

ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA MOBIL

**STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN FAMOUS TRANSPORTATION
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

ANASTASIA FITRI RIKAWATI

NIM : 95 2114 021

NIRM : 950051121303120021

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2002

Skripsi

ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA MOBIL

Studi Kasus Pada Perusahaan Famous Transportation
Yogyakarta

Oleh:

Anastasia Fitri Rikawati

NIM : 952114021

NIRM : 950051121303120021

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Tanggal: 8 November 2002



Drs. YP. Supardiyono, M.Si.,Ak

Pembimbing II

Tanggal: 11 November 2002



Fr. Reni Retno A., S.E.,M.Si.,Akt

SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA MOBIL

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

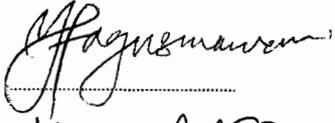
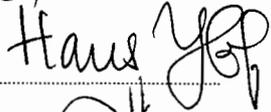
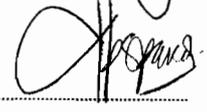
Anastasia Fitri Rikawati

NIM : 952114021

NIRM : 950051121303120021

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada Tanggal 21 November 2002
Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji:

	Nama Lengkap	Tanda tangan
Ketua	: Dra. YF. Gien Agustinawansari, M.M., Ak	
Sekretaris	: Ir. Drs. Hansiadi Yuli H., M.Si., Ak	
Anggota	: Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Ak	
Anggota	: Fr. Reni Retno A., S.E., M.Si., Ak	
Anggota	: Dra. YF. Gien Agustinawansari, M.M., Ak	

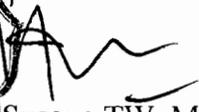
Yogyakarta, 30 November 2002

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan




Drs. Hg. Suseno TW., M.S.

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, 30 November 2002

Penulis



Ari Fitri Rikawati

ABSTRAK

ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA MOBIL

Studi Kasus Pada Famous Transportation

ANASTASIA FITRI RIKAWATI

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Apakah penentuan tarif sewa mobil untuk mobil sedan dan mobil niaga sudah tepat,(2) Apakah ada hubungan antara tarif sewa mobil dengan volume persewaan . Penelitian ini merupakan studi kasus, dan tempat penelitian di FAMOUS Transportation, alamat Jl. Pelita FI / 52, Komplek POLRI Gowok, Yogyakarta, mulai 1 Agustus – 30 September 2002.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah : (1) Mendeskripsikan penentuan tarif sewa menurut perusahaan dan kemudian dibandingkan dengan metode *cost plus pricing*, dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2002. Kemudian dilakukan uji t beda 2 mean untuk melihat apakah penentuan tarif sewa menurut perusahaan dan teori memiliki perbedaan yang signifikan atau tidak (2) Menggunakan metode *Pearson Product Moment* dan uji t untuk mencari koefisien korelasi .

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah: (1) Masalah pertama tarif sewa mobil sedan dan mobil niaga antara perusahaan dan teori tidak memiliki perbedaan yang signifikan karena dari hasil uji t beda 2 mean keduanya mempunyai hasil $t > -2,228$. Sehingga H_0 diterima. Jadi tidak ada perbedaan yang signifikan antara penentuan tarif sewa mobil menurut perusahaan dan penentuan tarif sewa mobil menurut teori, baik untuk mobil sedan maupun mobil niaga, (2) Masalah kedua, untuk mobil sedan tidak ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan karena hasil dari uji $t = -0,378$ dimana $-0,378 \leq 2,776$ sehingga H_0 diterima. Untuk mobil niaga juga tidak ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan, karena $t = 0,0092$ dimana $0,0092 \leq 2,776$ sehingga H_0 diterima.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF DETERMINING CAR RENT COST

A Case Study at Famous Transportation

Yogyakarta

ANASTASIA FITRI RIKAWATI

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2002

The objectives of this research were to know: (1) if the rent cost for sedan car and trade car had already appropriate, (2) if there was any relationship between car rent cost and renting out volume. The research was a case study, at FAMOUS Transportation, Pelita F I /52, Polri Gowok Kompleks, Yogyakarta, beginning from 1 August until 30 September 2002.

The method used to gathering data were interview and documentation. The technique of analysing data were: (1) describing rent cost determination according the company and then comparing with cost plus pricing method from 1997 until 2002. Then the research conducted t test different 2 mean to see whether or not rent cost determination according the company and theory had significant different, (2) using a method of Pearson Product Moment and test t to seek correlation coefficient.

The result of research were: (1) the cost of sedan car rent and trade car rent between the company of theory did not have significant different because the result of t test result differ 2 mean had the same result $t > -2,228$. So that H_0 accepted, meaning that there was no significant different between car rent determination according the company and theory for sedan or trade car, (2) there was no relationship between rent cost and renting out volume because the result of t test showed that $t = -0,0378 \leq 2,776$ meaning that H_0 was accepted. The same case also happened to trade car with the result of t test was $t = 0,0092 \leq 2,776$. So H_0 was accepted.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Bapa di Surga atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA MOBIL". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt, selaku Pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Fr. Reni Retno A., S.E., M.Si., Akt, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Rubiyatno, yang telah memberi masukan dan saran kepada penulis.
4. Para dosen serta staff Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis.
5. Bapak Iwan Guritno, selaku pimpinan FAMOUS Transportation yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan.
6. Ibu Listiana, selaku staff di FAMOUS Transportation yang telah dengan sabar melayani dan membantu penulis selama melakukan penelitian.

7. Bapak, Ibu, mbak anik, mbak atik, mas wawan, mbak desi, mas eri serta semua kakak iparku yang selalu memberi dorongan dan bantuan baik materiil maupun moril kepada penulis dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.

8. Suamiku dan anak-anakku, vira dan vina yang juga selalu memberi dorongan dan kadang juga mengganggu saat penulis menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-temanku angkatan 1995, teman-teman KKN atas saran-saranya.

10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah ikut membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.

Skripsi ini jauh dari sempurna, maka dengan terbuka penulis menerima kritik serta saran yang berguna . Dan akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun perusahaan.

Yogyakarta, September 2002

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PEMBATASAN MASALAH.....	3
C. RUMUSAN MASALAH.....	4
D. TUJUAN PENELITIAN.....	4
E. MANFAAT PENELITIAN.....	4
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. JASA.....	7
1. Pengertian Jasa.....	7
2. Karakteristik Jasa.....	7
B. HARGA JUAL.....	8

	Halaman
1. Pengertian Harga Jual	8
2. Tujuan Penentuan Harga Jual	9
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	11
4. Politik Penetapan Harga Jual	13
5. Orientasi Dalam Menetapkan Harga Jual	14
C. Metode Penentuan Harga Jual Dalam Keadaan Normal	14
D. Hubungan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan	19
E. Biaya	20
1. Pengertian Biaya	20
2. Penggolongan Biaya	20
3. Perilaku Biaya	22
F. Laba	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Subyek dan Obyek yang diteliti	24
D. Data Yang Dicari	24
E. Teknik Analisis Data	25
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	31
A. Sejarah Perusahaan	31
B. Struktur Organisasi	32
C. Personalia	33

	Halaman
D. Pemasaran	34
E. Produksi	35
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	36
A. Analisis Masalah Pertama	36
1. Penentuan Tarif Sewa Mobil Menurut Perusahaan	36
2. Penentuan Tarif Sewa Mobil Menurut Teori	47
3. Melakukan Uji t beda 2 mean	64
B. Analisis Masalah Kedua	66
C. Pembahasan	70
1. Pembhsn Penentuan tarif mrnurut perush dan teori	70
2. Pembahasan Hub Ant. Tarif dan Volume Persewaan.....	70
BAB VI. PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian	73
D. Saran	73
LAMPIRAN	75
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR PERTANYAAN	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	88
SURAT KETERANGAN	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memenuhi kebutuhan yang dapat memberikan laba atau keuntungan. Menurut tujuannya perusahaan dibagi menjadi 2 kelompok yaitu perusahaan yang profit oriented dan perusahaan non profit oriented. Sedangkan menurut outputnya ada 2 juga yaitu perusahaan yang menghasilkan barang dan perusahaan yang menghasilkan jasa. Dalam penelitian ini penulis mengkhususkan pada perusahaan yang menghasilkan jasa, khususnya jasa persewaan mobil. Sedangkan yang dimaksud dengan jasa menurut Philip Kotler adalah setiap kegiatan yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pemilikan sendiri (Philip Kotler, 1990:32).

Persewaan-persewaan mobil saat ini sangat dibutuhkan terutama bagi wisatawan-wisatawan yang beranggota banyak tetapi tidak membawa mobil sendiri. Ataupun bagi mereka yang akan pindah rumah ataupun tempat kost, pasti persewaan mobil yang menjadi tujuan utamanya.

Persewaan mobil tentu saja merupakan perusahaan yang berorientasi laba, karena pada umumnya persewaan mobil ini merupakan perusahaan perorangan dan digunakan sebagai mata pencaharian. Oleh karena itu

kemampuan manajer dalam menentukan strategi dan kebijakan perusahaan akan sangat mempengaruhi kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan, karena saat ini semakin banyak perusahaan pesaing yang juga menyediakan fasilitas- fasilitas yang lebih lengkap.

Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (1995:193) menunjukkan bahwa kebijakan –kebijakan yang diperlukan bagi seorang manajer tersebut tertuang dalam marketing mix yang mencakup kombinasi dari 4 variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Dari keempat kebijakan perusahaan tersebut, penulis mengkhhususkan pada salah satu kebijakan, yaitu kebijakan penentuan harga.

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan karena keputusan konsumen untuk membeli sangat dipengaruhi oleh besarnya harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga jual juga akan sangat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Untuk itu perusahaan harus dapat menentukan harga jual dengan tepat. Bila harga yang ditawarkan oleh perusahaan dianggap wajar atau bahkan lebih rendah dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan yang sejenis, maka konsumen akan memilih harga yang ditawarkan oleh perusahaan, dan sebaliknya jika harga yang ditawarkan lebih tinggi dari harga pasar atau dari perusahaan sejenis, maka konsumen akan lebih memilih perusahaan yang harganya lebih rendah. Penentuan harga jual yang salah sering

berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan, misalnya kerugian yang terus-menerus.

Pada dasarnya harga jual sudah terbentuk di pasar dengan pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar. Oleh karena itu keputusan untuk memasuki pasar tertentu harus mempertimbangkan biaya yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut, sehingga dapat menutup semua pengorbanan dan mendapatkan laba, tetapi tidak lebih tinggi dari harga pasar. Karena penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa yang akan datang.

Keputusan penentuan harga jual menjadi hal yang unik karena banyak faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Di samping itu unsur-unsur pembentuk harga jual untuk perusahaan manufaktur dan jasa tentu saja berbeda. Hal inilah yang menjadikan penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai penentuan harga jual pada perusahaan jasa khususnya pada persewaan mobil FAMOUS transportation, Jl. Pelita F 1/52, Komplek POLRI, gowok , yogyakarta. Dalam hal ini yang dimaksud dengan penentuan harga jual adalah penentuan tarif sewa mobil. Dan penulis juga ingin mengetahui apakah besarnya tarif antara mobil jenis sedan dan mobil niaga sama atau berbeda.

B. Pembatasan Masalah

Dalam hal ini penulis menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan khusus untuk mobil sedan dan mobil niaga.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah penentuan tarif sewa mobil yang dilakukan oleh perusahaan untuk mobil sedan dan mobil niaga sudah tepat?
2. Apakah ada hubungan antara besarnya tarif dengan volume persewaan mobil?

D. Tujuan Penelitian

1. Penulis ingin mengetahui apakah penentuan tarif sewa mobil yang telah dilakukan oleh perusahaan sudah tepat.
2. Penulis ingin mengetahui apakah ada hubungan antara besarnya tarif sewa mobil dengan volume persewaan mobil.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Membantu perusahaan dalam penentuan tarif sewa mobil sehingga laba dapat menutup biaya produksi.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Penulis mengharapkan skripsi ini dapat menambah koleksi kepustakaan dan digunakan sebagai pembanding untuk penelitian di bidang yang sama.

