiva.
- b. **Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)**, adalah pengeluaran pendapatan yang memberikan manfaat dalam periode berjalan dan dicatat sebagai beban.

### H. Metode Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal, harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Harga jual produk suatu perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Berikut akan diuraikan beberapa metode penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 350).

#### 1. Penentuan harga jual normal (*normal pricing*)

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa

yang akan datang dengan suatu persentase mark up (tambahan di atas jumlah biaya). Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Dalam penulisan ini hanya akan disebutkan dua macam penentuan harga jual dalam keadaan normal, yaitu penentuan harga jual dalam perusahaan manufaktur dan penentuan harga jual dalam perusahaan yang menjual waktu, bahan dan suku cadang dalam pelayanan pelanggannya. (Mulyadi, 1993: 350)

**a. Penentuan harga jual *cost-plus pricing***

*Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini lazim digunakan untuk menentukan harga jual produk standar. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* ini dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 351) yaitu:

### 1) Taksiran Biaya Penuh

Taksiran Biaya Penuh dapat dihitung dengan menggunakan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Tabel II. 1

Taksiran biaya penuh dengan pendekatan *full costing*

Biaya bahan baku	Rp xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	<u>xx</u> +	
Taksiran total biaya produksi		Rp xx
Biaya administrasi dan umum	Rp xx	
Biaya pemasaran	<u>xx</u> +	
Taksiran total biaya komersil		<u>Rp xx</u> +
Taksiran biaya penuh		Rp xx

Biaya penuh adalah biaya langsung objek informasi ditambah bagian yang adil biaya tidak langsung yang menjadi beban objek informasi tersebut. Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, departemen, divisi atau perusahaan secara keseluruhan (Mulyadi, 1993: 50). Dalam pendekatan *variabel costing*, taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:



Tabel II. 2

Taksiran biaya penuh dengan pendekatan *variabel costing*

Biaya variabel:		
Biaya bahan baku	Rp xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx</u> +	
Taksiran total biaya produksi variabel		Rp xx
Biaya administrasi dan umum variabel	xx	
Biaya pemasaran variabel	<u>xx</u> +	
Taksiran total biaya komersial variabel		Rp xx
Biaya tetap:		
Biaya overhead pabrik tetap	Rp xx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xx</u> +	
Taksiran total biaya tetap		<u>Rp xx</u> +
Total biaya penuh		Rp xx

## 2) Laba yang diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan untuk dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan yaitu:

### (a) Biaya investasi (*cost of capital*)

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

(b) Resiko Bisnis

Semakin besar resiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula presentase yang ditambahkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan dan demikian pula sebaliknya.

(c) Besarnya *capital employed* (jumlah investasi)

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa akan mengakibatkan semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran.

Biaya penuh yang akan datang, baik menggunakan *full costing* maupun *variabel costing* dibagi menjadi dua, yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Biaya yang secara langsung berkembang dengan volume produk digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan yang akan berpengaruh pada perhitungan persentase mark up. Rumus perhitungan



harga jual atas dasar biaya secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut (Mulyadi, 1993: 353):

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume} + \text{persentase mark up}$$

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi. Sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah biaya non produksi.

Persentase mark up dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{aktiva penuh} \times \text{tarif kembalian investasi}$$

Aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan obyek informasi ditambah dengan bagian yang adil aktiva tidak langsung yang menjadi obyek informasi tersebut (Mulyadi, 1993: 50)

**b. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)**

Harga jual waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat digunakan oleh perusahaan selain pendekatan lainnya. Metode ini biasanya digunakan atau lebih tepat diterapkan pada perusahaan yang menjual jasa reparasi dan menjual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa, seperti bengkel mobil, bengkel motor, reparasi barang elektronik, percetakan, kantor akuntan, praktek dokter dan perusahaan jasa lainnya.

Metode ini menentukan tarif harga jual yang didasarkan dengan dua cara, yaitu (Supriyono, 1989: 361) berdasar pada jam kerja tenaga kerja langsung dan berdasar pada bahan yang digunakan.

**1) Penentuan Harga Jual Waktu**

Perusahaan yang menjual jasa reparasi pada dasarnya menjual jam kerja tenaga kerja langsung yang digunakan untuk menghasilkan jasa reparasi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang pekerjaannya dapat dengan mudah diidentifikasi kepada pesanan reparasi yang diterima dari pelanggan (Mulyadi, 1993: 358). Contohnya adalah mekanik dan ahli listrik. Dalam penyerahan jasa reparasi, di samping perusahaan tersebut mengeluarkan biaya bagi tenaga kerja langsung, perusahaan juga mengeluarkan biaya-biaya untuk membantu tenaga kerja langsung dalam melaksanakan pekerjaan penyerahan jasa reparasi. Biaya-

biaya tersebut meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung (BTKTL), biaya depresiasi aktiva tetap, biaya asuransi, biaya listrik, biaya air, biaya kantor, biaya reparasi aktiva tetap, dan biaya umum. Biaya-biaya ini juga disebut dengan biaya tidak langsung. Mark up atas biaya langsung terdiri dari dua unsur, yaitu biaya tidak langsung dan laba yang diharapkan. Berikut disajikan dalam tabel II. 1 perhitungan mark up dan unsur yang membentuk mark up (Mulyadi, 1993: 360).

Tabel II. 3

Perhitungan mark up dan unsur yang membentuk mark up

<b>Biaya tidak langsung</b>	
Taksiran biaya tidak langsung selama tahun anggaran:	
Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja	
tidak langsung lain	Rp xx
Biaya depreasi aktiva tetap	xx
Biaya asuransi	xx
Biaya listrik	xx
Biaya air	xx
Biaya reparasi aktiva tetap	xx
Biaya umum	<u>xx</u> +
Jumlah biaya tidak langsung	Rp xx
<b>Perhitungan laba yang diharapkan</b>	
Taksiran jumlah aktiva	
pada awal tahun anggaran	Rp xx
Tarif kembalian investasi (ROI)	
yang diharapkan(dalam persentase)	<u>xx</u> ×
Laba yang diharapkan per tahun	Rp xx

<b>Perhitungan mark up</b>	
Biaya tidak langsung	Rp xx
Laba yang diharapkan	<u>xx</u> +
Jumlah	Rp xx
Jam tenaga kerja langsung atau biaya tenaga kerjalangsung dalam tahun anggaran	<u>xx</u> :
Mark up (dalam rupiah per jam tenaga kerja langsung)atau persentase mark up	xx

Setelah itu dihitung harga jual waktu sebagai berikut:

Tabel II. 4

Perhitungan harga jual waktu

<b>Perhitungan biaya tenaga kerja langsung</b>	
Taksiran upah tenaga kerja langsung yang akan dibayarkan selama tahun anggaran	Rp xx
Biaya kesejahteraan tenaga kerja langsung (misalnya tunjangan kesehatan, kesejahteraan)	<u>xx</u> +
Jumlah biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Jam kerja tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran(dihitung dengan jumlah tenaga kerja langsung x jam kerja selama tahun anggaran)	<u>xx</u> :
Biaya tenaga kerja langsung per jam	Rp xx
<b>Perhitungan harga jual waktu (<i>time pricing</i>)</b>	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Mark up per jam tenaga kerja langsung atau persentase mark up dari biaya tenaga kerja langsung	<u>Rp xx</u> +
Harga jual waktu	Rp xx

## **2) Penentuan Harga Jual Bahan dan Suku Cadang**

Di samping menjual jam tenaga kerja langsung yang menghasilkan jasa reparasi, juga dijual bahan dan suku cadang yang ditentukan sebesar bahan yang digunakan ditambah beban yang dihitung dari bahan yang digunakan tersebut. Beban tersebut diharapkan dapat menutup biaya pesan, biaya simpan, biaya pengelolaan bahan lainnya ditambah laba yang ditentukan dari bahan yang digunakan.

Unsur-unsur yang membentuk harga jual bahan dan suku cadang adalah harga beli bahan dan suku cadang dan persentase mark up dari harga beli tersebut. Persentase mark up dihitung dari penjumlahan biaya tidak langsung yang ada di toko suku cadang dan laba yang diharapkan. Biaya tidak langsung meliputi biaya-biaya seperti gaji tenaga kerja di bagian toko, biaya listrik, biaya kantor, dan biaya-biaya lain yang timbul di bagian toko. Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang disajikan seperti berikut ini (Mulyadi, 1993: 361):

Tabel II. 5

## Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang

Biaya tidak langsung	Rp xx
Laba yang diharapkan	<u>xx</u> +
Jumlah	Rp xx
Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran	xx
Persentase mark up	<u>          </u> :
Harga beli bahan dan suku cadang	Rp xx
Persentase mark up × harga beli tersebut	<u>xx</u> +
Harga jual bahan dan suku cadang	Rp xx

## 2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa di mana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type contract*, harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh yang sesungguhnya dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

## 3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya

tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh pesanan reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menetapkan harga jual di atas biaya variabel, karena laba kontribusi yang dihasilkan dari pesanan khusus akan mengakibatkan kenaikan laba, asalkan manajer tersebut yakin bahwa pesanan yang reguler mampu menyerap seluruh biaya tetap.

#### **4. Penentuan harga jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah**

Dalam perusahaan yang harga jual produk atau jasanya diatur dengan peraturan pemerintah, harga jual ditetapkan berdasarkan *cost-plus pricing*. Setiap perubahan harga jual produk atau jasa dalam perusahaan tersebut harus didasarkan pada taksiran perubahan biaya penuh masa yang akan datang yang biasanya menggunakan pendekatan *full costing*.

