

**PENETAPAN TARIF JASA SERVICE
DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING***

Studi kasus pada bengkel "Victory Motor"

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

Editha Nunun Aryani

NIM : 95 2114 038

NIRM : 950051121303120037

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

Skripsi

**PENETAPAN TARIF JASA SERVICE
DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING*
Studi kasus pada bengkel Victory Motor**

Oleh :

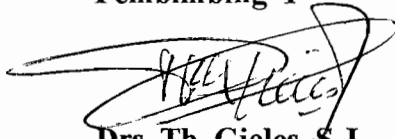
Editha Nunun Aryani

NIM : 95 2114 038

NIRM : 9500551121303120037

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Drs. Th. Gieles, S.J.

Tanggal 3/5/2000

Pembimbing II



Drs. E. Sumardjono, M.B.A.

Tanggal 15/5/2000

Skripsi

**PENETAPAN TARIF JASA SERVICE
DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING*
Studi kasus pada bengkel Victory Motor**

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Editha Nunun Aryani

NIM : 95 2114 038

NIRM : 950051121303120037

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 27 Mei 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	Drs. Th. Gieles, S.J.
Anggota	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.
Anggota	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.

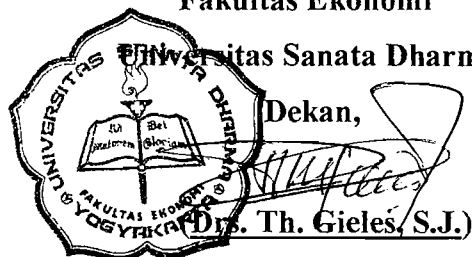
.....
.....
.....
.....
.....

Yogyakarta, 27 Mei 2000

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan,



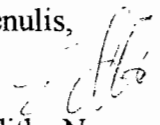
Skripsi ini ku persembahkan kepada :
Bapak dan Ibu tercinta (Bpk Muryadi / Ibu Ninik)
Kakakku (Wiwid)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa 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, 3-7-2000.....

Penulis,


Editha Nunun Aryani

ABSTRAK

PENETAPAN TARIF JASA SERVICE DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* Studi kasus pada bengkel Victory Motor

**Editha Nunun Aryani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2000**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara besarnya tarif service pada perusahaan dengan besarnya tarif berdasarkan metode *time and material pricing*.

Penelitian ini dilakukan di bengkel Victory Motor yang terletak di jalan Adisucipto no.150 Yogyakarta pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data diawali dengan mendiskripsikan data yang berhubungan dengan penetapan tarif service dan besarnya tarif service yang ada pada Victory Motor. Kemudian menghitung besarnya tarif service berdasarkan kajian teori. Setelah itu dilakukan perbandingan untuk mengetahui selisihnya.

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif service menurut perusahaan dengan berdasarkan metode *time and material pricing*, maka dilakukan uji t dengan level of significance 5%. Berdasarkan hasil uji t untuk jenis service berat diperoleh t hitung : -0,198 dan untuk jenis service ringan t hitung : -0,164. Hasil uji t untuk masing-masing jenis service terletak pada $-2,306 < t < 2,306$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara tarif service pada perusahaan dengan menurut kajian teori.

ABSTRACT

DETERMINATION OF THE SERVICE TARIFF USING THE TIME AND MATERIAL PRICING METHOD A case study on Victory Motor workshop

**Editha Nunun Aryani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2000**

The aim of this thesis is to find out whether there is a significant difference between the tariff of the service as fixed by the firm and the tariff based on the time and material pricing method.

This research was carried out at Victory Motor workshop which is located on Jl. Adisucipto no. 150 Yogyakarta. The data collection was done by observation, documentation, and interview. The data analysis technique applied was by describing the data related to the determination of the service tariff and the amount of the service tariff charged by Victory Motor. Then the service tariff was calculated based on the theoretical review. In order to find any differences, the researcher compared the service tariff with the theory.