3. Bagi Pembaca

Penulis mengharapkan skripsi ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan dan membantu pembaca yang sedang mempelajari atau melakukan penelitian di bidang yang sama.

4. Bagi Penulis

Hasil tulisan ini diharapkan dapat membantu penulis dalam menerapkan teori-teori selama kuliah dengan keadaan sebenarnya.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Diuraikan teori-teori yang mendukung dan digunakan sebagai dasar untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data-data yang dibutuhkan, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Diuraikan tentang sejarah perusahaan, tujuan didirikan perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh selama penelitian, dianalisis berdasarkan teori-teori dan teknik analisis yang digunakan.

BAB VI : PENUTUP

Diuraikan tentang kesimpulan , keterbatasan penelitian , dan saran untuk perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A.JASA

1. Pengertian Jasa

Jasa dapat diberikan batasan sebagai berikut (Philip Kotler, 1985; 352-355) :

Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud atau intangible dan tidak pula berarti pemilikan sesuatu. Produksinya (pembuatan/hasilnya) dapat atau tidak dapat dipertalikan dengan suatu produk fisik.

2. Karakteristik Jasa

Karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk atau barang (Fandy Tjiptono, 1995: 105-110) adalah:

a. *INTANGIBILITY*

Jasa berbeda dengan barang, jika barang obyeknya adalah barang atau benda, jasa adalah suatu perbuatan, kinerja, atau usaha. Jika barang dimiliki, jasa hanya dikonsumsi tidak dapat dimiliki. Ada 2 pengertian yaitu jasa adalah sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan, dan jasa adalah sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohani.

b. *INSEPARABILITY*

Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Interaksi antara penyedia dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

c. *VARIABILITY*

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

d. *PERISHABILITY*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

B. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Untuk menentukan sejumlah uang yang akan diberikan pembeli kepada penjual atas barang yang dibelinya maka ditentukan harga jual. Namun sebelum memberikan harga jual, akan lebih baik bila kita mengetahui definisi tentang harga itu sendiri.

Beberapa definisi tentang harga :

- a. Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 1995).

- b. Harga adalah nilai tukar barang atau jasa dan berbagai macam manfaat atau pemenuhan kebutuhan lain yang bersangkutan dengan barang atau jasa (Siswanto Sutojo,1981:127).
- c. Harga adalah satuan moneter atau satuan lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak pemilikan atau penggunaan suatu barang / jasa (Tjiptono,1995:118).
- d. Harga adalah jumlah uang yang diminta untuk barang atau jasa tertentu atau secara lebih luas harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan para konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang-barang atau jasa-jasa(Winardi,1991:2). Kemudian mengenai harga jual , Supriyono (1991) menguraikannya sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli /pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.Dalam menentukan harga jual, perlu dilakukan berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Perubahan harga jual yang baru ini bertujuan agar harga jual dapat mencerminkan biaya saat ini atau biaya masa depan, kondisi pasar, reaksi pesaing ,dll. Karena dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa, maka harga diganti dengan tarif sewa mobil.

2. Tujuan Penentuan Harga Jual

Penjualan pada umumnya mempunyai beberapa tujuan dalam menentukan harga jualnya . Tujuan tersebut menurut Basu Swastha adalah sebagai berikut:

- a.Mendapatkan laba maksimal . Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga

Tujuan penetapan harga.

yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimal sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dicapai untuk mengembalikan investasi hanya dapat diambilkan dari laba perusahaan dan laba hanya dapat diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan.

d. Mempertahankan atau mempengaruhi market share.

Sedangkan Soehardi Sigit mengemukakan tujuan penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

- a. Untuk maksud meraih "rate of return on investment" atau "Rentabilitas" tertentu
- b. Untuk mencapai volume penjualan tertentu atau hasil penjualan netto tertentu.
- c. Untuk menstabilkan permintaan dan penawaran.
- d. Untuk dapat memperoleh atau menguasai pangsa (share) tertentu dari pasarnya.
- e. Untuk menghadapi atau mencegah persaingan.
- f. Untuk dapat masuk pasar lebih dalam (penetrasi pasar).
- g. Untuk menguji pasar (market test).

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Jual

Dalam kenyataannya, tingkat harga jual yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo:213):

a. Kondisi Perekonomian atau keadaan perekonomian

b. Penawaran dan permintaan

Penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu.

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harga, tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.

- 1) *Inelastis*, Jika permintaan bersifat inelastis maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.
- 2) *Elastis*, Bila permintaan elastis, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.
- 3) *Unitary Elasticity*, bila permintaan bersifat unitary elasticity, maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama.

d.Persaingan

1) Persaingan Murni

Penjual yang banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak juga.

2) Persaingan tidak sempurna

Untuk barang-barang yang telah dihasilkan oleh pabrik dengan merk tertentu kadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini karena harga lebih tinggi dari barang sejenis dengan merk lain.

3) Monopoli

Jumlah penjual yang ada di pasar hanya ada satu, sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti permintaan barang yang bersangkutan, harga barang-barang substitusi, dan peraturan harga dari pemerintahan.

4) Oligopoli

Beberapa penjual menguasai pasar , sehingga harga yang telah ditetapkan dapat tinggi daripada kalau dalam persaingan sempurna.

e.Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian dan sebaliknya, bila semua tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi atau non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

f.Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan-tujuan tersebut adalah : untuk

mendapatkan laba yang maksimal, untuk mencapai volume penjualan tertentu, dalam rangka penguasaan pasar, ataupun untuk mengembalikan modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

g. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah tersebut diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimal dan minimal, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

4. Politik Penetapan Harga Jual

Beberapa politik yang dikemukakan oleh Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (1995) adalah:

- a. *Penetapan harga psikologis*, kebijaksanaan ini biasanya digunakan untuk penjualan barang pada tingkat pengecer.
- b. *Price lining*, lebih banyak digunakan oleh para pengecer daripada pedagang besar.
- c. *Potongan harga*, merupakan pengurangan dari harga yang ada.
 - 1). Potongan kuantitas: potongan harga yang ditawarkan oleh penjual agar bersedia membeli dalam jumlah yang besar, atau bersedia memusatkan pembelian pada penjual tersebut.
 - 2). Potongan dagang atau fungsional: potongan harga yang ditawarkan pada pembeli atas pembayaran untuk fungsi-fungsi pemasaran yang mereka lakukan.

3). Potongan tunai: potongan yang diberikan kepada pembeli atas pembayaran rekeningnya pada suatu periode, dan mereka melakukan pembayaran tepat pada waktunya.

4). Potongan musiman: potongan yang diberikan kepada pembeli yang melakukan pembelian di luar musim tertentu.

d. *Penetapan harga geografis*

Penjual harus mempertimbangkan ongkos angkut atau kirim untuk barang-barang yang disampaikan kepada pembeli.

1). FOB tempat asal: seluruh ongkos angkut ditanggung oleh pembeli.

2). FOB tujuan: seluruh ongkos angkut ditanggung oleh penjual termasuk keamanan dalam perjalanan.

5. Orientasi dalam menetapkan harga jual

Menurut Soehardi Sigit (1992:38) dalam menetapkan harga jual produknya penjual akan melihat pada suatu pangkal tolak yang disebut orientasi. Ada 3 macam orientasi dalam menetapkan harga jual:

a). Orientasi pada harga pokok atau biaya : harga ditetapkan atas dasar biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut.

b). Orientasi pada permintaan pasar :apabila permintaan pasar diperkirakan kuat, maka harga yang ditetapkan relatif tinggi dan sebaliknya. Jika kekuatannya berbeda-beda maka dapat diberikan harga diskriminasi.Harga diskriminasi dapat ditentukan menurut pembeli, barang, tempat, dan waktu.

c). Orientasi pada persaingan : harga yang ditetapkan dapat mengikuti harga yang sedang berlaku di pasar pesaing.

- d). Kombinasi: melihat pada ketiga-tiganya, baik biaya pembuatan, permintaan pasar, maupun persaingan yang ada.

C. Metode Penentuan Harga Jual dalam Keadaan Normal

Untuk memilih orientasi mana yang akan digunakan dalam menetapkan harga jual diperlukan ketelitian seorang manajer dalam melihat situasi perekonomian di Indonesia saat ini. Bila berorientasi pada permintaan pasar, sangat sulit untuk mengetahuinya karena permintaan dan penawaran di pasar sangat sulit atau tidak dapat diketahui dengan pasti. Sedangkan bila berorientasi pada persaingan juga sangat sulit karena harus melakukan survei di pasar. Oleh karena itu yang paling mudah dilakukan adalah berorientasi pada harga pokok atau biaya, karena biaya selalu tersedia di tangan penjual, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh suatu perusahaan.

Ada 5 metode yang dapat dipakai dalam menentukan harga jual yang berorientasi pada biaya (Mulyadi,1991: 341):

1. Metode harga jual dalam keadaan normal: harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan Mark Up. Harga jual : biaya penuh +laba yang diharapkan.
2. Penentuan harga jual waktu dan bahan: pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*, ditentukan sebesar biaya penuh +laba yang diharapkan.

3. Penentuan harga jual dalam *cost type contract* : kontrak pembuatan produk atau jasa di mana pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang dikeluarkan sesungguhnya oleh produsen ditambah laba yang dihitung sebesar % tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.
4. Penentuan harga jual pesanan khusus: pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler.
5. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur oleh pemerintah: biaya penuh masa yang akan datang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan *full costing*, karena *variable costing* tidak diterima dalam prinsip akuntansi yang lazim.

Karena dalam penelitian ini yang akan digunakan adalah metode penentuan harga jual dalam keadaan normal, maka yang akan dibahas selanjutnya adalah metode *Cost Plus Pricing*.

Metode *Cost Plus Pricing* adalah metode penentuan harga jual ditambah dengan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Jika biaya digunakan sebagai dasar perhitungan harga jual, maka perhitungan biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi 2 yaitu biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk dan biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk.

Pada metode ini ada 2 pendekatan yang dapat digunakan:

1. Pendekatan harga pokok produksi penuh: pada pendekatan ini pengertian biaya adalah biaya untuk memproduksi 1 unit produk, tetapi biaya non produksi tidak termasuk, sehingga target harga jual ditentukan sebesar biaya produksi ditambah dengan Mark Up yang diinginkan. Dan Mark Up ini akan digunakan untuk menutup biaya non produksi serta untuk menghasilkan laba yang diharapkan.
2. Pendekatan biaya variabel: pada pendekatan ini penentuan harga jual produk atau jasa sebesar biaya variabel ditambah mark up yang tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan(Supriyono1989:355).

Kelebihan *cost plus pricing*: menunjukkan biaya-biaya yang cukup stabil, sebagai jaminan terhadap kerugian dan merupakan cara yang sederhana(Winardi,1995:72):

1. Jika biaya-biayanya cukup stabil sehingga dapat ditetapkan sebagai biaya standar untuk periode lain maka stabilitas harga yang timbul secara administratif lebih mudah dan kurang menunjukkan tenaga penjual, pengecer, serta pembeli dibanding dengan harga yang terus-menerus berubah.
2. Metode tersebut merupakan jaminan terhadap kerugian –kerugian andaikata semua biaya-biaya dibebankan atas output, maka semua biaya akan dicapai kembali dari penjual output tersebut.
3. *cost plus pricing* merupakan cara yang sederhana.

Adapun rumus penentuan Mark Up adalah (menurut Mulyadi 1991:350):

1. *Full costing*: biaya yang berhubungan langsung dengan volume disebut biaya produksi, biaya yang tidak berhubungan secara langsung dengan volume disebut biaya non produksi.

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{(\text{y} \times \text{aktiva penuh}) + \text{biaya non produksi}}{\text{biaya produksi}} \times 100\%$$

2. *Variable costing*: biaya penuh yang dipengaruhi langsung oleh volume produksi terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produksi disebut biaya tetap.