#### **I. Anggaran**

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran lain yang mencakup jangka waktu satu tahun. (Mulyadi, 1993: 488)

Dalam suatu perusahaan, paket anggaran yang lengkap terdiri dari beberapa elemen atau jenis anggaran. Paket anggaran yang lengkap tersebut dinamakan juga anggaran induk. Anggaran induk terdiri atas tiga (3) bagian penting sebagai berikut: (Mulyadi dan Supriyono, 1988: 93)

### 1. Anggaran operasi

Anggaran operasi biasanya berisi dua (2) bagian yang terdiri atas:

a. Anggaran program

Anggaran program berisi estimasi rencana pendapatan dan biaya program-program utama suatu organisasi.

b. Anggaran pertanggungjawaban

### 2. Anggaran kas

Anggaran kas ini menunjukkan antisipasi sistem dan penggunaan kas dalam tahun anggaran.

### 3. Anggaran pengeluaran modal

Anggaran ini menunjukkan rencana perubahan aktiva tetap dalam tahun anggaran.

## J. Laba

Laba adalah selisih jumlah pendapatan dibanding dengan jumlah biaya dalam suatu periode yang sama. Dalam perencanaan tingkat pencapaian laba bersih terdapat tiga mamcam pendekatan, yaitu: (Supriyono, 1993: 522)

### 1. Pencapaian tingkat laba bersih dari penjualan dapat dihitung dengan

**rumus:**

$$\frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} 100\%$$



2. Pencapaian tingkat laba penjualan bersih dari biaya variabel dapat dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{laba bersih}}{\text{total biaya variabel}} 100\%$$

3. Pencapaian tingkat laba bersih dari total biaya dapat dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{laba bersih}}{\text{total biaya tetap} + \text{total biaya variabel}} 100\%$$

## K. Uji Hipotesa

### 1. Pengertian Hipotesa

Hipotesa adalah suatu anggapan atau pendapat yang diterima secara tentatif (*a tentative statement*) untuk menjelaskan suatu fakta atau yang dipahami sebagai dasar bagi suatu penelitian. (Nugroho Budi Yuwono, 1996: 203)

Hipotesa, anggapan, atau pendapat di atas seringkali dipergunakan untuk mengambil keputusan, kalau hipotesa itu keliru dengan sendirinya keputusan dapat keliru. Berdasarkan keadaan yang nyata ini, maka hasil pengujian hipotesa dapat dipergunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

## 2. Prosedur Pengujian Hipotesa

Pengujian suatu hipotesa pada hakekatnya dapat disusun dalam beberapa tahap. Pentahapan di dalam pengujian hipotesa ini secara keseluruhan merupakan prosedur dari pengujian hipotesa.

Tahap-tahap pengujian hipotesa tersebut yaitu:

### a. Perumusan hipotesa nol dan hipotesa alternatif

Hipotesa nol dirumuskan dengan  $H_0$ , karena hipotesa ini tidak mempunyai perbedaan dengan hipotesa yang sebenarnya. Hipotesa alternatif yang dirumuskan dengan  $H_A$  adalah hipotesa kerja yang dirumuskan kebalikan dari hipotesa nol.

### b. Penentuan taraf nyata (*signifikan level*), biasanya menggunakan simbol $\alpha$ .

Dalam tahap ini tidak ada ukuran yang pasti, ada yang menyatakan taraf nyata 1% atau kurang, biasanya dipergunakan di bidang kesehatan, 5% di bidang ekonomi dan 10% di bidang pertanian.

### c. Menentukan statistik uji atau kriteria uji yang akan dipergunakan apakah dengan kurva normal, distribusi t, distribusi $x^2$ atau distribusi F.

### d. Pengambilan keputusan, apakah hipotesa dapat diterima ataukah hipotesa tersebut ditolak.

**3. Test Hipotesa Mengenai Perbedaan antara 2 sampel mean. Sampel kecil yang dimaksud di sini adalah  $n < 30$ .**

Untuk menguji ada tidaknya perbedaan yang cukup berarti (*signifikan*) antara  $\mu_1$  dan  $\mu_2$  pada tingkat kepercayaan tertentu dapat dipergunakan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

**a. Membuat hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_A$ ).**

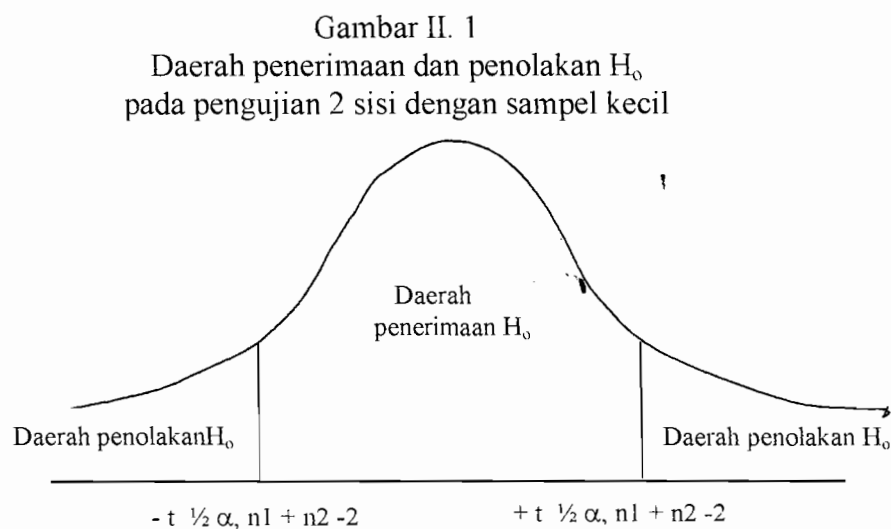
$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \Rightarrow$  tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel.

$H_A : \mu_1 \neq \mu_2 \Rightarrow$  ada perbedaan yang signifikan antara kedua variabel.

Dimana:  $\mu_1 =$  rata-rata variabel A

$\mu_2 =$  rata-rata variabel B

**b. Menentukan taraf nyata,** karena pengujian ini mengenai atau di bidang ekonomi maka digunakan taraf nyata atau  $\alpha$  sebesar 5% dan pengujian ini juga akan menolak  $H_0$ , yaitu menolak  $\mu_1 = \mu_2$  maka digunakan pengujian 2 sisi.



$H_0$  diterima bila  $-t_{\frac{1}{2}\alpha, n_1 + n_2 - 2} \leq t \leq +t_{\frac{1}{2}\alpha, n_1 + n_2 - 2}$

$H_0$  ditolak bila  $t < -t_{\frac{1}{2}\alpha, n_1 + n_2 - 2}$  atau  $t > +t_{\frac{1}{2}\alpha, n_1 + n_2 - 2}$

- c. Menentukan statistik uji/kriteria uji**, karena pengujian ini menggunakan perbedaan nilai rata-rata dengan sampel kecil, maka digunakan distribusi t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan:

$\bar{X}_1$  = nilai rata-rata sampel A

$\bar{X}_2$  = nilai rata-rata sampel B

$n_1$  = jumlah sampel A

$n_2$  = jumlah sampel B

$S_1$  = standar deviasi A

$S_2$  = standar deviasi B

Mencari standar deviasi (S) menggunakan rumus:

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

**d. Membuat keputusan**

Membuat keputusan bila  $t$  di daerah penerimaan, maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ . Demikian sebaliknya, bila  $t$  di daerah penolakan maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ .

**e. Membuat kesimpulan**

Membuat kesimpulan yang dapat ditarik apabila  $H_0$  diterima maka tidak terdapat perbedaan antara nilai rata-rata biaya servis menurut perusahaan dengan biaya servis menurut teori dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Dan sebaliknya apabila  $H_0$  ditolak maka terdapat perbedaan antara nilai rata-rata biaya servis menurut perusahaan dengan biaya servis menurut teori dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan.

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

##### **1. Studi lapangan**

Penelitian dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian dengan mempelajari dan mengumpulkan data sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

##### **2. Studi kasus**

Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap obyek penelitian dengan mempelajari sebagai suatu kasus sehingga kesimpulan hanya untuk kasus di perusahaan tersebut.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Penelitian akan dilakukan di CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan  
Jalan Pemuda 124 Muntilan

##### **2. Waktu penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2000

## **C. Subyek dan Obyek Penelitian**

### **1. Subyek penelitian**

Yang menjadi subyek penelitian adalah unit-unit yang terkait dalam penentuan harga jual waktu dan bahan pada perusahaan tersebut, yaitu:

- a. Pimpinan perusahaan
- b. Kepala bagian bengkel dan gudang
- c. Kepala bagian keuangan
- d. Kepala bagian administrasi dan umum

### **2. Obyek penelitian**

Obyek penelitian adalah penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh perusahaan dan besarnya harga bahan dan suku cadang yang dijual sebagai pelengkap dari servis yang dilayani oleh perusahaan tersebut.

## **D. Data yang dibutuhkan**

Mengenai data-data yang dibutuhkan untuk mengadakan penelitian tentang penentuan harga jual waktu dan bahan ini meliputi:

1. Gambaran umum perusahaan
2. Tarif servis dari setiap jenis servis yang dilayani
3. Harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang
4. Taksiran biaya yang dikeluarkan
5. Persentase laba yang diharapkan
6. Jumlah atau jenis servis yang dilayani

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang yang ditunjuk oleh pimpinan perusahaan guna mendapatkan data yang diperlukan, yaitu gambaran perusahaan, laba yang diharapkan dan jenis servis yang dilayani.