To check whether there is a significant difference between the service tariff according to the firm and the service tariff based on the method of time and material pricing, the researcher carried out a t-test with significance level 5%. Based on the result of the t-test for a heavy repair, $t = -0,198$ and for a light service, $t = -0,164$. The t-test result for each kind of service is within the limits of $-2,306 < t < +2,306$. It shows that there was no significant difference between the service tariff of the firm and the theoretical review.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat-Nya akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul Penetapan Tarif Jasa Service dengan Metode *Time and Material Pricing* ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sanata Dharma.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penulisan ini banyak pihak yang membantu sehingga skripsi ini dapat selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rama Drs. Th. Gieles, S.J. sebagai pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing dan membantu penulis untuk mewujudkan bentuk nyata skripsi ini.
2. Bapak Drs. E. Sumardjono, M.B.A. sebagai pembimbing II yang telah memberikan saran dan nasehat dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si, Ak. dan Bapak Drs. P. Rubiyatno, M.M. yang dengan sabar memberi masukan, saran dan nasehatnya dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Agushendrisusanto sebagai pemilik bengkel yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di bengkel Victory Motor.
5. Mas Injohendriyanto sebagai karyawan bengkel Victory Motor serta karyawan-karyawan lain yang telah dengan sabar memberikan informasi di sela-sela kesibukan.
6. Bapak, Ibu dan mbak Wiwid yang telah memberikan dorongan semangat dan mendampingi penulis dengan doa dan kasih.
7. Sahabat-sahabatku (Ina, Ekarini, Joko, Trino, Rina) Yang telah memberikan semangat, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan akuntansi '95/B (Lilis, Dandi, Didi, Dian,Erni, Vita, Cahyadi, Heni).
9. Teman-teman kost (Shinta, Trismi, Ika, Lilis, Yuyun, Siti, Wahyu, Atun, Ririn, Lia, Vita, Tina, Niken, Ambar, Indar) atas bantuannya dan semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.

Semoga pengorbanan dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah Yang Maha Kuasa. Akhir kata, semoga skrip[si ini berguna dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Saran dan kritik demi sempurnanya skripsi ini akan diterima dengan rasa terima kasih yang tulus.

Yogyakarta, Juni 2000

Penulis

DAFTAR ISI



Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Karya.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Harga Jual.....	6
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual.....	7
C. Dasar Penetapan Harga Jual.....	8
1. Dasar Biaya.....	8
2. Dasar Konsumen.....	12
3. Dasar Persaingan.....	13
D. Metode Penentuan Harga Jual.....	13
1. Penentuan Harga Jual Normal.....	13
1.1. <i>Cost-plus Pricing</i>	14
1.2. <i>Time and Material Pricing</i>	17

2. <i>Cost-type Contract Pricing</i>	21
3. <i>Special Order Pricing</i>	21
4. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan Yang diatur dengan Peraturan Pemerintah	22
E. Perumusan Hipotesa	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
C. Subyek dan Obyek Penelitian	24
D. Data yang Dicari	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	29
B. Lokasi Perusahaan.....	30
C. Prosedur Penetapan Tarif Service	30
D. Struktur Organisasi Perusahaan	31
E. Tugas Masing-masing Bagian.....	31
F. Sistem Penggajian	33
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	34
1. Biaya Tenaga Kerja Langsung	34
2. Biaya Tidak Langsung	34
3. Jam Kerja Tenaga Kerja Langsung	35
B. Perbandingan Prosedur Penetapan Tarif Service pada Bengkel Victory Motor dengan Menurut Metode <i>Time and Material Pricing</i>	36
1. Deskripsi besarnya Tarif service pada Victory Motor.....	36
2. Perhitungan tarif service dengan metode <i>Time and Material Pricing</i>	37
3. Perbandingan besarnya Tarif Service	41
C. Pengujian Hipotesa.....	48