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \times 100\%$$

Seperti telah dikemukakan di atas, harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan. Jadi ada 2 unsur yang dihitung dalam pendekatan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Full Costing

1. Taksiran biaya penuh

Biaya bahan baku	:	xxx	
Biaya Tenaga kerja langsung	:	xxx	
Biaya overhead pabrik	:	xxx	
			+
Taksiran total biaya produksi	:		xxx
Biaya administrasi dan umum	:	xxx	
Biaya pemasaran	:	xxx	

Taksiran biaya non produksi	:	_____ +	xxx
Taksiran biaya penuh	:		<u> </u> + xxx

Setelah menghitung taksiran biaya penuh kemudian menghitung laba yang diharapkan. Dan biasanya laba yang diharapkan ditentukan oleh perusahaan atau sebesar % tertentu dari taksiran biaya penuh.

2. Mencari Mark Up: pada dasarnya merupakan laba yang diharapkan dinyatakan sebesar % tertentu dari aktiva yang digunakan.

$$\text{Mark Up} = \frac{(\text{y x aktiva penuh}) + \text{biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

3. Untuk memperoleh harga jual :

Biaya produksi	xxx
Mark Up (% x bi produksi)	xxx
	<u> </u> +
Tarif sewa	xxx

D. Hubungan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan

Harga jual akan terjadi bila permintaan dan penawaran bertemu di pasar. Bila harga naik, maka volume pembelian akan turun, dan jika harga turun, maka volume pembelian akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, dan juga Ceteris Paribus. Ceteris Paribus adalah semua faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah yang diminta dianggap tidak berubah.

E. Biaya

1. Pengertian biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang memungkinkan akan terjadi di masa yang akan datang (Mulyadi,1991:8).

2. Penggolongan Biaya

Tidak ada satu konsepsi biaya yang dapat memenuhi berbagai macam tujuan.Oleh karena itu di dalam akuntansi biaya terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya yaitu (Mulyadi,1991: 14-17):

- a. Penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran: berupa penjelasan singkat obyek suatu pengeluaran. Contoh: biaya untuk lembur karyawan disebut biaya lembur.
- b. Penggolongan biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan: Biaya dapat digolongkan berdasarkan fungsi-fungsi di mana biaya tersebut berhubungan. Dalam perusahaan manufaktur fungsi-fungsi pokoknya adalah fungsi produksi, fungsi administrasi dan umum, fungsi pemasaran, sehingga biaya-biayanya adalah:
 - 1). Biaya produksi: biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

- 2). Biaya administrasi dan umum: biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak dapat diidentifikasi dengan aktivitas produksi maupun pemasaran.
 - 3). Biaya pemasaran: biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan usaha untuk memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan.
 - 4). Biaya keuangan: semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan.
- c. Penggolongan biaya atas dasar obyek hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
- 1). Biaya produksi langsung: biaya yang penyebab terjadinya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.
 - 2). Biaya produksi tidak langsung: biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. 2 hal di atas berupa produk. Sedangkan yang berupa departemen digolongkan menjadi biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.
- d. Penggolongan biaya dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan
- 1). Biaya variabel: Jumlah total sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - 2). Biaya semi variabel: biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

3). Biaya tetap: biaya yang jumlahnya tetap konstan, tidak terpengaruh adanya perubahan kegiatan dalam batas-batas tertentu.

4). Biaya semi tetap: biaya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

e. Penggolongan biaya berdasarkan waktu manfaat

1). Pengeluaran modal: manfaatnya lebih dari 1 periode akuntansi. Pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva dan dibebankan pada tahun-tahun yang memberikan manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, dan didepleksi.

2). Pengeluaran pendapatan: hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

3. Perilaku biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Adapun biaya menurut perilakunya digolongkan menjadi 3 yaitu (mulyadi,1991:487):

a. Biaya tetap: biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume tertentu. Biaya tetap persatuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya tetap

merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi, dan metode serta strategi manajemen.

- b. Biaya variabel: biaya yang jumlah totalnya sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya semi variabel: biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya.

F. Laba

Laba adalah selisih jumlah pendapatan dibanding dengan jumlah biaya dalam suatu periode yang sama (Supriyono, 1987:168). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa laba terjadi bila dalam suatu usaha antara jumlah semua biaya yang terjadi lebih kecil bila dibandingkan dengan penerimaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan studi kasus yaitu jenis penelitian dengan obyek tertentu, dalam hal ini tarif, yang pengumpulan datanya melalui penelitian dalam perusahaan. Data yang diperoleh dari perusahaan kemudian diolah dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Kemudian dibandingkan dengan hasil perhitungan perusahaan dan akhirnya diambil kesimpulan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat : Famous Transportation Jl. Pelita F I/52, Komplek POLRI Gowok, Yogyakarta.
2. Waktu : 1 Agustus- 30 September 2002.

C. Subyek dan Obyek yang diteliti

1. Subyek penelitian : Pimpinan perusahaan dan staf ahli yang mendampingi peneliti dalam melakukan penelitian.
2. Obyek penelitian : Penentuan tarif sewa mobil yang dilakukan oleh perusahaan serta volume persewaan yang terjadi mulai tahun 1997 sampai 2002 khusus untuk mobil sedan dan mobil niaga.

D. Data yang dicari



1. Gambaran Umum Perusahaan
2. Data biaya produksi dan non produksi yang terjadi pada tahun 2001
3. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan tarif sewa mobil
4. Data % laba yang diharapkan
5. Data jumlah mobil (khusus untuk mobil sedan dan niaga) yang disewakan mulai tahun 1997 sampai dengan 2002.
6. Aktiva perusahaan untuk tahun 2001.
7. Data atau informasi lain yang mendukung penelitian

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis masalah pertama:

Untuk menjawab masalah pertama , digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan langkah penentuan tarif sewa mobil menurut perusahaan dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2002.
- b. Mendeskripsikan metode penentuan tarif sewa mobil menurut teori dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2002.

1) Menghitung total biaya dengan rumus sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Lsg	xxx	
BOP(Tetap + Variabel)	xxx	
	—————	+
Total Biaya Produksi		xxx
Biaya Adm dan Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
	—————	+
Total Biaya Non Produksi		xxx
		—————
Total Biaya Penuh		xxx

2).Menentukan besarnya Mark Up

Perhitungan % Mark Up adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

$$\frac{(\text{y x aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

3).Kemudian % Mark Up dikalikan dengan biaya produksi:

$$\text{Mark Up} = \% \text{ Mark Up} \times \text{biaya produksi.}$$

4).Menghitung besarnya tarif sewa berdasarkan metode harga pokok

penuh + Mark Up dengan perhitungan sebagai berikut:

Biaya produksi:	xxx	
Mark up	: xxx	
	—————	+
Tarif sewa	xxx	

5). Melakukan uji t untuk melihat apakah penentuan tarif sewa dari perusahaan signifikan atau tidak dengan teori (Baik untuk mobil sedan maupun niaga).

Langkah-langkah:

a). $H_0 = 0$ (Tarif yang ditentukan oleh perusahaan tidak berbeda dengan tarif yang dihitung dengan teori).

$H_1 \neq 0$ (Tarif yang ditentukan oleh perusahaan berbeda dengan tarif yang dihitung berdasarkan teori).

b). $\alpha = 0,05$

c). Kriteria pengujian:

H_0 diterima jika $-2,228 \leq t \leq 2,228$

H_0 ditolak jika $t < -2,228$ atau $t > 2,228$.

d). Perhitungan t:

$$t = \frac{\bar{X}_a - \bar{X}_b}{\sqrt{\frac{(na-1)S_a^2 + (nb-1)S_b^2}{na + nb - 2} \left\| \frac{1}{na} + \frac{1}{nb} \right\|}}$$

Sedangkan untuk mencari S_a dan S_b (standar Deviasi) mengisi tabel di bawah ini (untuk masing-masing mobil):

No	Tarif menurut perusahaan (Xa)	Tarif rata-rata	(Tarif rata-rata) ²	Tarif teori (Xb)	Tarif rata-rata	(Tarif rata-rata) ²
1						
2						
3						
4						
5						
6						
ttl						
rata ²						

Untuk mencari standar deviasi:

$$S_a = \sqrt{\frac{\sum (X_a - \bar{X})^2}{n_a - 1}}$$

2. Analisis masalah kedua:

Untuk menjawab masalah kedua, yaitu digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Digunakan metode Pearson Product Moment dengan rumus:

$$r = \frac{(n \sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \sqrt{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = jumlah data

X = Tarif sewa perusahaan

Y = Volume persewaan

Apabila koefisien korelasi mendekati +1 atau -1 berarti terdapat hubungan yang kuat, jika mendekati 0 berarti terdapat hubungan yang lemah atau tidak ada hubungan. Apabila hasilnya menunjukkan positif berarti hubungannya positif, dimana tarif naik maka volume persewaan juga naik atau sebaliknya. Dan bila hasilnya negatif maka ada hubungan yang berkebalikan, dimana tarif naik maka volume persewaannya turun atau sebaliknya.

b. Digunakan uji t:

1). $H_0: p = 0$ (tidak ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan)

$H_1: p \neq 0$ (Ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan)

2). Dipilih $\alpha = 0,05$

3). Kriteria pengujian:

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

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

$$4). \quad t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-(r)^2}}$$

Keterangan:

r =koefisien korelasi dari hitungan diatas

n =jumlah data

- 5). Kesimpulan dari pengujian di atas: bila Ho ditolak, maka ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan(signifikan).
Bila Ho diterima , maka tidak ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan (tidak signifikan).

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Famous Transportation mulai berdiri pada tahun 1990 di jalan Kantil, Baciro, Yogyakarta. Perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan dan didirikan oleh Bapak Iwan Guritno. Adapun tujuan awal didirikannya perusahaan persewaan mobil ini adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak memiliki kendaraan pribadi atau kendaraan roda empat. Namun tidak lepas dari itu semua juga untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Pimpinan perusahaan sekaligus pendiri perusahaan ini, Bapak Iwan Guritno, memberi nama perusahaannya Famous transportation supaya mudah diingat oleh konsumen dan dapat dikenal oleh segala lapisan masyarakat. Pada awal berdirinya, mobil yang dimiliki oleh perusahaan ada 4 buah, yaitu mobil sedan 1 buah, mobil L-300 1 buah, dan mobil Toyota Kijang ada 2 buah.

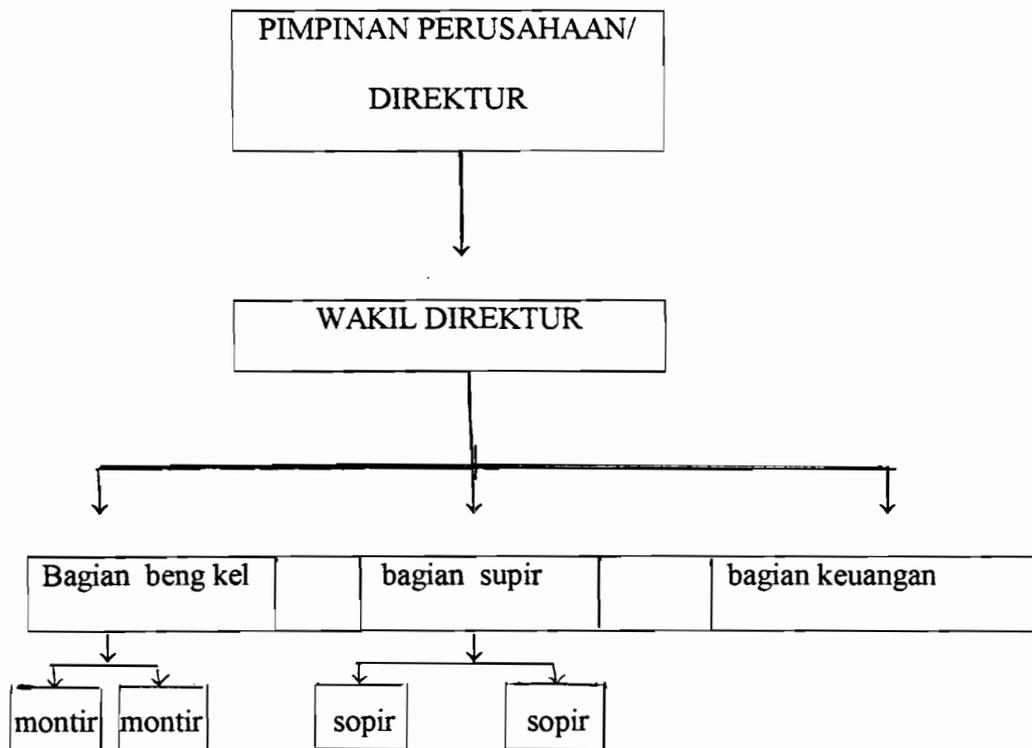
Seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan juga semakin berkembang sehingga merasa perlu untuk melakukan perluasan usaha.