### **b. Dokumentasi**

Meneliti dan menyalin catatan-catatan yang ada di dalam perusahaan, terutama berkaitan dengan data yang dibutuhkan untuk memecahkan permasalahan, seperti daftar tarif servis dari masing-masing jenis servis yang dilayani, daftar harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang, dan taksiran biaya yang dikeluarkan dalam operasi perusahaan.

## **F. Teknik Analisis Data**

1. **Teknik Deskriptif**, yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai proses penentuan tarif servis sepeda motor dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis menurut perusahaan dan penyajian data mengenai elemen biaya yang membentuk harga jual waktu dan bahan serta proses penentuan harga jual waktu dan bahan menurut teori.
2. **Teknik Komparatif**, yaitu dengan membandingkan data hasil penelitian (temuan lapangan) dengan teori yang ada.



Langkah-langkah analisis data penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan proses penentuan tarif servis sepeda motor dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Menghitung penentuan harga jual waktu dan bahan berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari perusahaan, dengan tahap-tahap sebagai berikut:
  - a. Menghitung besarnya laba yang diharapkan dengan rumus:

$\text{Laba yang diharapkan per tahun} = \text{Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran} \times \text{Tarif kembalian investasi yang diharapkan (dalam \%)}$
---

- b. Menghitung biaya tidak langsung

Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp xx
Biaya depresiasi aktiva tetap	xx
Biaya asuransi	xx
Biaya listrik	xx
Biaya telepon	xx
Biaya air	xx
Biaya reparasi aktiva tetap	xx
Biaya umum	xx +
 Jumlah biaya tidak langsung	 Rp xx

- c. Menghitung harga jual waktu dengan unsur-unsur yang ada, yaitu biaya tenaga kerja langsung (BTKL) per jam dan mark up dari biaya tenaga kerja langsung tersebut.

**Biaya tenaga kerja langsung per jam:**

$$\text{Jumlah BTKL} = \frac{\text{Taksiran upah tenaga kerja langsung}}{\text{selama tahun anggaran}} + \text{Biaya kesejahteraan}$$

$$\text{BTKL per jam} = \frac{\text{Jumlah BTKL}}{\text{Jam tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran (jumlah TKL} \times \text{jam kerja selama tahun anggaran)}}$$

**Persentase mark up:**

$$\text{Mark up per jam tenaga kerja langsung atau \% mark up BTKL} = \frac{\text{Biaya tidak langsung} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran jam tenaga kerja langsung (JTKL) atau taksiran BTKL}}$$

**Harga jual waktu:**

$$\text{Harga jual waktu} = \text{BTKL} + \frac{\text{Mark up per JTKL atau \% mark up dari BTKL}}{\text{JTKL}}$$

- d. Menghitung besarnya persentase mark up dari harga beli bahan dan suku cadang dengan rumus:

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{Biaya tidak langsung} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran}}$$

- e. Menghitung besarnya harga jual waktu dan harga jual bahan dan suku cadang:

Harga jual waktu		Rp xx
Harga bahan dan suku cadang	Rp xx	
Mark up (% mark up × harga bahan dan suku cadang)	<u>xx</u> +	
Harga jual bahan dan suku cadang		<u>Rp xx</u> +
Jumlah hasil penjualan waktu, bahan dan suku cadang		Rp xx

Jumlah hasil penjualan waktu, bahan dan suku cadang merupakan harga jual waktu dan bahan.

3. Membandingkan besarnya tarif servis dari masing-masing jenis servis yang dilakukan perusahaan, seperti servis ringan, servis besar, servis kelistrikan, turun mesin dan pasang suku cadang serta harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis dengan hasil penentuan tarif servis dan harga bahan

dan suku cadang berdasarkan teori dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Kalau berbeda atau terdapat selisih nilai, maka dianalisa dengan menggunakan test hipotesa, dengan distribusi t. Menguji ketepatan penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan menggunakan uji t atau distribusi t, karena sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian kurang dari 30, dengan tingkat kepercayaan 5% (sesuai dengan tingkat kepercayaan yang umumnya dipergunakan dalam bidang ekonomi).

#### 4. Pengujian hipotesa dengan distribusi t

Langkah-langkah pengujian hipotesa adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_A$ ).

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \Rightarrow$  tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan.

$H_A : \mu_1 \neq \mu_2 \Rightarrow$  terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan

Dimana:

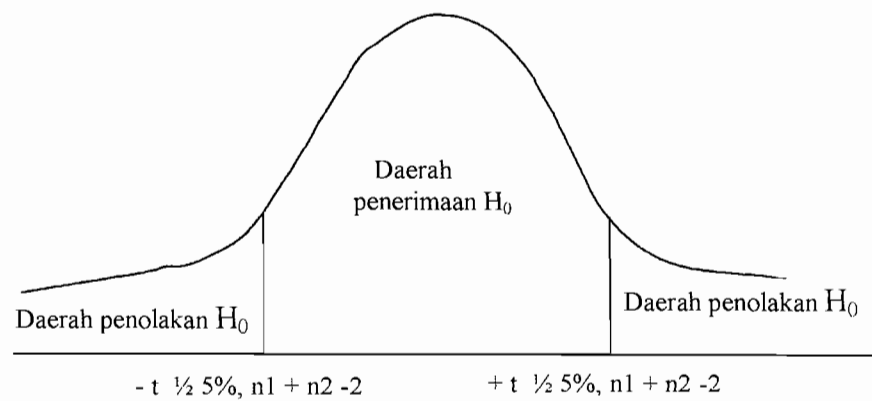
$\mu_1 =$  rata-rata tarif servis menurut perusahaan

$\mu_2 =$  rata-rata tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan.

- b. Menentukan taraf nyata atau  $\alpha$  sebesar 5%.

Gambar III. 1

Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$   
pada pengujian 2 sisi dengan sampel kecil



$H_0$  diterima bila  $-t_{\frac{1}{2} 5\% n_1 + n_2 - 2} \leq t \leq +t_{\frac{1}{2} 5\%}$

$H_0$  ditolak bila  $t < -t_{\frac{1}{2} 5\% n_1 + n_2 - 2}$  atau  $t > +t_{\frac{1}{2} 5\% n_1 + n_2 - 2}$

- c. Menentukan statistik uji/kriteria uji dengan rumus distribusi  $t$ .

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}}$$

Mencari standar deviasi menggunakan rumus:

$$S = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

Keterangan:

$\bar{X}_1$  = nilai rata-rata biaya servis menurut perusahaan

$\bar{X}_2$  = nilai rata-rata biaya servis menurut harga jual waktu dan bahan.

$n_1$  = jumlah sampel biaya servis menurut perusahaan

$n_2$  = jumlah sampel biaya servis menurut harga jual waktu dan bahan.

$S_1$  = standar deviasi menurut perusahaan

$S_2$  = standar deviasi menurut harga jual waktu dan bahan.

$\Sigma$  = sigma atau jumlah

$X$  = nilai data

- d. Mengambil keputusan, bila  $t$  di daerah penerimaan maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ . Demikian sebaliknya, bila  $t$  terletak pada daerah penolakan maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ .
- e. Membuat kesimpulan yang dapat ditarik, apabila  $H_0$  diterima maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan. Dan sebaliknya bila  $H_0$  ditolak, maka terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya Perusahaan**

CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan adalah badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor/dealer sepeda motor jenis suzuki dan melayani reparasi/servis sepeda motor jenis suzuki dan penjualan suku cadang sepeda motor jenis suzuki. Badan usaha ini didirikan pada tahun 1994 oleh Bapak Christanto dengan ijin usaha atas Bupati Kepala Daerah Tingkat II Kabupaten Magelang dengan nomor Surat Keputusan 504/ 58/ KD/ HO/ 94 tertanggal 18 Agustus 1994. Sedangkan ijin dari Departemen Perdagangan diperoleh pada tanggal 13 Desember 1994 dengan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) nomor 176/ 11.30/ PK/ XII/ 94.

Kepemilikan perusahaan sampai saat ini masih dipegang oleh Bapak Christanto sedang perusahaan dipimpin oleh Bapak Paulus Widodo sampai sekarang. Selama perusahaan berdiri belum pernah terjadi pergantian pimpinan. Pada saat ini CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan merupakan sub dealer dari suzuki motor centre yang terletak di kota Magelang. Hubungan kerjasama dengan PT. Putrajaya Motor, nama dari dealer suzuki motor tersebut, hanya sebatas pada pengadaan sepeda motor yang diminta oleh CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan, karena PT. Putrajaya Motor merupakan pemasok tunggal untuk sepeda motor jenis suzuki di wilayah Magelang dan sekitarnya.

## B. Lokasi Perusahaan

CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan didirikan di pusat kota Muntilan, tepatnya di Jalan Pemuda nomor 124 Muntilan dengan luas tempat usaha  $\pm 96 \text{ m}^2$ . Lokasi ini lebih strategis karena terletak di tengah-tengah kota yang mudah dicapai dengan kendaraan atau angkutan, sehingga memudahkan pihak pembeli ataupun pelanggan bengkel yang ingin membeli sepeda motor atau mereparasi sepeda motornya.