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	49
B. Keterbatasan Penelitian.....	50
C. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel V.1 : Biaya Tenaga Kerja Langsung	35
Tabel V.2 : Biaya Tidak Langsung	35
Tabel V.3 : Total Jam Kerja Langsung	36
Tabel V.4 : Tarif service	37
Tabel V.5 : Tarif Service Perjam	37
Tabel V.6 : Laba yang Diharapkan	38
Tabel V.7 : Besarnya <i>Markup</i>	39
Tabel V.8 : Biaya Tenaga Kerja Langsung perjam	40
Tabel V.9 : Perhitungan tarif Service Berat perjam	41
Tabel V.10: Perhitungan tarif Service Ringan perjam	41
Tabel V.12: Perbandingan tarif service (Service Berat)	42
Tabel V.13: Perbandingan tarif Service (Service Ringan)	43
Tabel V.14: Elemen Perhitungan Deviasi Standar (service Berat)	44
Tabel V.15: Elemen Perhitungan Deviasi Standar (Service ringan)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>	15
Gambar 2.2 : Unsur Biaya penuh dengan pendekatan <i>Variabel costing</i>	16
Gambar 2.3 : Rumus Perhitungan Harga Jual atas dasar Biaya	16
Gambar 2.4 : Formula Perhitungan Harga Jual Waktu	19
Gambar 2.5 : Formula Perhitungan Biaya tenaga kerja langsung per jam	19
Gambar 2.6 : Perhitungan <i>markup</i> dan Unsur yang Membentuk <i>markup</i>	20
Gambar 2.7 : Formula harga Jual Bahan dan Suku Cadang	20
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Perusahaan	32

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai dasar pemikiran yang melatarbelakangi permasalahan yang akan dirumuskan menjadi suatu permasalahan pokok. Selain itu dalam bab ini, akan dibahas juga mengenai tujuan dan manfaat penelitian serta diuraikan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang

Manajemen sebagai salah satu bagian dalam perusahaan mempunyai peranan yang penting bagi terselenggaranya kegiatan perusahaan. Kebijakan-kebijakan yang diambil manajemen merupakan penentu keberhasilan perusahaan. Salah satu kebijakan-kebijakan tersebut adalah kebijakan harga jual, karena harga jual yang ditetapkan merupakan penentu besarnya laba perusahaan dan volume penjualan. Kebijakan manajemen dalam penetapan harga belum memadai jika hanya ditujukan untuk menutupi semua biaya, tetapi juga harus menjamin adanya laba. Walaupun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor penetapan harga, namun penetapan harga jual yang menguntungkan juga akan tergantung pada pertimbangan mengenai biaya. Mulyadi (1992: 260) mengemukakan satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi dan berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Dengan demikian dalam persaingan yang semakin tajam manajemen memerlukan informasi biaya yang teliti, yang memperhitungkan secara cermat sumber daya yang dikorbankan untuk kegiatan-kegiatan yang menambah nilai bagi konsumen.

Dengan diketahui besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang dan jasa, perusahaan akan dapat menetapkan harga jual produk. Oleh karena itu perlu dilakukan perhitungan atas biaya-biaya tersebut, yang akan menghasilkan angka yang disebut harga pokok produk. Perhitungan harga pokok perlu dilakukan dengan tepat dan teliti, sebab menyangkut kelangsungan hidup atau kontinuitas perusahaan. Dalam perhitungan harga pokok pada tiap perusahaan adalah berbeda-beda tergantung pada jenis perusahaannya.

Dalam penetapan harga jual, ada dua pendekatan yang digunakan (Swastha, 1988: 215) yaitu pendekatan biaya dan pendekatan pasar atau persaingan. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan biaya karena seperti sudah dijelaskan dimuka, bahwa satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi dalam penentuan harga jual adalah biaya. Penetapan harga jual dengan pendekatan biaya menggunakan informasi biaya penuh. Informasi biaya penuh memberikan manfaat yang diperlukan manajemen dalam pengambilan keputusan mengenai penetapan harga jual. Bila harga jual dibawah biaya penuh produk atau jasa, akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan.

Mulyadi (1992: 262) mengemukakan bahwa ada empat macam metode yang digunakan untuk menetapkan harga jual. Pertama, penetapan harga jual dalam keadaan normal. Kedua, penetapan harga jual dalam *cost-type contract*. Ketiga, penetapan harga jual pesanan khusus. Keempat, penetapan harga jual produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah. Berkaitan

dengan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penetapan harga jual dalam keadaan normal, yaitu dikhususkan pada penetapan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*). Penetapan harga jual dengan metode ini ditujukan pada perusahaan yang menjual jasa dan menjual bahan secara bersama-sama, yaitu perusahaan reparasi.