Maka pada tahun 1995 dibukalah cabang di jalan Kenari Demangan. Pada tahun 1998, perusahaan yang berlokasi di jalan Kantil Baciro pindah ke perum Polri Gowok. Alasan pindah lokasi tersebut karena selain habis masa kontraknya, juga karena kurangnya keamanan

lingkungan sekitar. Setelah pindah lokasi ternyata perusahaan semakin dikenal oleh konsumen karena letaknya yang sangat strategis (dekat dengan hotel ambarukkmo) juga karena lokasinya aman dan mudah dicari.

B. Struktur Organisasi

Pada dasarnya dalam perusahaan tidak ada pembagian wewenang secara khusus. Namun demikian di dalam perusahaan tetap ada struktur organisasi yaitu sebagai berikut:



Tugas dan wewenang dari masing- masing bagian adalah:

1. Pimpinan Perusahaan /Direktur
 - a. Melakukan pengawasan kepada semua karyawan.

- b. Menyusun tarif sewa mobil dengan bekerjasama dengan wakil direktur.

2. Wakil Direktur

- a. Bersama dengan pimpinan, ikut melakukan pengawasan dan menyusun tarif sewa mobil.
- b. Melakukan transaksi sewa mobil langsung dengan konsumen.
- c. Mermbuat promosi dan memasang iklan.
- d. Melakukan pencatatan terhadap keluar masuknya kas.

3. Bagian bengkel

- a. Mengkoordinasi semua anggota
- b. Membuat rincian biaya-biaya yang berkaitan dengan mobil, misal biaya sparepart, dan kemudian diserahkan kepada wakil direktur.

C. Personalia

Jumlah karyawan seluruhnya ada 9 orang, 1 orang wanita dan 8 orang pria. Pengaturan jam kerja karyawan ada 2 sheeft, yaitu sheef pagi pukul 08.00 – 16.00, dan sheef sore mulai pukul 17.00 – 23.00.

Gaji dibayar secara bulanan. Namun bila ada yang menerima fee dari konsumen, maka fee tersebut menjadi hak sopir yang bersangkutan. Dalam menyeleksi karyawan yang masuk dipilih karyawan yang mengerti mesin, bisa menyetir, terampil, tidak malas, dan yang paling utama adalah jujur.

D. Pemasaran

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan antara lain:

1. Memasang iklan di media cetak.
2. Melakukan kerjasama dengan perusahaan yang sejenis.
3. Melakukan kerjasama dengan hotel, instansi-instansi, dan lain-lain.
4. Promosi secara langsung (dari mulut ke mulut).

Konsumen dari Famous transportation berasal dari berbagai kalangan baik perorangan, secara berkelompok, dan lain-lain. Harga atau tarif ditetapkan biasanya berdasarkan harga pasar pada umumnya, juga diperhitungkan tingkat keausan (biaya penyusutan), serta harga dari sparepart , serta biaya-biaya lain yang berkaitan dengan mobil secara langsung.

E. Produksi

Famous transportation buka setiap hari, mulai pukul 08.00 pagi hingga pukul 23.00 malam. Jenis dan jumlah mobil yang dimiliki oleh perusahaan saat ini adalah:

- | | |
|--------------------|-----------|
| 1. Toyota Kijang | : 13 buah |
| 2. Daihatsu Feroza | : 1 buah |
| 3. Suzuki Futura | : 1 buah |
| 4. Daihatzu Espass | : 1 buah |
| 5. Isuzu Panther | : 2 buah |

6. Sedan Honda Grand LX : 2 buah

Dalam menarik konsumen, perusahaan sering memberikan diskon. Diskon kadang-kadang bisa sampai 30%. Diskon diberikan biasanya pada hari-hari sepi, yaitu antara hari senin hingga Kamis. Dalam mempertahankan pelanggan perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Masalah Pertama

1. Penentuan tarif sewa mobil menurut Famous Transportation

Tarif yang ditentukan perusahaan untuk tahun 1997 sampai tahun 2002, khusus untuk jenis mobil sedan dan mobil niaga:

Tahun	Mobil Sedan	Mobil Niaga
1997	Rp. 105.000,00/jam	Rp. 135.000,00/hari
1998	Rp. 90.000,00/jam	Rp. 125.000,00/hari
1999	Rp. 95.000,00/jam	Rp. 140.000,00/hari
2000	Rp. 110.000,00/jam	Rp. 155.000,00/hari
2001	Rp. 110.000,00/jam	Rp. 160.000,00/hari
2002	Rp. 125.000,00/jam	Rp. 175.000,00/hari

Dalam penelitian ini penulis hanya melihat penentuan tarif sewa mobil dalam kota.

Dalam menentukan tarif sewa mobil, untuk semua jenis mobil niaga ditetapkan per hari, sedangkan khusus untuk mobil jenis sedan ditetapkan tarifnya per jam. Perbedaan ini karena perusahaan masih menganggap bahwa mobil sedan masih mewah sehingga biaya untuk perawatannya juga lebih mahal.

Biaya-biaya yang digunakan untuk menentukan tarif dihitung per hari , adapun darimana biaya-biaya tersebut terjadi penulis tidak bisa menjabarkan karena data biaya-biaya tersebut merupakan data yang sudah jadi. Data biaya tahun 1997:

BIAYA	Mobil	Mobil
	Sedan(tarif/jam)	Niaga(tarif/hari)
	Rp.	Rp.
1. Biaya Oli Mesin	Rp. 450,00	Rp. 4.150,00
2. Biaya Oli Gardan	Rp. 55,00	Rp. 520,00
3. Biaya Oli Vres	Rp. 60,00	Rp. 535,00
4. Biaya Vet	Rp. 66,00	Rp. 600,00
5. Biaya Filter Solar	—	Rp. 1.505,00
6. Biaya Filter Oli	Rp. 150,00	Rp. 1.225,00
7. Biaya Sar. angin	Rp. 75,50	Rp. 541,50
8. Biaya Servis Kend.	Rp. 110,00	Rp. 1.050,00
9. Biaya Servis AC	Rp. 200,00	Rp. 2.110,00
10. Biaya Ban	Rp. 377,50	Rp. 3.995,00
11. Biaya Sopir	Rp. 10.000,00	—
12. Biaya Peny. Kend	Rp. 9.100,00	Rp. 24.768,00
13. Biaya Nomor	Rp. 6.050,00	Rp. 2.000,00
14. Biaya telp, air, listrik	Rp. 9.150,00	Rp. 8.665,00
15. Biaya Peny. Invent.	Rp. 4.330,00	Rp. 5.750,00

16. Biaya Administrasi	Rp. 4.120,00	Rp. 4.990,00
17. Biaya Gaji	Rp. 7.281,00	Rp. 45.000,00
18. Biaya Peny. Bangnn	Rp. 4.5000,00	Rp. 300,00
19. Biaya BBM	Rp. 17.500,00	—
20. Biaya Lain-lain	Rp. 10.550,00	Rp. 10.150,00
Jumlah	Rp. 84.125,00	Rp.117.450,00

a. Tarif sewa untuk mobil Sedan tahun 1997:

Total Biaya : Rp. 84.125,00

Laba (25%): Rp. 21.030,25

_____ +
 Tarif sewa : Rp. 105.156,25

Jadi tarif sewa untuk mobil Sedan adalah Rp. 105.000,00

b. Tarif sewa untuk mobil niaga tahun 1997:

Total Biaya: Rp.117.450,00

Laba(15%) : Rp. 17.617,50

_____ +
 Tarif sewa : Rp.135.067,50 dibulatkan Rp.135.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil niaga yaitu Rp.135.000,00.

Data biaya tahun 1998:

BIAYA	Mobil Sedan (Tarif / jam) Rp.	Mobil Niaga (Tarif / hari) Rp.
-------	-------------------------------------	--

1. Bi. Oli Mesin	Rp. 475,00	Rp. 4.500,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 62,00	Rp. 550,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 560,00
4. Bi. Vet	Rp. 70,00	Rp. 575,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.250,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 145,00	Rp. 1.300,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 70,25	Rp. 575,00
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 130,00	Rp. 1.250,00
9. Bi. AC	Rp. 215,00	Rp. 2.200,00
10. Bi. Ban	Rp. 375,25	Rp. 4.000,00
11. Bi. Sopir	Rp. 10.000,00	—
12. Bi. Peny. Kend	Rp. 9.100,00	Rp. 13.215,00
13. Bi. Nomor	Rp. 6.112,50	Rp. 2.000,00
14. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 9.500,00	Rp. 9.700,00
15. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.750,00	Rp. 6.150,00
16. Bi. Administrasi	Rp. 4.770,00	Rp. 5.050,00
17. Bi. Gaji	—	Rp. 40.125,00
18. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 5.100,00	Rp. 450,00
19. Bi. BBM	Rp. 10.000,00	—
20. Bi. lain-lain	Rp. 11.000,00	Rp. 10.000,00
Total Biaya:	Rp. 71.950,00	Rp. 108.500,00

5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.300,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 151,00	Rp. 1.410,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 82,00	Rp. 615,00
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 153,00	Rp. 1.450,00
9. Bi. AC	Rp. 225,00	Rp. 2.250,00
10. Bi. Ban	Rp. 400,00	Rp. 4.125,00
11. Bi. Sopir	Rp.12.500,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.100,00	Rp. 13.215,00
13. Bi. Nomor	Rp. 2.843,00	Rp. 2.250,00
14. Bi. Telp,Air, Listrik	Rp. 9.825,00	Rp. 9.815,00
15. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.750,00	Rp. 6.185,00
16. Bi. Administrasi	Rp. 5.150,00	Rp. 20.000,00
17. Bi.Gaji	—	Rp. 23.825,00
18. Bi.Peny. Bangunan	Rp. 5.125,00	Rp. 10.000,00
19. Bi. BBM	Rp. 12.500,00	—
20. Bi. Lain-lain	Rp. 12.200,00	Rp. 18.000,00
Total Biaya:	Rp. 75.700,00	Rp. 121.000,00

a..Tarif sewa untuk mobil sedan tahun 1999:

Total Biaya : Rp.75.700,00

Laba (25%): Rp.18.925,00

_____ +
 Tarif sewa : Rp.94.625,00

Dibulatkan menjadi Rp.95.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil niaga Rp. 95.000,00

b. Tarif sewa untuk mobil niaga tahun 1999:

Total biaya : Rp. 121.000,00

Laba(15%) : Rp. 18.150,00

————— +

Tarif sewa : Rp. 139.150,00

Dibulatkan menjadi Rp.140.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil niaga Rp.140.000,00

Data biaya untuk tahun 2000:

BIAYA	Mobil Sedan (Tarif sewa/jam) Rp.	Mobil Niaga (Tarifsewa/hari) Rp.
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 525,00	Rp. 5.825,00
2. Bi.Oli Gardan	Rp. 67,50	Rp. 600,00
3. Bi.Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 610,00
4. Bi.Vet	Rp. 72,00	Rp. 610,00
5.Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.325,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 152,50	Rp. 1.525,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 82,00	Rp. 620,00