## C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan perwujudan yang menunjukkan hubungan diantara fungsi-fungsi dalam suatu organisasi serta wewenang dan tugas jabatan setiap anggota organisasi yang menjalankan tugas-tugasnya.

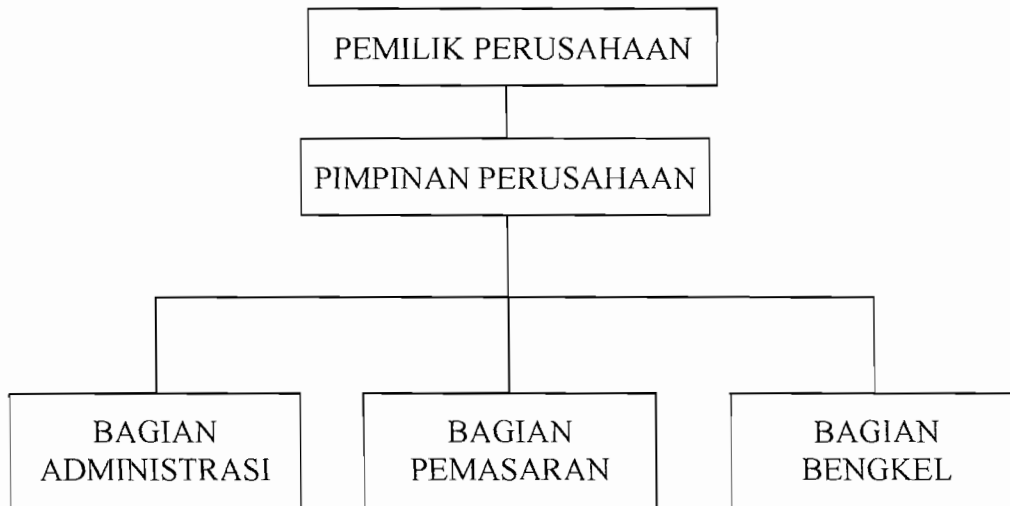
Struktur organisasi yang digunakan oleh CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan adalah struktur organisasi yang berbentuk garis, dengan kekuasaan tertinggi pada pemilik perusahaan. Terdapat tiga bagian operasional perusahaan yang disebut dengan staf perusahaan, yaitu bagian administrasi, bagian pemasaran dan bagian bengkel. Adapun struktur organisasi CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan adalah sebagai berikut:





Gambar IV. 1

Struktur organisasi CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan



Sumber: CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

Tugas masing-masing adalah:

**1. Pemilik**

Pemilik merupakan penyedia modal. Pemilik berhak meminta laporan mengenai perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan.

**2. Pimpinan perusahaan**

Pimpinan perusahaan mempunyai tugas melaporkan perkembangan perusahaan kepada pemilik perusahaan. Selain itu berkewajiban melaporkan kebijakan-kebijakan yang dilakukan baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Pemimpin perusahaan bertanggung jawab penuh terhadap

berlangsungnya kegiatan-kegiatan dalam perusahaan. Juga bertugas melaksanakan perencanaan pengorganisasian, pengarahan pengkoordinasian dan pengawasan dibantu oleh para staf yang terdiri dari bagian administrasi, bagian pemasaran dan bagian bengkel.

### **3. Bagian administrasi**

Bertugas dalam pelaksanaan penjualan sepeda motor serta pengurusan administrasi kendaraan, seperti pelayanan tunai atau kredit, pengurusan surat-surat kendaraan dan bonus atau hadiah yang diterima apabila membeli sepeda motor. Pelaksanaan keuangan juga menjadi tugas bagian administrasi, yaitu mencatat semua biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dalam setiap operasinya, mencatat semua pemasukan perusahaan, membuat laporan keuangan dan neraca perusahaan.

### **4. Bagian pemasaran**

Mempunyai tugas dalam memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, baik lewat iklan maupun tugas keliling. Sarana yang digunakan untuk iklan adalah radio, brosur dan spanduk.

### **5. Bagian bengkel**

Bagian bengkel bertugas untuk melaksanakan kegiatan reparasi atau servis sepeda motor dan melayani pembelian suku cadang. Di samping itu juga mengontrol tersedianya bahan dan suku cadang yang ada di gudang.

#### **D. Personalia**

CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan mempunyai 13 karyawan tetap, 9 pria dan 4 wanita. Untuk mendapatkan karyawan, perusahaan melakukan perekrutan umum, artinya perekrutan dipublikasikan di media cetak dan terbuka untuk umum dengan melalui wawancara dan telah memenuhi persyaratan atau kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pembagian karyawan perusahaan adalah sebagai berikut, pemimpin perusahaan 1 orang, bagian administrasi 3 orang, bagian pemasaran 3 orang dan 6 orang di bagian bengkel yang dikelompokkan menjadi 1 orang sebagai administrasi bengkel yang bertugas menerima order servis, menerima pembayaran servis, mengawasi servis, melayani penjualan suku cadang dan mengontrol tersedianya bahan dan suku cadang yang terdapat di gudang. Sedangkan 5 orang lainnya bekerja sebagai mekanik.

Jam kerja yang digunakan setiap hari adalah pukul 8 pagi (08.00 WIB) sampai pukul 16.00 WIB (empat sore). Waktu istirahat siang pukul 12 siang sampai pukul 1 siang (12.00-13.00 WIB). Dalam hal penggajian, CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan menggaji karyawannya setiap bulan atau metode bulanan dan tunjangan hari raya diberikan setiap tahun sebesar satu kali gaji yang diterima oleh karyawan.

### **E. Produksi**

CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor dengan merek Suzuki, yang merupakan dealer resmi Suzuki Motor. Selain itu juga melayani reparasi atau servis sepeda motor dan penjualan bahan dan suku cadang sepeda motor Suzuki.

### **F. Pemasaran**

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang diharapkan, CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan melakukan beberapa strategi di samping mengatasi persaingan yang ada, karena terdapat beberapa dealer sepeda motor dan bengkel-bengkel sepeda motor. Strategi yang dilakukan adalah memasarkan produk dengan cara berkeliling dari rumah ke rumah (*door to door*) sehingga dapat menjangkau konsumen secara langsung di samping promosi lewat radio, brosur dan spanduk, mengingat daerah sekitar Muntilan sangat luas. Perusahaan juga mengusahakan kegiatan training servis bagi para mekanik khususnya pada saat diperkenalkan produk baru sepeda motor jenis Suzuki.

Dalam pengadaan produk sepeda motor, CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan memasok dari PT. Putrajaya Motor sebagai dealer pusat dan penyedia tunggal kebutuhan sepeda motor jenis Suzuki.

## **BAB V**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab sebelumnya, telah dikemukakan bahwa teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik deskriptif dan teknik komparatif. Teknik deskriptif digunakan untuk menyajikan data yang ada mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan. Sedangkan teknik komparatif digunakan untuk membandingkan hasil temuan lapangan atau penelitian dengan metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu pendekatan harga jual waktu dan bahan.

CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan merupakan unit usaha yang menjual produk sepeda motor tipe atau merek Suzuki dan menawarkan jasa reparasi atau servis sepeda motor. Jasa servis yang ditawarkan meliputi servis ringan, servis besar, servis kelistrikan, turun mesin, servis tambah isi oli dan pasang suku cadang. Servis ringan adalah kegiatan yang dilakukan untuk tujuan perawatan dan pemeliharaan sepeda motor. Servis besar adalah kegiatan perawatan dan pemeliharaan sepeda motor dengan lingkup lebih banyak yang diservis sehingga memerlukan waktu yang lebih lama. Servis kelistrikan dilakukan untuk memperbaiki sistem kelistrikan pada sepeda motor. Turun mesin adalah servis atau reparasi yang mencakup keseluruhan mesin sepeda motor untuk dipelihara atau diperbaiki, umumnya turun mesin juga diistilahkan dengan belah mesin. Servis tambah isi oli adalah kegiatan servis dengan

penambahan ganti oli mesin atau oli samping. Dan pasang duku cadang adalah kegiatan pemasangan suku cadang untuk tujuan mengganti suku cadang yang rusak.

#### **A. Deskripsi Data**

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data tentang tarif servis dari setiap jenis servis, harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang, serta taksiran biaya yang dikeluarkan dan prosentase laba yang diharapkan.

Data tarif servis dari setiap jenis servis adalah data tentang tarif servis perunit perjam yang ditentukan oleh perusahaan. Data ini menunjukkan besarnya tarif servis yang harus dibayar oleh konsumen.

Data harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang adalah data yang akan digunakan untuk menghitung penentuan tarif servis sepeda motor. Data harga beli untuk menghitung analisis penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Data harga jual untuk menghitung tarif servis menurut perusahaan.

Data taksiran biaya yang dikeluarkan adalah data yang berkaitan dengan taksiran pengeluaran perusahaan selama satu tahun. Data ini akan digunakan untuk menghitung analisis penentuan tarif servis di perusahaan dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Data yang telah dikumpulkan dari perusahaan akan diolah atau dianalisis untuk mengetahui ketepatan penentuan tarif servis sepeda motor di perusahaan.