8. Bi. Sevis Kendaraan	Rp. 156,00	Rp. 1.500,00
9. Bi. AC	Rp. 230,00	Rp. 2.110,00
10. Bi. Ban	Rp. 412,00	Rp. 4.450,00
11. Bi. Sopir	Rp. 15.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.100,00	Rp. 28.225,00
13. Bi. Nomor	Rp. 3.503,00	Rp. 4.250,00
14. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 9.950,00	Rp. 9.950,00
15. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 5.100,00	Rp. 6.200,00
16. Bi. Administrasi	Rp. 5.150,00	Rp. 10.115,00
17. Bi. Gaji	—	Rp. 30.000,00
18. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 5.225,00	Rp. 12.345,00
19. Bi. BBM	Rp. 20.000,00	—
20. Bi. lain-lain	Rp. 13.210,00	Rp. 14.500,00
Total biaya:	Rp. 88.000,00	Rp. 134.800,00

a. Tarif sewa untuk mobil sedan tahun 2000:

Total Biaya : Rp. 88.000,00

Laba(25%) : Rp. 22.000,00

_____ +
 Tarif sewa : Rp. 110.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil sedan adalah Rp.110.000,00

b Tarif sewa untuk mobil niaga tahun 2000:

Total biaya : Rp. 134.800,00

Laba(15%): Rp .20.220,00

—————+
 Tarif sewa : Rp.155.020,00

Dibulatkan Rp.155.000,00

Jadi tarif sewa mobil niaga Rp.155.000,00

Data biaya tahun 2001:

BIAYA	Mobil Sedan	Mobil Niaga
	(Tarif sewa/jam)	(Tarif sewa/hari)
	Rp.	Rp.
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 500,00	Rp. 6.000,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 65,00	Rp. 700,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 695,00
4. Bi. Vet	Rp. 70,00	Rp. 730,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.650,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 162,00	Rp. 1.500,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 75,00	Rp. 775,25
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 125,00	Rp. 1.297,25
9. Bi. AC	Rp. 250,00	Rp. 2.625,00
10. Bi. Ban	Rp. 437,50	Rp. 4.370,50
11. Bi. Sopir	Rp. 15.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.500,00	Rp. 31.781,00
13. Bi. Nomor	Rp. 7.065,00	Rp. 2.469,00

14. Bi. Telp,Air, Listrik	Rp. 7.100,00	Rp. 9.250,00
15. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.775,50	Rp. 6.500,00
16. Bi. Administrasi	Rp. 5.560,00	Rp. 5.875,00
17. Bi. Gaji	—	Rp. 53.300,00
18. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 4.000,00	Rp. 482,00
19. Biaya BBM	Rp. 20.000,00	—
20. Bi. Lain-lain	Rp. 13.500,00	Rp. 9.000,00
Total biaya:	Rp. 88.250,00	Rp. 139.000,00

a. Tarif sewa mobil sedan tahun 2001:

Total biaya : Rp. 88.250,00

Laba(25%) : Rp. 22.062,50

—————+
 Tarif sewa : Rp. 110.312,50

Dibulatkan Rp. 110.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil sedan adalah Rp. 110.000,00

b. Tarif sewa untuk mobil niaga tahun 2001:

Total biaya : Rp. 139.000,00

Laba(15%) : Rp. 20.850,00

—————+
 Tarif sewa : Rp. 159.850,00

Dibulatkan Rp. 160.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil niaga adalah Rp. 160.000,00

Data biaya untuk tahun 2002:

BIAYA	Mobil Sedan	Mobil Niaga
	(Tarif sewa/jam)	(Tarif sewa/hari)
	Rp.	Rp.
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 605,00	Rp. 6.055,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 70,00	Rp. 700,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 70,00	Rp. 700,00
4. Bi. Vet	Rp. 74,00	Rp. 735,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.505,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 171,00	Rp. 1.715,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 80,00	Rp. 787,50
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 130,00	Rp. 1.397,50
9. Bi. Servis AC	Rp. 262,50	Rp. 2.625,00
10. Bi. Ban	Rp. 437,50	Rp. 4.375,00
11. Bi. Sopir	Rp. 15.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.500,00	Rp. 41.781,00
13. Bi. Nomor	Rp. 6.500,00	Rp. 2.469,00
14. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 10.100,00	Rp. 9.300,00
15. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 5.560,00	Rp. 6.560,00
16. Bi. Administrasi	Rp. 4.875,00	Rp. 5.875,00
17. Bi. Gaji	—	Rp. 53.300,00

18.Bi. Peny. Bangunan	Rp. 4.020,00	Rp. 420,00
19.Bi. BBM	Rp. 30.000,00	—
20.Bi. Lain-lain	Rp. 12.545,00	Rp. 12.000,00
Total biaya:	Rp. 100.000,00	Rp. 152.300,00

a. Tarif sewa untuk mobil sedan tahun 2002:

Total biaya : Rp.100.000,00

Laba(25%) : Rp. 25.000,00

————— +

Tarif sewa : Rp. 125.000,00

Jadi tarif sewa mobil sedan adalah Rp. 125.000,00

b. Tarif sewa untuk mobil niaga tahun 2002:

Total biaya : Rp. 152.300,00

Laba(15%) : Rp. 22.845,00

————— +

Tarif sewa : Rp. 175.145,00

Dibulatkan menjadi Rp. 175.000,00

Jadi tarif sewa untuk mobil niaga adalah Rp. 175.000,00

2. Penentuan tarif sewa mobil menurut teori dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*

Metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* merupakan metode penentuan harga yang harus dapat menutup

semua biaya penuh, di mana biaya penuh tersebut merupakan penjumlahan dari biaya produksi dengan biaya non produksi serta untuk menghasilkan laba yang diharapkan.

Berikut ini akan diuraikan langkah –langkah penentuan tarif per tahun.

Untuk tahun 1997, langkah-langkahnya adalah :

- a. Memisahkan biaya-biaya yang ada menjadi biaya produksi dan non produksi

BIAYA	Mobil Sedan (Tarif/jam) Rp.	Mobil Niaga (Tarif/hari) Rp.
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 450,00	Rp. 4.150,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 55,00	Rp. 520,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 60,00	Rp. 535,00
4. Bi. Vet	Rp. 66,00	Rp. 600,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.100,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 150,00	Rp. 1.225,00
7. Bi. Sar. Angin	Rp. 75,50	Rp. 541,50
8. Bi. Servis Kend.	Rp. 110,00	Rp. 1.050,00
9. Bi. Servis AC	Rp. 200,00	Rp. 2.110,00

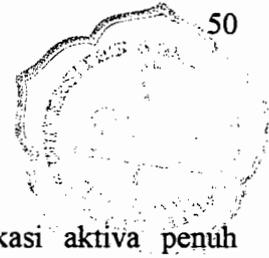
10. Bi. Ban	Rp. 377,50	Rp. 3.995,00
11. Bi. Sopir	Rp. 10.000,00	—
12. Bi. Peny. Kend.	Rp. 9.100,00	Rp.24.768,00
13. Bi. Nomor	Rp. 6.050,00	Rp. 2.000,00
14. Bi. BBM	Rp. 17.500,00	—
Total Biaya Produksi:	Rp. 44.194,00	Rp.42.595,00
Biaya Non Produksi:		
1. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 9.150,00	Rp. 8.665,00
2. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.330,00	Rp. 5.750,00
3. Bi. Administrasi	Rp. 4.120,00	Rp. 4.990,00
4. Bi. Gaji	Rp. 7.281,00	Rp.45.000,00
5. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 4.500,00	Rp. 300,00
6. Bi. Lain-Lain	Rp. 10.550,00	Rp.10.150,00
Total Bi. Non Produksi	Rp. 39.931,00	Rp.74.855,00

b.Menentukan % Mark Up:

% Mark Up dicari dengan rumus:

$$\frac{(\text{y\%} \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk mobil sedan 25% dan untuk mobil niaga 15%. Sedangkan total aktiva untuk tahun 1996



sebesar Rp.726.851.233,10. Perhitungan alokasi aktiva penuh untuk tiap-tiap jenis kendaraan bisa dilihat dalam lampiran.

Laba yang diharapkan ($y\% \times$ aktiva penuh):

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } 25\% \times 66.077,38 = 16.519,35$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga: } 15\% \times 264.309,53 = 39.646,43$$

% Mark Up:

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } \frac{16.519,35 + 39.931}{44.194} \times 100\%$$

$$: 127,73\%$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga: } \frac{39.646,43 + 74.931}{42.595} \times 100\%$$

$$: 268,81\%$$

c. Menentukan besarnya Mark Up : $\% \text{ Mark Up} \times \text{Biaya Produksi}$

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } 127,73\% \times 44.194 = 56.449,00$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga: } 268,81\% \times 42.595 = 114.499,61$$

d. Menentukan tarif sewa mobil: Mark Up + Biaya produksi

1. Tarif sewa untuk mobil sedan:

$$\text{Rp. } 56.449,00 + \text{Rp. } 44.194,00 = \text{Rp. } 100.643,00/\text{jam}$$

2. Tarif sewa untuk mobil niaga:

$$\text{Rp. } 114.499,61 + \text{Rp. } 42.595,00 = \text{Rp. } 157.094,61/\text{hari}$$

Untuk tahun 1998:

a. Memisahkan biaya produksi dan non produksi

BIAYA	Mobil Sedan	Mobil Niaga
	(Tarif/jam)	(Tarif/hari)
	Rp.	Rp.
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 475,00	Rp. 4.500,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 62,00	Rp. 550,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 560,00
4. Bi. Vet	Rp. 70,00	Rp. 575,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.250,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 145,00	Rp. 1.300,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 70,25	Rp. 575,00
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 130,00	Rp. 1.250,00
9. Bi. AC	Rp. 215,00	Rp. 2.200,00
10. Bi. Ban	Rp. 375,25	Rp. 4.000,00
11. Bi. Sopir	Rp.10.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.100,00	Rp.13.215,00
13. Bi. Nomor	Rp. 6.122,50	Rp. 2.000,00
14. Bi. BBM	Rp. 10.000,00	—
Total biaya produksi:	Rp. 36.830,00	Rp.31.975,00
Biaya Non Produksi:		
1. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 9.500,00	Rp. 9.700,00

2. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.750,00	Rp. 6.150,00
3. Bi. Administrasi	Rp. 4.770,00	Rp. 5.050,00
4. Bi. Gaji	—	Rp.40.125,00
5. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 5.100,00	Rp. 450,00
6. Bi. Lain-lain	Rp.11.000,00	Rp.10.000,00
Total bi. Non produksi:	Rp.35.120,00	Rp.76.525,00

b.Menentukan besarnya % Mark Up :

$$\frac{(\text{y}\% \times \text{aktiva penuh}) + \text{biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Total aktiva untuk tahun 1997 adalah Rp.736.950.561,50.

Perhitungan alokasi aktiva ada di lampiran.

Laba yang diharapkan :

1.Untuk mobil sedan : $25\% \times 61.412,55 = 15.253,14$

2. Untuk mobil niaga : $15\% \times 223.832,04=33.574,81$

% Mark Up:

1. Untuk mobil sedan : $\frac{15.353,14 + 35.120}{36.830} \times 100\%$

: 137,04%

2. Untuk mobil niaga : $\frac{33.574,81 + 76.525}{31.975} \times 100\%$

: 344,33%

c. Menentukan besarnya Mark Up :

1. Untuk mobil sedan : $137,04\% \times 36.830 = 50.471,83$

2. Untuk mobil niaga : $344,33\% \times 31.975 = 110.099,51$

d. Menentukan tarif sewa mobil :

1. Tarif sewa untuk mobil sedan :

$$\text{Rp. } 36.830,00 + \text{Rp. } 50.471,83 = \text{Rp. } 87.301,83/\text{jam}$$

2. Tarif sewa untuk mobil niaga :

$$\text{Rp. } 31.975,00 + \text{Rp. } 110.099,51 = \text{Rp. } 142.074,51/\text{hari}$$

Untuk tahun 1999:

a. Memisahkan biaya-biaya yang ada menjadi biaya produksi dan biaya non produksi.

BIAYA	Mobil Sedan	Mobil Niaga
	(Tarif/jam)	(Tarif/hari)
	Rp.	Rp.
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 500,00	Rp. 4.750,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 65,00	Rp. 575,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 620,00
4. Bi. Vet	Rp. 71,00	Rp. 615,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.300,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 151,00	Rp. 1.410,00

7. Bi. Saringan Angin	Rp. 82,00	Rp. 615,00
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 153,00	Rp. 1.450,00
9. Bi. AC	Rp. 225,00	Rp. 2.250,00
10. Bi. Ban	Rp. 400,00	Rp. 4.125,00
11. Bi. Sopir	Rp. 12.500,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.100,00	Rp.13.215,00
13. Bi. Nomor	Rp. 2.845,00	Rp. 2.250,00
14. Bi. BBM	Rp. 12.500,00	—
Total biaya produksi:	Rp. 38.655,00	Rp.33.175,00
Biaya Non Produksi:		
1. Bi. Telp, Air, Listrik	Rp. 9.825,00	Rp. 9.815,00
2. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.750,00	Rp. 6.185,00
3. Bi. Administrasi	Rp. 5.150,00	Rp.43.100,00
4. Bi. Gaji	—	Rp. 725,00
5. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 5.120,00	Rp.10.000,00
6. Bi. Lain-lain	Rp.12.200,00	Rp.18.000,00
Total bi. Non produksi:	Rp.37.045,00	Rp.42.525,00

b. Menentukan % Mark Up:

$$\frac{(y\% \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

Aktiva penuh untuk tahun 1998 sebesar Rp. 821.332.176,00.

Sedangkan perhitungan alokasi aktiva penuh untuk masing-masing mobil bisa dilihat dalam lampiran.

Laba yang diharapkan :

$$1. \text{Untuk mobil sedan: } 25\% \times 68.444,35 = 17.111,09$$

$$2. \text{Untuk mobil niaga: } 15\% \times 27.377,74 = 4.106,66$$

% Mark Up :

$$1. \text{Untuk mobil sedan : } \frac{17.111,09 + 37.045}{38.655} \times 100\%$$

$$: 140,10\%$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga : } \frac{4.106,66 + 42.525}{33.175} \times 100\%$$

$$: 140,56 \%$$

c. Menentukan besarnya Mark Up :

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } 140,10 \% \times 38.655 = 54.155,66$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga : } 140,56 \% \times 33.175 = 46.630,78$$

d. Menentukan tarif sewa mobil:

1. Tarif sewa untuk mobil sedan :

$$\text{Rp. } 54.155,66 + \text{Rp. } 38.655,00 = \text{Rp. } 92.810,66/\text{jam}$$

2. Tarif sewa untuk mobil niaga:

$$\text{Rp. } 46.630,78 + \text{Rp. } 33.175,00 = \text{Rp. } 79.805,78/\text{hari}$$

Tahun 2000:

BIAYA	Mobil Sedan	Mobil Niaga
	(Tarif/jam)	(Tarif/hari)
	Rp.	Rp.
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 525,00	Rp. 5.825,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 67,50	Rp. 600,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 610,00
4. Bi. Vet	Rp. 72,00	Rp. 610,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.325,00
6. Bi. Filter Oli	Rp. 152,50	Rp. 1.525,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 82,00	Rp. 620,00
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 156,00	Rp. 1.500,00
9. Bi. AC	Rp. 230,00	Rp. 2.110,00
10. Bi. Ban	Rp. 412,00	Rp. 4.450,00
11. Bi. Sopir	Rp. 15.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.100,00	Rp. 28.225,00
13. Bi. Nomor	Rp. 3.503,00	Rp. 4.250,00
14. Bi. BBM	Rp. 20.000,00	—
Total biaya produksi:	Rp. 49.365,00	Rp. 51.650,00
Biaya Non Produksi:		
1. Bi. telp, air, listrik	Rp. 9.950,00	Rp. 9.950,00

2. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 5.100,00	Rp. 6.200,00
3. Bi. Administrasi	Rp. 5.150,00	Rp.10.155,00
4. Bi. Gaji	—	Rp.30.000,00
5. Bi. Peny. Bangunan	Rp. 5.225,00	Rp.12.345,00
6. Bi. Lain-Lain	Rp. 13.210,00	Rp.14.500,00
Total bi.non produksi:	Rp. 38.635,00	Rp.83.150,00

b. Menentukan % Mark Up:

$$\frac{(y\% \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

Besarnya total aktiva tahun 1999 adalah Rp.888.671.935,81. Alokasi perhitungan besarnya aktiva untuk tiap-tiap jenis mobil bisa dilihat dalam lampiran.

Laba yang diharapkan :

1. Untuk mobil sedan : $25\% \times 63.476,57 = 15.869,14$

2. Untuk mobil niaga : $15\% \times 420.573,26 = 63.085,99$

% Mark Up :

1. Untuk mobil sedan : $\frac{15.869,14 + 38.635}{49.365} \times 100\%$

: 110,41 %

2. Untuk mobil niaga : $\frac{63.085,99 + 83.150}{51.650} \times 100\%$

: 283,13%

c. Menentukan besarnya Mark Up :

1. Untuk mobil sedan : $110,41\% \times 49.365 = 54.503,90$

2. Untuk mobil niaga : $283,13\% \times 51.650 = 146.236,64$

d. Menentukan tarif sewa:

1. Tarif sewa untuk mobil sedan:

Rp. 49.365,00 + Rp. 54.503,90 = Rp. 103.868,90

2. Tarif sewa untuk mobil niaga:

Rp. 51.650,00 + Rp. 146.236,64 = Rp. 197.886,64

Tahun 2001:

BIAYA	Mobil Sedan (Tarif/jam) Rp.	Mobil Niaga (Tarif/hari) Rp.
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 500,00	Rp. 6.000,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 65,00	Rp. 700,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 65,00	Rp. 695,00
4. Bi. Vet	Rp. 70,00	Rp. 730,00
5. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.650,00

6. Bi.Filter Oli	Rp. 162,00	Rp. 1.500,00
7. Bi. Saringan Angin	Rp. 75,00	Rp. 775,25
8. Bi. Servis Kendaraan	Rp. 125,00	Rp. 1.297,25
9. Bi. AC	Rp. 250,00	Rp. 2.625,00
10. Bi.Ban	Rp. 437,50	Rp. 4.370,50
11. Bi. Sopir	Rp.15.000,00	—
12. Bi. Peny. Kendaraan	Rp. 9.500,00	Rp. 31.781,00
13. Bi. Nomor	Rp. 7.065,00	Rp. 2.469,00
14. Bi. BBM	Rp.20.000,00	—
Total biaya produksi:	Rp.53.314,50	Rp. 54.592,00
Biaya non produksi:		
1. Bi. Telp,air,listrik	Rp. 7.100,00	Rp. 9.250,00
2. Bi. Peny. Inventaris	Rp. 4.775,50	Rp. 6.500,00
3. Bi. Administrasi	Rp. 5.560,00	Rp. 5.875,00
4. Bi. Gaji	—	Rp. 53.300,00
5. Bi.Bangunan	Rp. 4.000,00	Rp. 482,00
6. Bi. Lain-lain	Rp.13.500,00	Rp. 9.000,00
Total biaya non produksi:	Rp.42.035,50	Rp. 84.407,00

b. Menentukan % Mark Up:

$$\frac{(\text{y\%} \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Total aktiva untuk tahun 2000 adalah sebesar Rp. 911.667.475,25. Perhitungan alokasi aktiva penuh untuk setiap jenis mobil bisa dilihat dalam lampiran.

Laba yang diharapkan :

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } 25\% \times 607.778,30 = 151.944,57$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga : } 15\% \times 24.311,13 = 3.646,67$$

% Mark Up :

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } \frac{151.944,57 + 42.035,50}{58.314,50} \times 100\%$$

$$: 332,64\%$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga : } \frac{3.646,67 + 84.407}{54.593} \times 100\%$$

$$: 161,29\%$$

c. Menentukan besarnya Mark Up:

$$1. \text{ Untuk mobil sedan : } 332,64\% \times 58.314,50 = 193.977,35$$

$$2. \text{ Untuk mobil niaga : } 161,29\% \times 54.593 = 88.053,05$$

d. Menentukan tarif sewa:

1. Untuk mobil sedan :

$$\text{Rp. } 193.977,55 + \text{Rp. } 58.314,50 = \text{Rp. } 393.789,20/\text{jam}$$

2. Untuk mobil niaga :

$$\text{Rp. } 54.593,00 + \text{Rp. } 88.053,05 = \text{Rp. } 142.646,05/\text{hari}$$

Tahun 2002:

- a. Memisahkan biaya-biaya yang ada menjadi biaya produksi dan biaya non produksi

JENIS BIAYA	Mobil Sedan(tarif/jam) Rp	Mobil Niaga(tarif/hari) Rp
Biaya Produksi:		
1. Bi. Oli Mesin	Rp. 605,00	Rp. 6.055,00
2. Bi. Oli Gardan	Rp. 70,00	Rp. 700,00
3. Bi. Oli Vres	Rp. 70,00	Rp. 700,00
4. Bi. Vet	Rp. 74,00	Rp. 735,00
5. Bi. Filter Oli	Rp. 171,00	Rp. 1.715,00
6. Bi. Filter Solar	—	Rp. 1.505,00
7. Bi. Sar. Angin	Rp. 80,00	Rp. 787,50
8. Bi. Servis Kend.	Rp. 130,00	Rp. 1.397,50
9. Bi. BBM	Rp.30.000,00	—

10.Bi. Servis AC	Rp. 262,50	Rp. 2.625,00
11.Bi.Ban	Rp. 437,50	Rp. 4.375,00
12.Bi.Sopir	Rp. 15.000,00	—
13.Bi.Peny. Kend	Rp. 9.500,00	Rp.41.781,00
14.Bi. Nomor	Rp. 6.500,00	Rp. 2.469,00
Total Bi. Produksi:	Rp. 62.900,00	Rp.64.845,00
Biaya non produksi:		
1.Bi. Telpon,Air, Listrik	Rp. 10.100,00	Rp. 9.300,00
2.Bi.Administrasi	Rp. 4.875,00	Rp. 5.875,00
3.Bi.Peny. Inventaris	Rp. 5.560,00	Rp. 6.560,00
4.Bi.Peny. Bangunan	Rp. 4.020,00	Rp. 420,00
5.Bi. Gaji	—	Rp.53.300,00
6.Bi.lain-lain	Rp.12.545,00	Rp.12.000,00
Total Bi. Non Produksi:	Rp.37.100,00	Rp.87.455,00

b.Menentukan % Mark Up:

% Mark Up dicari dengan rumus:

$$\frac{(y\% \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya non produksi}}{\text{---}} \times 100 \%$$

Biaya produksi

Laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk mobil sedan sebesar 25% dan untuk mobil niaga 15%. Sedangkan aktiva penuh perusahaan untuk tahun 2001 sebesar Rp. 921.586.783,12. Adapun perhitungan alokasi aktiva penuh untuk tiap-tiap jenis kendaraan bisa dilihat dalam lampiran.