## **B. Analisis Data**

### **1. Analisis penentuan tarif servis di CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan**

Tarif servis sepeda motor ditentukan oleh perusahaan dealer pusat di Magelang dan CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan merupakan sub dealer, sehingga tarif servis yang sudah ditentukan tersebut sebagai tarif servis standar yang berlaku di dealer Suzuki motor di wilayah Magelang dan sekitarnya. Ada beberapa jenis sepeda motor Suzuki, antara lain Suzuki RGR, Suzuki TRS, Suzuki Crystal, Suzuki GS, Suzuki Shogun, Suzuki Satria, Suzuki RC, dan sebagainya. Jenis sepeda motor merek Suzuki merupakan sepeda motor dengan mesin 2 tak, kecuali jenis Shogun yang bermesin 4 tak. Pembahasan ini hanya akan dibatasi lebih spesifik pada satu jenis sepeda motor, yaitu Suzuki Shogun, karena berdasarkan catatan servis yang dilakukan oleh perusahaan, Suzuki Shogun yang paling banyak diservis di bengkel perusahaan. Hal tersebut juga telah disinggung pada pembatasan masalah dalam bab I.

Dalam penyajian berikut ini hanya akan diambil 6 sampel jenis servis, yaitu servis ringan, servis besar, servis kelistrikan, turun mesin, servis tambah isi oli dan pasang suku cadang. Suku cadang sepeda motor Suzuki sangat beragam, maka akan diambil satu contoh suku cadang untuk lebih memudahkan pembahasan, yaitu kampas cakram. Pasang kampas cakram

merupakan salah satu jenis servis untuk pemasangan suku cadang yang paling banyak dijual oleh perusahaan berdasarkan catatan servis.

Seperti yang telah disinggung di atas bahwa tarif servis yang berlaku ditentukan oleh pihak dealer pusat atas pertimbangan atau usulan dari semua sub dealer di wilayah Magelang dan sekitarnya. Data tarif servis dan harga jual bahan dan suku cadang menurut perusahaan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel V. 1  
Daftar tarif servis dan harga jual bahan dan suku cadang  
CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

No	Jenis servis	Tarif servis per unit	Harga jual bahan dan suku cadang	Total	Jam kerja
1	Servis ringan	Rp 7.500,00		Rp 7.500,00	2 jam
2	Servis besar	Rp 10.000,00		Rp 10.000,00	3 jam
3	Kelistrikan	Rp 12.500,00		Rp 12.500,00	5 jam
4	Turun mesin	Rp 25.000,00		Rp 25.000,00	7 jam
5	Servis tambah isi oli	Rp 7.500,00	Rp 13.000,00	Rp 20.500,00	2 jam
6	Pasang kampas cakram	Rp 2.500,00	Rp 17.500,00	Rp 20.000,00	2 jam

Sumber: CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

Dari tabel tersebut selanjutnya diuraikan seperti berikut ini:

- a. Servis ringan ditetapkan sebesar Rp 7.500,00 per unit. Untuk menyelesaikannya dibutuhkan waktu paling lama 2 jam, sehingga biaya per jamnya adalah Rp 3.750,00



- b. Biaya servis besar yang ditetapkan sebesar Rp 10.000,00 per unit. Waktu yang digunakan kurang lebih 3 jam sehingga biaya per jamnya adalah Rp 3.333,33 atau dibulatkan menjadi Rp 3.300,00
- c. Servis kelistrikan dibebankan pada biaya sebesar Rp 12.500,00 yang memakan waktu kurang lebih 4 jam, jadi per jamnya adalah Rp 3.125,00
- d. Biaya servis untuk turun mesin adalah Rp 25.000,00. Turun mesin dilakukan dengan waktu kurang lebih 7 jam, sehingga per jamnya Rp 3.571,42 atau dibulatkan menjadi Rp 3.600,00
- e. Untuk servis tambah isi oli ditetapkan sebesar biaya servis per unit Rp 7.500,00 ditambah harga jual oli sebesar Rp. 13.000,00 per kaleng. Sehingga jumlah seluruhnya adalah Rp 20.500,00
- f. Pasang kampas cakram dihitung berdasarkan harga jual piston per buah ditambah biaya/ongkos kerja, yaitu sebesar Rp 17.500,00 ditambah Rp 2.500,00. Sehingga jumlah totalnya adalah Rp 20.000,00 dengan waktu yang dibutuhkan untuk pemasangan adalah 2 jam.

## **2. Analisis Penentuan Tarif Servis di CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan dengan Pendekatan Harga Jual Waktu dan Bahan.**

Pembahasan masalah ini akan memakai data yang ada di CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan. Berdasarkan kebutuhan penelitian, maka yang akan disajikan adalah taksiran pendapatan bagian bengkel dan taksiran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh bagian bengkel. Taksiran-taksiran ini dibuat dalam suatu laporan anggaran, yaitu anggaran pendapatan dan pengeluaran untuk tahun anggaran 2000. Data ini merupakan laporan keuangan rugi laba bagian bengkel yang disajikan dalam tabel V.2 berikut ini:

Tabel V.2  
Anggaran Pendapatan dan Pengeluaran Perusahaan

Anggaran Pendapatan dan Pengeluaran Bagian Bengkel CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan Untuk periode tahun 2000	
Taksiran pendapatan dari servis, bahan dan suku cadang	Rp 40.000.000,00
Taksiran pengeluaran	
- Pembelian suku cadang	Rp 9.000.000,00
- Pembelian oli	11.520.000,00
- Biaya penyusutan gedung	300.000,00
- Gaji mekanik	9.600.000,00
- Gaji pegawai administrasi bengkel	2.400.000,00
- Tunjangan hari raya	1.000.000,00
- Biaya penyusutan peralatan	460.000,00
- Biaya transportasi	120.000,00
- Biaya listrik	2.000.000,00
- Biaya telepon	750.000,00
- Biaya administrasi dan umum	<u>130.000,00</u> +
Total pengeluaran	<u>(Rp 37.280.000,00)</u>
Laba sebelum pajak	Rp 2.720.000,00
Pajak	<u>(714.000,00)</u>
Laba setelah pajak	Rp 2.006.000,00

Sumber : CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

Kemudian taksiran jumlah aktiva pada tahun anggaran sebesar Rp 11.750.000,00 dan jumlah investasi berdasarkan taksiran jumlah aktiva pada tahun anggaran adalah sebesar Rp 11.750.000,00. Menurut anggaran, perusahaan direncanakan beroperasi pada kapasitas normal sebanyak 300 hari @ 7 jam kerja per hari. Sehingga jam tenaga kerja langsung (TKL) adalah sebesar 10.500 jam (5 mekanik × 300 hari × 7 jam per hari).

Dari data-data yang telah disajikan tersebut, kemudian dihitung harga jual waktu dan bahan sesuai dengan langkah-langkah seperti yang telah disebutkan dalam bab III. Tetapi sebelumnya akan dihitung dahulu tarif kembalian investasi (ROI) yang diharapkan dari hasil pembagian laba setelah pajak, berdasarkan tahun anggaran 2000 dengan investasi per tahun, kemudian dikalikan dengan 100%.

$$\text{ROI} = \frac{\text{labasetelah pajak}}{\text{jumlah investasi}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tarif kembalian investasi yang diharapkan} &= \frac{\text{Rp}2.006.000,00}{\text{Rp}11.750.000,00} \times 100\% \\ &= 17,07\% \end{aligned}$$

Jadi ROI yang diharapkan dalam tahun anggaran 2000 adalah sebesar 17,07 %

Perhitungan angka-angka yang mendukung dalam penentuan harga jual waktu dan bahan. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung besarnya laba yang diharapkan per tahun yang diperoleh dari perkalian antara taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran dengan ROI yang diharapkan dalam persentase.

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp. } 11.750.000,00 \times 17,07\% \\ &= \text{Rp } 2.005.725,00 \end{aligned}$$

Laba yang diharapkan untuk tahun anggaran 2000 sebesar Rp 2.005.725,00

b. Menghitung besarnya biaya tidak langsung (BTL) pada awal tahun anggaran 2000

- Gaji pengawas	Rp	200.000,00
- Biaya penyusutan peralatan		460.000,00
- Biaya penyusutan gedung		300.000,00
- Biaya listrik		2.000.000,00
- Biaya telepon		750.000,00
- Biaya transportasi		120.000,00
- Biaya administrasi dan umum		<u>130.000,00</u> +
Jumlah biaya tidak langsung	Rp	3.960.000,00

c. Menghitung biaya tenaga kerja langsung (BTKL) pada awal tahun anggaran 2000

- Gaji tenaga kerja langsung (mekanik) selama setahun		
Rp 160.000,00 × 12 bulan × 5 orang		Rp 9.600.000,00
- Tunjangan hari raya mekanik selama setahun		
Rp 160.000 × 5 orang		<u>800.000,00</u> +
Jumlah BTKL	Rp	10.400.000,00

$$\begin{aligned} \text{BTKL per jam} &= \frac{\text{Rp } 10.400.000,00}{10.500 \text{ jam}} \\ &= \text{Rp } 990,00 \end{aligned}$$

- d. Biaya tidak langsung (BTL) ditambah dengan laba yang diharapkan dan dibagi dengan jumlah BTKL serta dikalikan seratus persen akan menghasilkan prosentase mark up dari BTKL.

$$\begin{aligned} \text{Mark up dari BTKL} &= \frac{\text{Rp } 3.960.000,00 + \text{Rp } 2.005.725,00}{\text{Rp } 10.400.000,00} \times 100\% \\ &= \frac{5.965.725}{10.400.000,00} \times 100\% \\ &= 57,36\% \end{aligned}$$

- e. Harga jual waktu diperoleh dari penjumlahan BTKL dengan prosentase mark up dari BTKL.