Laba yang diharapkan ($y\% \times$ aktiva penuh):

$$1. \text{ Untuk mobil Sedan : } 25\% \times 61.439,12 = 15.359,78$$

$$2. \text{ Untuk mobil Niaga : } 15\% \times 225.243,65 = 33.786,55$$

% Mark Up:

$$1. \text{ Untuk Mobil Sedan : } \frac{15.359,78 + 37.100}{62.900} \times 100\%$$

$$: 83,40\%$$

$$2. \text{ Untuk Mobil Niaga : } \frac{33.786,55 + 87.455}{64.845} \times 100\%$$

$$: 186,97 \%$$

c. Menentukan besarnya Mark Up : $\% \text{ Mark Up} \times \text{Biaya Produksi}$

$$1. \text{ Untuk Mobil Sedan : } 83,40 \% \times 62900 = 52.458,60$$

$$2. \text{ Untuk Mobil Niaga : } 186,97 \% \times 64845 = 121.240,69$$

d. Menentukan tarif sewa mobil : $\text{Mark Up} + \text{Biaya Produksi}$

1. Tarif sewa untuk mobil sedan:

$$\text{Rp. } 52.458,60 + \text{Rp. } 62.900,00 = \text{Rp. } 115.358,60/\text{jam}$$

2. Tarif sewa untuk mobil niaga:

$$\text{Rp. } 121.240,69 + \text{Rp. } 64.845,00 = \text{Rp. } 186.085,69 / \text{hari}$$

Setelah semua tarif sewa dihitung menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2002, kemudian dilakukan uji t beda 2 mean untuk melihat apakah penentuan tarif sewa dari perusahaan signifikan atau tidak dengan penentuan tarif menurut perhitungan teori. Dalam perhitungan ini dihitung sendiri-sendiri antara mobil sedan dan mobil niaga. Dalam mencari standar deviasi dari masing – masing tarif bisa dilihat dalam lampiran.

e. Uji t (untuk mobil sedan):

Langkah-langkah :

- 1). $H_0 = 0$ (Tarif sewa dari perusahaan sama dengan Tarif sewa menurut teori)
 $H_1 \neq 0$ (Tarif sewa dari perusahaan berbeda atau tidak sama dengan tarif menurut teori).
- 2). $\alpha = 5\%$ (0,005)
- 3). Kriteria pengujian:
 H_0 diterima jika : $-2,228 < t < 2,228$
 H_0 ditolak jika : $-2,228 > t$ atau $t > 2,228$
- 4). Perhitungan t:

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{\bar{X}_a - \bar{X}_b}{\sqrt{\left| \frac{(na-1)S_a^2 + (nb-1)S_b^2}{na+nb-2} \right| \left| \frac{1}{na} + \frac{1}{nb} \right|}} \\
 &= \frac{105833,33 - 148963,69}{\sqrt{\left| \frac{(6-1)9383,05 + (6-1)342860,27}{6+6-2} \right| \left| \frac{1}{6} + \frac{1}{6} \right|}} \\
 &= \frac{-43130,36}{252998,38} = -0,1705
 \end{aligned}$$

$t > -2,228$ maka H_0 diterima. Jadi tarif yang ditetapkan perusahaan dengan tarif yang ditetapkan dalam perhitungan teori sama (perbedaan tidak signifikan).

Uji t untuk mobil niaga:

Langkah-langkah:

1). $H_0 = 0$ (Tarif antara perusahaan dan tarif menurut teori sama)

$H_0 \neq 0$ (Tarif perusahaan dan teori berbeda)

2). $\alpha = 5\%$ (0,05)

3). H_0 diterima jika $-2,228 < t < 2,228$

H_0 ditolak jika $t < -2,228$ atau $t > 2,228$

4). Perhitungan t:

$$t = \frac{148333,33 - 150932,22}{\sqrt{\frac{(6-1)18348,48^2 + (6-1)42153,41^2}{6+6-2} \left| \frac{1}{6} + \frac{1}{6} \right|}}$$

$$= \frac{-2598,89}{10727,73} = -0,2423$$

Kesimpulan : H_0 diterima karena $t > -2,228$. Jadi tarif yang ditetapkan perusahaan dengan teori sama atau tidak ada perbedaan yang signifikan.

B. Analisis Masalah Kedua

Untuk melihat apakah ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan dicari koefisien korelasi dengan menggunakan rumus Pearson Product Moment.

1. Untuk Mobil Sedan : Tarif berganti setiap 1 tahun sekali.

No.	Thn	Tarif sewa(x)	Vol. Sewa(y)	x^2	y^2	xy
1.	1997	105000/jam	44	11025000000	1936	4620000
2.	1998	90000/jam	59	8100000000	3481	5310000
3.	1999	95000/jam	57	9025000000	3249	5415000
4.	2000	110000/jam	34	12100000000	1156	3740000
5.	2001	110000/jam	37	12100000000	1369	4070000
6.	2002	125000/jam	61	15625000000	3721	7625000

Σ		635000	292	67975000000	14912	30780000
----------	--	--------	-----	-------------	-------	----------

a. Dihitung Koefisien Korelasinya:

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x) (\Sigma y)}{\sqrt{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \cdot \sqrt{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2}} \\
 &= \frac{6 \cdot (30780000) - (635000) \cdot (292)}{\sqrt{6 \cdot 67975000000 - (635000)^2} \cdot \sqrt{6 \cdot 14912 - (292)^2}} \\
 &= \frac{-740}{68,007352 \times 64,869098} \\
 &= \frac{-740}{4411,5755} \\
 &= -0,168
 \end{aligned}$$

$r = -0,168$, hubungan antara tarif dan volume berkebalikan . Jika tarif naik , maka volume turun, dan jika tarif turun maka volume naik.

b. Uji t:

1). $H_0: \rho = 0$ (tidak ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan).

$H_1 : \rho \neq 0$ (ada hubungan antara tarif dan volume persewaan).

2). Dipilih $\alpha = 0,05$

3). Kriteria pengujian:

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

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

$$4). \quad t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-(r)^2}}$$

$$t = -0,168 \sqrt{\frac{6-2}{1-(-0,168)^2}} = -0,378$$

$t = -0,378$, maka Ho diterima.

Jadi tidak ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan.

2. Untuk mobil niaga : tarif berganti setiap 1 tahun sekali.

No	Tahun	Tarif sewa (x)	Vol.sewa (y)	x^2	y^2	xy
1.	1997	135000/hari	85	18225000000	7225	11475000
2.	1998	125000/hari	160	15625000000	25600	20000000
3.	1999	140000/hari	133	19600000000	17689	18620000
4.	2000	155000/hari	101	24025000000	10201	15655000
5.	2001	160000/hari	77	25600000000	5829	12320000
6.	2002	175000/hari	89	30625000000	7921	15575000
Σ		890000	645	133700000000	74565	109220000

a. Untuk mencari hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan dicari dengan Pearson Product Moment (dicari koefisien korelasi).

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

$$= \frac{81270}{17798495} = 0,00456$$

$r = 0,00456$ maka hubungannya positif. Jika tarif sewa naik, maka volume naik, dan jika tarif sewa turun maka volume juga turun.

b. Uji t:

1). $H_0: \rho = 0$ (tidak ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan).

$H_1: \rho \neq 0$ (ada hubungan antara tarif sewa dan volume persewaan).

2). Dipilih $\alpha = 0,05$

3). Kriteria pengujian:

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

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

4).
$$t = r\sqrt{\frac{n-2}{1-(r)^2}}$$

$$= 0,0092$$

Kesimpulan H_0 diterima. Jadi tidak ada hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan.

C. Pembahasan

1. Pembahasan penentuan tarif sewa mobil

Setelah melakukan analisis data, hasil perhitungan teori dengan perusahaan terdapat perbedaan walaupun tidak begitu jauh. Perbedaan ini timbul karena cara perhitungan yang berbeda. Dalam perusahaan menetapkan laba yang diharapkan untuk mobil sedan sebesar 25% dan untuk mobil niaga 15% dari biaya. Sedangkan menurut teori laba yang diharapkan tersebut masih dikalikan dengan total aktiva untuk masing-masing jenis mobil baru ditentukan tarif sewa. Hal inilah yang menyebabkan adanya perbedaan antara perhitungan teori dan perhitungan menurut perusahaan.

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan untuk kedua jenis mobil didapatkan hasil untuk mobil sedan $t > -2,228$, sehingga H_0 diterima. Jadi tidak ada perbedaan yang signifikan yang terjadi antara penentuan tarif perusahaan dengan teori. Sedangkan untuk mobil niaga t juga lebih besar dari $-2,228$, sehingga H_0 juga diterima. Artinya antara penetapan tarif perusahaan dengan penetapan tarif teori tidak ada perbedaan yang signifikan.

2. Pembahasan hubungan antara tarif sewa dengan volume persewaan

Untuk mobil sedan Koefisien korelasi sebesar $-0,168$. Kesimpulan terdapat hubungan yang berkebalikan antara tarif sewa dengan volume persewaan. Jika tarif naik, maka volume persewaan akan turun dan sebaliknya jika tairf turun maka volume persewaan akan naik. Hubungan tersebut lemah karena t mendekati 0. Untuk lebih memastikan maka diuji lagi dengan uji t . Hasilnya adalah $t = -0,378$ H_0 diterima, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara tarif sewa mobil dengan volume persewaan. Untuk mobil niaga koefisien korelasi $0,00456$. Hubungan tersebut searah atau positif. Jik a tarif naik, maka volume persewaan juga akan naik dan jika tarif turun maka volume persewaan juga akan turun. Hubungan tersebut lemah karena r mendekati 0. Kemudian dari uji t ddidapatkan hasil $t = 0,0092$. H_0 diterima, maka juga tidak ada hubungan antara penetapan tarif dengan volume persewaan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kesimpulan ketepatan penentuan tarif sewa mobil sedan dan mobil niaga antara perusahaan dan teori

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa antara perhitungan teori dan perhitungan perusahaan terjadi selisih. Berdasarkan uji t beda 2 mean perbedaan tersebut tidak signifikan. Untuk mobil sedan $t = -0,1705$. H_0 diterima. Jadi perbedaan penentuan tarif sewa mobil sedan antara perusahaan dan teori sama atau tidak berbeda jauh. Untuk mobil niaga $t = -0,2423$. H_0 juga diterima. Maka perbedaan penentuan tarif sewa mobil niaga antara perusahaan dan teori tidak berbeda jauh atau sama.

2. Kesimpulan hubungan antara tarif sewa mobil dengan volume persewaan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, untuk mobil sedan terjadi hubungan yang berkebalikan yaitu jika tarif naik, maka volume persewaan turun dan jika tarif turun maka volume persewaan akan naik. Koefisien korelasi atau $r = -0,168$, mendekati 0 maka hubungan tersebut lemah. Dari uji t hasilnya $t = -0,378$, H_0 diterima. Jadi tidak ada hubungan antara tarif dengan volume persewaan.

Sedangkan untuk mobil niaga, terjadi hubungan yang positif, Karena $r = 0,00456$, di mana tarif naik, maka volume persewaan juga naik

dan sebaliknya jika tarif turun maka volume persewaan juga turun. Karena koefisien korelasi mendekati 0 maka hubungan yang terjadi sangat lemah atau bahkan mungkin tidak ada hubungan. Hal ini dikuatkan dengan uji t dengan hasil $t = 0,0092$, H_0 diterima, maka tidak ada hubungan antara tarif sewa mobil dengan volume persewaan.

B. Keterbatasan penelitian

1. Dalam menentukan tarif sewa mobil, penulis menggunakan dasar Markup. Hal ini berbeda dengan perhitungan dari perusahaan. Serta faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap penentuan tarif, misalnya tarif dari pesaing, keadaan perekonomian negara kita, serta selera dari konsumen tidak penulis perhatikan.
2. Data-data yang didapat dari perusahaan tidak dapat ditelusur kebenarannya.

C. Saran

Tarif sewa dari perusahaan dengan tarif sewa menurut metode *cost plus pricing* tidak berbeda jauh. Sehingga perusahaan bisa tetap menggunakan metode yang selama ini digunakan ataupun dengan metode *cost plus pricing*. Adapun kelebihan dari metode *cost plus pricing* adalah metode ini menunjukkan biaya-biaya yang sangat stabil, sehingga dapat digunakan sebagai jaminan terhadap kerugian dan merupakan cara yang sederhana.