- 1) Servis ringan per unit Suzuki Shogun yang menempuh waktu paling lama 2 jam adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{rcl} \text{BTKL } 2 \times \text{Rp } 990,00 & = & \text{Rp } 1.980,00 \\ \text{Mark up } 57,36\% \times \text{Rp } 1.980,00 & = & \underline{1.135,72} + \\ \text{Harga jual waktu} & & \text{Rp } 3.115,72 \end{array}$$

Tarif servis menurut harga jual waktu dibulatkan menjadi Rp 3.100,00 per unit.

- 2) Untuk servis besar per unit selama kurang lebih 3 jam adalah:

$$\begin{array}{rcl} \text{BTKL } 3 \times \text{Rp } 990,00 & = & \text{Rp } 2.970,00 \\ \text{Mark up } 57,36\% \times \text{Rp } 2.970,00 & = & \underline{1.703,59} + \\ \text{Harga jual waktu} & & \text{Rp } 4.673,59 \end{array}$$

Tarif servis menurut harga jual waktu dibulatkan menjadi Rp 4.700,00 per unit.

3) Servis kelistrikan yang menghabiskan kurang lebih 5 jam dihitung berdasarkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{BTKL} & 5 \times \text{Rp } 990,00 & = \text{Rp } 4.950,00 \\ \text{Mark up} & 57,36 \% \times \text{Rp } 4.950,00 & = \underline{2.839,32} + \\ \text{Harga jual waktu} & & \text{Rp } 7.789,32 \end{aligned}$$

Tarif servis kelistrikan menurut harga jual waktu dibulatkan menjadi Rp 7.800,00 per unit.

4) Untuk turun mesin dihitung dengan waktu yang ditempuh kurang lebih 7 jam.

$$\begin{aligned} \text{BTKL} & 7 \times \text{Rp } 990,00 & = \text{Rp } 6.930,00 \\ \text{Mark up} & 55,44 \% \times \text{Rp } 6.930,00 & = \underline{3.841,99} + \\ \text{Harga jual waktu} & & \text{Rp } 10.771,99 \end{aligned}$$

Tarif turun mesin menurut harga jual waktu dibulatkan menjadi sebesar Rp 10.800,00 per unit.

f. Sebelum menghitung harga jual waktu dan bahan dapat dicari dahulu prosentase mark up dari harga bahan dan suku cadang seperti rumus berikut ini:

$$\text{Prosentase mark up} = \frac{\text{BTL} + \text{Laba yang di harapkan}}{\text{Taksiran nilai bahan dan suku cadang}} \times 100\%$$

Untuk taksiran nilai bahan dan suku cadang pada tahun anggaran 2000 adalah sebesar Rp 20.520.000,00 yang berasal dari penjumlahan harga bahan dan suku cadang.

$$\begin{aligned} \text{mark up} &= \frac{\text{Rp } 3.960.000,00 + \text{Rp } 2.005.725,00}{\text{Rp } 20.520.000,00} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 5.965.725,00}{\text{Rp } 20.520.000,00} \times 100\% \\ &= 29,07\% \end{aligned}$$

- 1) Servis tambah isi oli dihitung berdasarkan tarif servis ringan menurut harga jual waktu dan bahan ditambah dengan harga beli oli per kaleng sebesar Rp 10.800,00.

Harga jual waktu Rp 3.100,00

Harga beli oli per kaleng = Rp 10.800,00

Mark up dari harga oli

$28,09\% \times \text{Rp } 10.800,00 = \underline{\underline{3.651,70}}$  +

Harga jual oli Rp 13.939,56 +

Harga jual waktu dan bahan Rp 17.039,56

Jadi harga jual waktu dan bahan dari servis tambah isi oli dapat dibulatkan menjadi Rp 17.000,00 per unit.



- 2) Untuk pasang kampas cakram dihitung berdasarkan mark up dari harga beli kampas cakram ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 2 jam.

Harga jual waktu Rp 1.980,00

Harga beli kampas cakram per buah = Rp 14.600,00

Mark up dari kampas cakram

$29,07\% \times \text{Rp } 14.600,00 = \underline{\underline{4.244,22}}$  +

Harga jual kampas cakram Rp 18.844,22 +

Harga jual waktu dan bahan Rp 21.944,22

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang kampas cakram dibulatkan menjadi Rp 21.900,00 per unit.

Analisis penentuan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan yang telah dilakukan tersebut disajikan berikut ini yang dikelompokkan berdasarkan jam kerja atau waktu yang diperlukan dan berdasarkan kuantitas bahan yang diserahkan.

Tabel V.3

Penentuan tarif servis menurut harga jual waktu

No	Jenis servis	Jam kerja	Tarif servis
1	Servis ringan	2 jam	Rp 3.100
2	Servis besar	3 jam	Rp 4.700
3	Servis kelistrikan	5 jam	Rp 7.800
4	Turun mesin	7 jam	Rp 10.900

Sumber: diolah dari data sekunder

Tabel V. 4  
Penentuan tarif servis menurut harga bahan dan suku cadang

No	Jenis servis	Jam kerja	Tarif servis	Harga bahan dan suku cadang	Total
1	Servis tambah isi oli	2 jam	Rp 3.100	Rp 13.900	Rp 17.000
2	Pasang kampas cakram	2 jam	Rp 3.100	Rp 18.800	Rp 21.900

Sumber: diolah dari data sekunder

### C. Pembahasan

Dari hasil analisis penentuan tarif servis yang telah dilakukan, terlihat perbedaan atau terdapat selisih yang sangat jauh antara tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan. Untuk mengetahui besarnya prosentase perbedaan tersebut dilakukan perhitungan besarnya prosentase perbedaan masing-masing jenis servis seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel V. 5  
Prosentase perbedaan

No	Jenis servis	Menurut perusahaan (1)	Menurut harga jual waktu dan bahan (2)	Selisih (3)=(1)-(2)	Prosentase perbedaan (3):(1) x 100%
1	Servis ringan	7.500	3.100	4.400	58,67 %
2	Servis besar	10.000	4.700	5.300	53 %
3	Servis kelistrikan	12.500	7.800	4.700	37,6 %
4	Turun mesin	25.000	10.900	14.100	56,4 %
5	Servis tambah isi oli	20.500	17.000	3.500	17,07 %
6	Pasang kampas cakram	20.000	21.900	19.000	9,5 %

Sumber: diolah dari data sekunder

Setelah dilakukan analisis lebih lanjut mengenai perbedaan tersebut dan perhitungan berdasarkan tarif servis yang ditentukan oleh perusahaan, maka dapat diketahui bahwa penentuan tarif servis yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan penentuan harga jual normal atau *cost-plus pricing*. Tarif servis berdasarkan harga jual normal diperoleh dari penjumlahan BTKL perjam dan BTL per jam yang merupakan biaya penuh, ditambah dengan laba yang diharapkan per jam. Formulasi tarif servis menurut perusahaan berdasarkan analisis lebih lanjut disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel V. 6  
Penentuan tarif servis menurut perusahaan

BTKL	Rp xx
BTL	<u>xx</u> +
Biaya penuh	Rp xx
Laba yang diharapkan	<u>xx</u> +
Tarif servis	Rp xx

Sumber: diolah dari data sekunder

Dengan demikian dapat diketahui, perbedaan atau selisih yang ada dalam penentuan tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan disebabkan oleh formulasi atau rumus tarif servis yang tidak sama (berbeda). Faktor lain yang mempengaruhi adanya perbedaan tarif servis tersebut antara lain kepercayaan masyarakat/konsumen, daya beli konsumen, mutu pelayanan, dan sebagainya.

Untuk lebih mengetahui adanya perbedaan tersebut dilakukan pengujian hipotesis dengan distribusi t. Prosedur pelaksanaan uji hipotesa diawali dengan membandingkan tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan yang dikelompokkan menjadi 2, yaitu berdasarkan waktu atau jam kerja yang diperlukan dan berdasarkan bahan dan suku cadang yang diserahkan.

### 1. Pengujian hipotesa dengan distribusi t untuk tarif servis berdasarkan harga jual waktu

Pengujian ini terlebih dahulu membandingkan biaya servis menurut perusahaan dan menurut harga jual waktu (menurut teori) yang dilambangkan dengan  $x_1$  dan  $x_2$  per unit Suzuki Shogun yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel V. 7

Perbandingan tarif servis menurut perusahaan  
dan menurut teori (berdasarkan penghitungan harga jual waktu)

No	Jenis servis	(X1)			(X2)		
		Menurut perusahaan	$X_1 - \bar{X}_1$	$(X_1 - \bar{X}_1)^2$	Menurut Teori	$X_2 - \bar{X}_2$	$(X_2 - \bar{X}_2)^2$
1	Servis ringan	7.500	- 6,250	39.062.500	3.100	- 3.526	12,425.625
2	Servis besar	10.000	- 3.750	14.062.500	4.700	- 1.925	3.765.625
3	Servis kelistrikan	12.500	- 1.250	1.562.500	7.800	1.175	1.380.625
4	Turun mesin	25.000	11.250	126.562.500	10.900	4.275	18.275.625
	Total	55.000		181.250.000	26.500		35.847.500

Sumber: diolah dari data sekunder

- a. Menentukan hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_A$ )

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \Rightarrow$  tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu.

$H_A : \mu_1 \neq \mu_2 \Rightarrow$  terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga jual waktu.

- b. Menentukan taraf nyata dengan  $\alpha = 5\%$

$$\pm t \frac{1}{2} 5\%, n_1 + n_2 - 2$$

$$\pm t \frac{1}{2} 5\%, 4 + 4 - 2$$

$$\pm t 0,025, 6$$

$$\pm t 2,447 \text{ (lihat tabel distribusi t)}$$

- c. Menghitung nilai t berdasarkan perhitungan  $\bar{X}$  dan S

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{X}_1 = \frac{55.000}{4} = 13.750$$

$$\bar{X}_2 = \frac{26.500}{4} = 6.625$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n-1}}$$

$$\begin{aligned}
 S_1 &= \sqrt{\frac{181.250.000}{4-1}} \\
 &= \sqrt{\frac{181.250.000}{3}} \\
 &= \sqrt{60.416.666,67} \\
 &= 7.772,81
 \end{aligned}$$

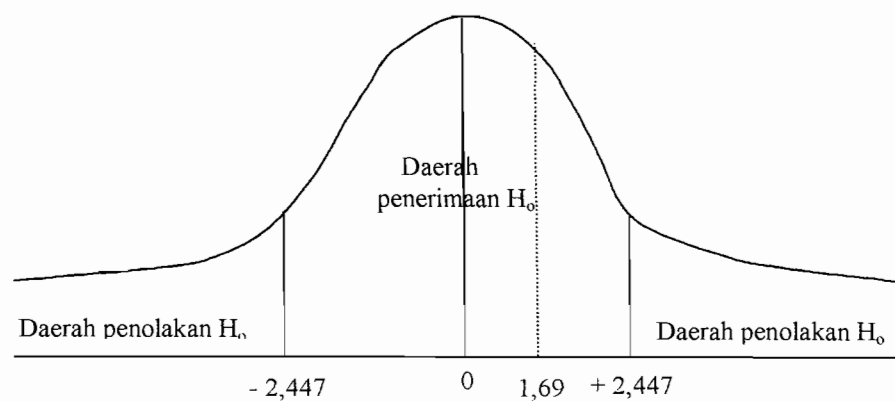
$$\begin{aligned}
 S_2 &= \sqrt{\frac{35.847.500}{4-1}} \\
 &= \sqrt{\frac{35.847.500}{3}} \\
 &= \sqrt{11.949.166} \\
 &= 3.456,75
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{13.750-6.625}{\sqrt{\frac{(4-1)7.772,81^2 + (4-1)3.456,75^2}{4+4-2}} \sqrt{\frac{1}{4} + \frac{1}{4}}} \\
 &= \frac{7.125}{\sqrt{\frac{181.249.725,9 + 35.847.361,69}{6}} \sqrt{0,5}} \\
 &= \frac{7.125}{\sqrt{\frac{217.097.086,7}{6}} \sqrt{0,5}} \\
 &= \frac{7.125}{6.015,2 \cdot 0,70} \\
 &= \frac{7.125}{4.210,64} \\
 &= 1,69
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, nilai  $t$  diperoleh sebesar 1,69 sehingga gambarnya seperti berikut ini:

Gambar V. 1

Daerah penerimaan  $H_0$  dan penolakan  $H_A$



- d. Membuat keputusan bahwa dari hasil statistik uji menunjukkan nilai  $t = 1,69 < 2,447$ , sehingga terletak di daerah penerimaan maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak.
- e. Karena  $H_0$  berada di daerah penerimaan, maka kesimpulannya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perbedaan nilai rata-rata tarif servis menurut perusahaan dan menurut teori berdasarkan harga jual waktu.

## 2. Pengujian hipotesa dengan distribusi t untuk tarif servis berdasar harga bahan dan suku cadang.

Pengujian ini terlebih dahulu membandingkan biaya servis menurut perusahaan dan menurut harga jual waktu (menurut teori) yang dilambangkan dengan  $X_1$  dan  $X_2$  per unit Suzuki Shogun yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel V. 8

Perbandingan tarif servis menurut perusahaan  
dan menurut teori berdasar harga bahan dan suku cadang

No	Jenis servis	(X1) Menurut perusahaan	$X_1 - \bar{X}_1$	$(X_1 - \bar{X}_1)^2$	(X2) Menurut Teori	$X_2 - \bar{X}_2$	$(X_2 - \bar{X}_2)^2$
1	Servis+ isi oli	20.500	250	62.500	17.000	- 2.450	6.002.500
2	Pasang kampas cakram	20.000	- 250	62.500	21.900	2.450	6.002.500
	Total	40.500		125.000	38.900		12.005.000

Sumber: diolah dari data sekunder

### a. Menentukan hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_A$ )

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \Rightarrow$  tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga bahan dan suku cadang.

$H_A : \mu_1 \neq \mu_2 \Rightarrow$  terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dengan tarif servis menurut harga bahan dan suku cadang.



b. Menentukan taraf nyata dengan  $\alpha = 5\%$

$$\pm t_{\frac{1}{2} 5\%, n_1 + n_2 - 2}$$

$$\pm t_{\frac{1}{2} 5\%, 2 + 2 - 2}$$

$$\pm t_{0,025, 2}$$

$$\pm t_{4,303} \text{ (lihat tabel distribusi t)}$$

c. Menghitung nilai t berdasarkan perhitungan  $\bar{X}$  dan S

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{X}_1 = \frac{40.500}{2} = 20.250$$

$$\bar{X}_2 = \frac{38.900}{2} = 19.450$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n-1}}$$

$$S_1 = \sqrt{\frac{125.000}{2-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{125.000}{1}}$$

$$= \sqrt{125.000}$$

$$= 353,55$$



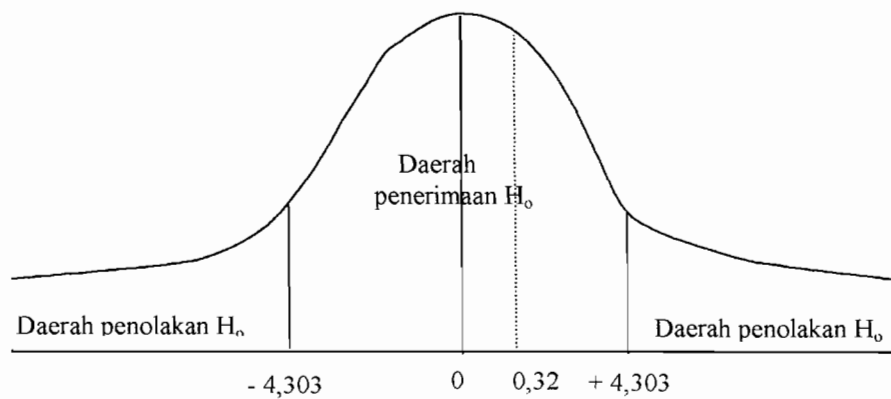
$$\begin{aligned}
 S_2 &= \sqrt{\frac{12.005.000}{2-1}} \\
 &= \sqrt{\frac{12.005.000}{1}} \\
 &= \sqrt{12.005.000} \\
 &= 3.464,82
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{20.250 - 19.400}{\sqrt{\frac{(2-1)353,55^2 + (2-1)3.464,82^2}{2+2-2}} \sqrt{\frac{1}{2} + \frac{1}{2}}} \\
 &= \frac{800}{\sqrt{\frac{124.997,60 + 12.004.977,63}{2}} \sqrt{1}} \\
 &= \frac{800}{\sqrt{\frac{12.129.975,23}{2}} \sqrt{1}} \\
 &= \frac{800}{\sqrt{6.064.987,61} \sqrt{1}} \\
 &= \frac{800}{2.462,7.1} \\
 &= 0,32
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, nilai  $t$  diperoleh sebesar 0,32 sehingga gambarnya seperti berikut ini:

Gambar V. 2

Daerah penerimaan  $H_0$  dan penolakan  $H_A$



- d. Membuat keputusan bahwa dari hasil statistik uji menunjukkan nilai  $t = 0,32 > 4,303$ , maka terletak di daerah penerimaan sehingga  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ .
- e. Karena  $H_0$  berada di daerah penerimaan, maka kesimpulannya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perbedaan nilai rata-rata tarif servis menurut perusahaan dan menurut teori berdasarkan harga bahan dan suku cadang .

Setelah melihat hasil pengujian hipotesa dengan distribusi t dari kedua tarif servis, yaitu berdasarkan waktu dan berdasarkan bahan dan suku cadang, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara rata-rata tarif servis menurut perusahaan dan menurut harga jual waktu dan bahan. Selisih yang ada tersebut merupakan perbedaan yang tidak signifikan antara tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut harga jual waktu dan bahan. Akan tetapi apabila dilihat dari perbandingan tarif servis berdasarkan analisis penentuan tarif servis menurut perusahaan dan menurut metode harga jual waktu dan bahan, tampak selisih yang sangat besar. Perbedaan atau selisih tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan formulasi penentuan tarif servis, seperti yang telah disajikan di atas. Kemudian sebab lainnya adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terlalu kecil, yaitu empat (4) sampel dan dua (2) sampel dan datanya juga bersifat heterogen. Tarif servis yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan pendekatan harga jual waktu dan bahan hampir semua nilainya lebih kecil daripada tarif servis yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini membuat rata-rata atau mean dari kedua tarif servis yang ditentukan tersebut sangat besar selisihnya sehingga membuat perbedaan yang sangat mencolok.