LAMPIRAN I

Perhitungan alokasi aktiva penuh untuk setiap jenis mobil tahun 1997:

Jenis Mobil	Jumlah Unit	Alokasi aktiva	1 Tahun	Aktiva
	(1)	(*) (2)	(3)	(4)=(2): (3)
1.Mobil Sedan	1 Unit	66.077.384,82	1000 jam	66.077,384
2.Mobil Niaga	10 Unit	660.773.848,27	250 hari	2.643.095,39

(*) Alokasi aktiva:

1. Mobil Sedan : $1/11 \times 726.851.233,10 = 66.077.384,82$

2. Mobil Niaga : $10/11 \times 726.851.233,10 = 660.773.848,27$

Aktiva untuk 1 mobil:

$$1. \text{ Mobil Sedan} = \frac{66.077,384}{1} = 66.077,384/\text{jam}$$

$$2. \text{ Mobil Niaga} = \frac{2.643.095,39}{10} = 264.309,53$$

LAMPIRAN II

Perhitungan alokasi aktiva penuh untuk setiap jenis mobil tahun 1998:

Jenis Mobil	Jumlah Unit	Alokasi Aktiva	1 Tahun	Aktiva
	(1)	(*) (2)	(3)	(4)=(2) : (3)
1. Mobil Sedan	1 Unit	61.412.546,79	1000 jam	61.412,546
2. Mobil Niaga	11 Unit	675.538.014,78	250 hari	2.462.152,78

(*) Alokasi aktiva :

$$1. \text{Mobil Sedan} : 1/12 \times 736.950.561,50 = 61.412.546,79$$

$$2. \text{Mobil Niaga} : 11/12 \times 736.950.561,50 = 675.538.014,78$$

Aktiva untuk 1 mobil:

$$61.412,546$$

$$1. \text{Mobil Sedan} = \frac{\quad}{1} = 61.412,546/\text{jam}$$

1

$$2.462.152,59$$

$$2. \text{Mobil Niaga} = \frac{\quad}{250} = 223.832,04/\text{hari}$$

LAMPIRAN III

Perhitungan Alokasi Aktiva Penuh untuk Setiap Jenis Mobil Tahun 1999:

Jenis Mobil	Jumlah Unit	Alokasi Aktiva	1 Tahun	Aktiva
	(1)	(2)	(3)	(4)= (2) : (3)
1. Mobil Sedan	2 Unit	136.888.696	1000 jam	136.888,696
2. Mobil Niaga	10 Unit	68.444.348	250 hari	273.777,392

(*) Alokasi Aktiva :

$$1. \text{ Mobil Sedan : } 2/12 \times 821.332.176,00 = 136.888.696$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } 10/12 \times 821.332.176,00 = 68.444.348$$

Aktiva untuk 1 mobil:

$$1. \text{ Mobil Sedan : } \frac{136.888,696}{2} = 68.444,345$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } \frac{273.777,392}{10} = 27.377,739$$

LAMPIRAN IV

Perhitungan Alokasi Aktiva Penuh untuk setiap Jenis Mobil Tahun 2000:

Jenis Mobil	Jumlah Unit (1)	Alokasi Aktiva (*)(2)	1 Tahun (3)	Aktiva (4)=(2) : (3)
1. Mobil Sedan	2 Unit	126.953.133,69	1000 jam	126.953,13
2. Mobil Niaga	12 Unit	1.261.718.802,12	250 hari	5.046.879,20

(*)Alokasi Aktiva:

$$1. \text{ Mobil Sedan : } 2/14 \times 888.671.935,81 = 126.953.133,69$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } 12/14 \times 888.671.935,81 = 1.261.718.802,12$$

Aktiva untuk 1 mobil :

$$1. \text{ Mobil Sedan : } \frac{126.953,13}{2} = 63476,565$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } \frac{5.046.879,20}{12} = 420.573,26/\text{hari}$$

LAMPIRAN V

Perhitungan Alokasi Aktiva Penuh untuk setiap jenis Mobil Tahun 2001:

Jenis Mobil	Jumlah Unit (1)	Alokasi aktiva (*)(2)	1 Tahun (3)	Aktiva (4)=(2) : (3)
1. Mobil Sedan	2 Unit	1.215.556.633,36	1000 jam	1.215.556,63
2. Mobil Niaga	13 Unit	790.111.811,89	250 hari	316.044,73

(*) Alokasi Aktiva :

$$1. \text{ Mobil Sedan} : 2/15 \times 911.667.475,25 = 1.215.556.633,36$$

$$2. \text{ Mobil Niaga} : 13/15 \times 911.667.475,25 = 790.111.811,89$$

Aktiva untuk 1 mobil :

$$1. \text{ Mobil Sedan} : \frac{1.215.556,63}{2} = 607.778,30/\text{jam}$$

$$2. \text{ Mobil Niaga} : \frac{316.044,73}{13} = 24.311,133/\text{hari}$$

LAMPIRAN VI

Perhitungan Alokasi Aktiva Penuh untuk setiap Jenis Mobil tahun 2002:

Jenis Mobil	Jumlah Unit (1)	Alokasi Aktiva (*)(2)	1 Tahun (3)	Aktiva (4)=(2) : (3)
1. Mobil Sedan	2 Unit	122.878.233,75	1000 jam	122.878,233
2. Mobil Niaga	13 Unit	732.041.878,70	250 hari	2.928.167,51

(*) Alokasi Aktiva :

$$1. \text{ Mobil Sedan : } 2/15 \times 921.586.753,12 = 122.878.233,75$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } 13/15 \times 921.586.753,12 = 732.041.878,70$$

Aktiva untuk 1 mobil :

$$1. \text{ Mobil Sedan : } \frac{122.878,233}{2} = 61.439,115/\text{jam}$$

$$2. \text{ Mobil Niaga : } \frac{2.928.167,51}{13} = 225.243,65/\text{hari}$$

DAFTAR PUSTAKA

- Bismoko,J, (1998), **Pedoman Penulisan Skripsi**, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Djarwanto,Ps, dan Subagyo, Pangestu,(1993), **Statistik Induktif**, Yogyakarta:BPFE
- Kotler, Philip,(1989), **Manajemen Pemasaran Edisi 5 jilid 2**, Jakarta : Erlangga
- Mulyadi, (1991), **Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa**, Yogyakarta: PB STIE YKPN
- Sigit, Soehardi, (1992), **Pemasaran Praktis Edisi ketiga**, Yogyakarta : BPFE,UGM
- Supriyono,RA.,(1989), **Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen**,Yogyakarta: STIE YKPN
- , (1987), **Akuntansi Manajemen 1**,Yogyakarta:L STIE YKPN
- Sutojo, Siswanto.,(1981), **Kerangka Dasar Mnajemen Pemasaran, Seri Manajemen no.55,Cetakan 1**,Jakarta: Bagian Publikasi Lembaga PPM
- Swastha,Basu, dan Sukotjo, Ibnu,(1988),**Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern) Edisi III**, Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy,(1995),**Strategi Pemasaran**, Yogyakarta: Andy Offset

Winardi, (1991), **Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran**, Bandung: PT.Citra Aditya Bhakti

DAFTAR PERTANYAAN

A. Sejarah Perusahaan Persewaan Mobil

1. Persewaan mobil didirikan oleh siapa, kapan, dan dimana?
2. Apa nama dari persewaan mobil dan apa alasannya diberi nama tersebut?
3. Apa tujuan didirikan persewaan mobil?
4. Siapa yang memimpin perusahaan persewaan mobil sejak berdiri hingga sekarang?.
5. Apakah ada perluasan perusahaan , di mana dan kapan serta apa tujuannya?
6. Siapa yang bertanggung jawab terhadap persewaan mobil?
7. Selain persewaan mobil, apalagi yang dikelola oleh perusahaan?
8. Faktor-faktor apa yang menjadi dasar pemilihan lokasi perusahaan?
9. Berapa luas perusahaan?
10. Bagaimana perkembangan perusahaan jika ditinjau secara keseluruhan?

B. Struktur Organisasi

- 1 . Apa bentuk struktur organisasi?
2. Bagaimana pembagian tugas dan wewenang masing-masing unit organisasi?
3. Bagaimana perkembangan organisasi perusahaan?

C. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
2. Berapa jumlah karyawan pria dan karyawan wanita?
3. Bagaimana pengaturan jam kerja karyawan?
4. Usaha apa yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan?
5. Bagaimana sistem upah dan gaji karyawan?
6. Bagaimana cara menyeleksi karyawan untuk dipilih sebagai karyawan perusahaan?
7. Apakah ada jaminan bagi karyawan?
8. Apakah ada usaha untuk mmajukan karyawan?
9. Bagaimana cara pengembangan jam kerja?
10. Berapa jam kerja setiap hari dan apakah ada jam lembur?

D. Pemasaran

1. Usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk melakukan promosi?
2. Siapa saja konsumen dari persewaan mobil?
3. Media apa saja untuk melakukan promosi?
4. Berapa laba yang diharapkan dari persewaan mobil?
5. Berapa tarif sewa mobil tiap hari bagi setiap jenis mobil?
6. Apakah tarif untuk setiap jenis mobil adalah sama?
7. Bagaimana cara perusahaan dalam menghadapi persaingan?

E. Keuangan

1. Bagaimana struktur modal perusahaan?
2. Bagaimana struktur kekayaan perusahaan?

3. Berapa besar biaya-biaya yang ditetapkan untuk tarif sewa selama tahun 1997 sampai dengan tahun 2002?
4. Bagaimana langkah-langkah dalam menentukan tarif sewa mobil?

PEDOMAN WAWANCARA

A. Sejarah Perusahaan

1. Sejarah berdirinya

- a. Kapan berdiri, siapa yang mendirikan, dan dimana lokasi berdirinya?
- b. Apa alasan didirikan persewaan mobil?
- c. Apa bentuk perusahaan ?
- d. Apa nama dari perusahaan dan alasan pemilihan nama?
- e. Kapan perusahaan mulai beroperasi?
- f. Bagaimana perkembangan perusahaan selanjutnya?

2. Lokasi Perusahaan

- a. Apa alasan memilih lokasi tersebut?
- b. Bagian apa saja yang ada di perusahaan ?
- c. Bagaimana pembagian wewenang dan tanggung jawab?

B. Bagian Personalia

1. Tenaga Kerja

- a. Berapa jumlah tenaga kerja?
- b. Bagaimana sistem jam kerja?

- c. Bagaimana cara merekrut karyawan?
- d. Bagaimana usaha untuk memajukan karyawan?
- e. Bagaimana cara mempertahankan karyawan?
- f. Usia berapa karyawan diberhentikan ?

2. Administrasi

- a. Bagaimana sistem upah?
- b. Ada lembur atau tidak?

3. Fasilitas

- a. Fasilitas apa saja yang disediakan bagi karyawan?
- b. Apakah ada tunjangan?
- c. Apakah ada dana untuk pensiun?

C. Produksi

- 1. Apakah persewaan dilakukan setiap hari?
- 2. Ada berapa jenis mobil yang disewakan?
- 3. Bagaimana usaha untuk mempertahankan pelanggan?
- 4. Bagaimana cara pengembangan perusahaan?

D. Pemasaran

1. Konsumen

- a. Siapa konsumen yang dilayani?
- b. Bagaimana usaha untuk menarik konsumen?
- c. Usaha apa yang dilakukan untuk mempertahankan karyawan?
- d. Bagaimana menetapkan harga?
- e. Kapan mengubah kebijakan harga?

2. Promosi

- a. Apakah ada promosi?
- b. Bagaimana bentuk promosi?
- c. Berapa besar volume persewaan mobil?

3. Saluran Distribusi

- a. Bagaimana saluran distribusi?
- b. Daerah pemasaran yang dijangkau?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : An. Fitri Rikawati
NIM : 952114021
Tempat dan Tanggal lahir : Yogyakarta, 5 Januari 1977
Alamat : Sidomulyo TR IV / 349, Yogyakarta
Agama : Katolik

Pendidikan:

1. SD Tarakanita, Bumijo, Yogyakarta, lulus tahun 1989
2. SMP N 12 Yogyakarta, lulus tahun 1992
3. SMA N 4 Yogyakarta, lulus tahun 1995
4. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, lulus tahun 2002



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : An. Fitri Rikawati

NIM : 952114021

Jurusan : Akuntansi, Universitas Sanata Dharma

Benar-benar telah melakukan penelitian lapangan di Famous Transportation, Jl. Pelita F I/52, Komplek POLRI Gowok, Yogyakarta, guna penulisan skripsi. Penelitian tersebut dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2002.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 September 2002

Hormat kami,

Ibu Listiana