Dari hasil analisis pembahasan dapat diketahui bahwa penyebab adanya perbedaan kesimpulan antara hasil perbandingan yang menunjukkan selisih perbedaan yang sangat besar antara tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut metode harga jual waktu dan bahan dengan hasil pengujian hipotesa yang

menyimpulkan tidak terdapat perbedaan antara tarif servis menurut perusahaan dan menurut metode harga jual waktu dan bahan, adalah perbedaan formulasi dan sampel pengujian yang terlalu kecil.

Dengan demikian, kesimpulan yang diambil dan sekaligus digunakan sebagai jawaban permasalahan yang ada adalah penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh perusahaan belum tepat, oleh karena penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh perusahaan tidak menggunakan pendekatan harga jual waktu dan bahan yang merupakan pendekatan alternatif untuk penentuan harga jual untuk perusahaan jasa reparasi.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Dari hasil temuan analisis data terhadap penentuan tarif servis menurut perusahaan dan penentuan tarif servis berdasarkan metode harga jual waktu dan bahan ternyata terdapat perbedaan atau selisih. Perbedaan ini disebabkan oleh adanya formulasi atau rumus penentuan tarif servis yang berbeda.

Setelah diadakan pengujian hipotesa dengan distribusi t terhadap perbedaan tarif servis yang dikelompokkan berdasarkan harga jual waktu dan harga bahan dan suku cadang dengan taraf nyata sebesar 5%, maka diperoleh nilai t sebesar 1,69 dan 0,32. Hal ini menunjukkan kedua nilai t tersebut berada di daerah penerimaan pada gambar kurva penerimaan dan penolakan  $H_0$ , sehingga kesimpulannya adalah tidak terdapat perbedaan antara tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan.

Berdasarkan hasil analisis penentuan tarif servis menurut perbandingan dan menurut pengujian hipotesa diperoleh kesimpulan yang berbeda, sebab yang pertama adalah penggunaan rumus atau formulasi penentuan harga jual yang berbeda, yaitu tarif servis yang ditentukan oleh perusahaan menggunakan penentuan harga jual normal atau harga jual *cost-plus pricing*, sedangkan dalam penelitian ini digunakan harga jual dengan pendekatan *time and material pricing*

atau harga jual waktu dan bahan. Sebab yang kedua adalah pelaksanaan pengujian hipotesa dengan distribusi t dengan sampel yang terlalu kecil.

Dari hasil pembahasan di atas, dapat diperoleh jawaban dari permasalahan yang ada, yaitu penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan belum tepat.

## **B. KETERBATASAN PENELITIAN**

Dengan adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, juga tenaga dan pikiran, maka dalam skripsi ini penulis tidak dapat menyajikan data secara lengkap dan melakukan pembahasan secara detail. Keterbatasan-keterbatasan yang penulis miliki dalam memperoleh data dan pembahasan yang dilakukan adalah:

1. Penulis tidak dapat menyajikan perhitungan yang menghasilkan tarif servis ditentukan sebagai dasar penentuan tarif servis CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan, karena hal itu memerlukan penelitian khusus untuk memperolehnya.
2. Penulis tidak dapat melacak kebenaran data yang diberikan oleh pihak CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan

### **C. SARAN**

Melihat kemajuan dan perkembangan yang dicapai selama ini oleh CV. Lumintu Motor Suzuki Muntilan, meskipun penentuan tarif servis yang ditetapkan oleh perusahaan berbeda dengan penentuan tarif servis yang diperoleh dari langkah-langkah metode harga jual waktu dan bahan, sebaiknya pihak perusahaan tetap menggunakan tarif servis yang ditetapkan selama ini, karena dengan kondisi yang sekarang ini perusahaan masih dapat memperoleh laba. Disarankan juga agar langkah-langkah penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan seperti yang telah dihitung dan disajikan oleh penulis dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan biaya servis untuk tahun-tahun mendatang dan bilamana terjadi persaingan yang ketat. .



## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 1992. *Pengantar Bisnis*. Bandung, Penerbit Alfabeta. ✓
- Budiyuwono, Nugroho. 1996. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Jilid II. Edisi revisi. Yogyakarta, BPFE.
- Kotler, Philip. 1985. *Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid II. Edisi V. ✓  
Jakarta, Erlangga.
- Mas'ud. 1982. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta, BPFE.
- Matz-Ustry. 1990. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi 8. Jakarta, Erlangga.
- Mulyadi. 1993. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi 2. Yogyakarta, STIE YKPN.
- . 1993. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta, STIE YKPN.
- Sigit, Suhardi. 1992. *Pemasaran Praktis*. Edisi 3. Yogyakarta, BPFE.
- Stanton, William J, Etzel, Michael J dan Walker, Bruce J. 1991. *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill, Inc. ✓
- Supriyono, R. A. 1992. *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. ✓  
Yogyakarta, STIE YKPN.
- . 1983. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi 2. Yogyakarta, BPFE.
- Swastha, Basu. 1984. *Asas-asas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta, Liberty. ✓
- . 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Liberty. ✓
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Total Quality Service*. Yogyakarta, Andi Offset. ✓

# LAMPIRAN

## **Daftar Pertanyaan**

### **A. Sejarah berdirinya perusahaan**

1. Perusahaan pertama kali didirikan oleh siapa, pada tahun berapa, dengan nama apa dan berlokasi di mana?
2. Apa bentuk perusahaan pada waktu berdiri dan sekarang?
3. Dengan akte notaris siapa dan berapa nomornya?
4. Apa alasan perusahaan didirikan atau misi perusahaan didirikan?
5. Apa dasar pemilihan letak/lokasi perusahaan?
6. Berapa luas tanah yang ditempati oleh perusahaan?
7. Siapa nama direktur pertama kali dan direktur pada saat sekarang?
8. Sudah berapa kali terjadi pergantian jabatan?
9. Tahun berapa perusahaan mulai beroperasi/berfungsi?
10. Bagaimana perkembangan perusahaan sampai saat ini?

### **B. Struktur organisasi**

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Apa saja bagian organisasi perusahaan yang ada?
3. Bagaimana tugas dan wewenang masing-masing bagian?

### **C. Personalia**

1. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
2. Berapa jumlah karyawan masing-masing bagian?
3. Berapa jumlah karyawan tetap dan tidak tetap?

4. Apa syarat-syarat untuk menjadi karyawan?
5. Apakah ada usaha untuk memajukan karyawan? Kalau ada mohon disebutkan!
6. Bagaimana sistem upah yang dipakai?
7. Bagaimana jam kerja karyawan?
8. Berapa upah maksimum dan minimum karyawan?
9. Apakah ada jaminan kesejahteraan karyawan? Kalau ada mohon disebutkan!

#### **D. Permodalan**

1. Bagaimana perusahaan memperoleh modal?
2. Apa saja sumber modal perusahaan?
3. Bagaimana struktur modal perusahaan?
4. Bagaimana penggunaan modal perusahaan?
5. Apakah ada modal yang disisihkan untuk ekspansi?

#### **E. Administrasi Umum**

1. Keuangan
  - a. Berapa tarif jasa reparasi atau servis motor untuk tiap-tiap jenis servis?
  - b. Apakah biaya tersebut dihitung berdasarkan jam, unit atau yang lainnya?
  - c. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
  - d. Berapa laba yang diharapkan?
  - e. Berapa kembalian investasi yang diharapkan?
  - f. Berapa jumlah aktiva tetap yang ada?
  - g. Berapa taksiran nilai untuk aktiva pada awal periode anggaran
  - h. Biaya apa saja yang termasuk biaya tidak langsung?

2. Pelayanan servis

- a. Berapa jenis reparasi atau servis yang ada atau yang dilayani?
- b. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk mereparasi motor?
- c. Berapa jam dalam sehari yang diperlukan untuk mereparasi motor?

3. Toko bahan dan suku cadang

- a. Darimana bahan dan suku cadang diperoleh atau dibeli?
- b. Bagaimana proses pemerolehan dan pembelian bahan dan suku cadang?
- c. Metode apa yang digunakan dalam pemerolehan bahan dan suku cadang tersebut?
- d. Setiap apa bahan dan suku cadang tersebut diperoleh atau dibeli?
- e. Berapa harga dari tiap-tiap bahan dan suku cadang tersebut?
- f. Berapa taksiran biaya yang diperlukan untuk membeli bahan dan suku cadang pada periode selanjutnya?
- g. Bagaimana penentuan harga jual bahan dan suku cadang?
- h. Apakah ada potongan harga dalam pembelian dan penjualan bahan dan suku cadang?
- i. Berapa biaya transportasi yang diperlukan guna pembelian bahan dan suku cadang?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi :

Nama : TARSICIUS HASTA SURIPNA  
Tempat/ Tgl. Lahir : Magelang, 12 Agustus 1974  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Katolik  
Status : Belum Kawin  
Orangtua :  
    Ayah : JUSTINUS SOENARJO HADIWARSITO  
    Ibu : MARIA JOSEPHINE INDRATI  
Alamat Asal : Jagalan no. 34 Muntilan  
Kabupaten Magelang – Jawa Tengah

### Riwayat Pendidikan :

Taman Kanak-kanak : TK Pangudi Luhur Muntilan  
(Tahun 1980 – 1981)  
Sekolah Dasar : SD Pangudi Luhur Muntilan  
(Tahun 1981 – 1987)  
Sekolah Menengah : SMP Mardi Yuwana Depok, Bogor  
(Tahun 1987 – 1990)  
: SMA Negeri Blabak Muntilan  
(Tahun 1990 – 1993)  
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma Yohyakarta  
(September 1993 – Mei 2000)