Perusahaan reparasi pada dasarnya menjual jam kerja tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan jasa. Selain itu perusahaan juga menjual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap pelayanan pada konsumen. Contoh perusahaan jenis ini adalah bengkel motor. Perusahaan tersebut tidak hanya mengeluarkan biaya bagi para mekaniknya yaitu berupa upah, tetapi juga bahan dan juga suku cadang yang digunakan, seperti oli atau bagian mesin yang diganti. Penetapan tarif yang harus dibayar oleh konsumen atas pelayanan ini dilakukan berdasarkan besarnya biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif jasa service pada bengkel “Victory Motor” dibandingkan dengan pendekatan *time and material pricing* ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adanya perbedaan yang signifikan antara besarnya tarif jasa service pada bengkel “Victory Motor” dibandingkan pendekatan *time and material pricing*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual.

2. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi koleksi kepustakaan dan dapat membantu dalam penelitian-penelitian selanjutnya terutama bagi mahasiswa program studi akuntansi.

E. Sistematika Penulisan

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penulisan yang meliputi definisi harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual, dasar penetapan harga jual dan metode penentuan harga jual.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat berdirinya perusahaan dan perkembangannya, prosedur penetapan tarif serta gambaran umum perusahaan.

Bab V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian beserta analisis dan pembahasan mengenai penetapan tarif service pada bengkel Victory motor.

Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan akhir dari penulisan skripsi, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari penulis yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan berbagai teori yang berhubungan dengan penetapan harga, yang difokuskan pada penetapan tarif atas pelayanan jasa. Uraian-uraian tersebut digunakan penulis sebagai pendukung dalam penelitian ini, terutama metode-metode yang digunakan dalam penetapan harga. Selain itu, dalam bab ini juga dirumuskan suatu hipotesa yang digunakan sebagai alat untuk membantu menjawab permasalahan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya.

A. Harga Jual

Secara umum harga diartikan sebagai nilai tukar suatu barang atau jasa dengan satuan uang yang disepakati bersama antara penjual dan pembeli (Sudarsono, 1994: 224). Dalam suatu unit usaha, penentuan harga jual barang atau jasa merupakan suatu keputusan yang sangat penting. Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang. Hal ini disebabkan karena harga jual dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari dalam perusahaan maupun yang berasal dari luar. Walaupun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, namun penetapan harga jual yang menguntungkan juga tergantung pada pertimbangan mengenai biaya.

Stanton (1985: 309) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah berapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Hal itu

mengandung arti bahwa harga jual merupakan sejumlah uang yang diterima atau barang ditambah keuntungan beserta pelayanan yang diberikan.

Pengertian lain menyatakan bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 1995: 118).

Dari pengertian-pengertian yang ada dapat disimpulkan bahwa, harga jual merupakan suatu nilai atas suatu barang atau pelayanan yang disepakati antara pembeli dan penjual dalam bentuk satuan moneter atau ukuran lain, yang seiring dengan itu berpindah pula hak kepemilikan atas penggunaan barang atau jasa tersebut.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual

Banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual. Hal ini menyebabkan perlu dipertimbangkannya faktor-faktor yang ada dalam penentuan harga jual (Supriyono-Mulyadi, 1989: 333). Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan ROI yang diharapkan
- b. Biaya, khususnya biaya masa depan
- c. Pendapatan yang diharapkan
- d. Jenis produk atau jasa yang dijual
- e. Jenis industri
- f. Citra atau kesan masyarakat
- g. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
- h. Tindakan atau reaksi pesaing

- i. Tipe pasar yang dihadapi
- j. Trend ekonomi
- k. Gaya manajemen
- l. Tujuan non laba
- m. Tanggung jawab sosial perusahaan

C. Dasar yang digunakan dalam penetapan harga jual

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual, ada beberapa dasar yang dapat digunakan dalam penetapan harga (Gitosudarmo, 1994: 224 – 227) yaitu:

1. Dasar Biaya

Model ekonomi memberikan dasar bagi manajemen dalam penentuan harga jual. Akan tetapi seringkali manajemen menentukan harga jual atas dasar biaya. Hal ini disebabkan karena biaya dianggap sebagai satu-satunya faktor yang memiliki kepastian yang relatif tinggi dan berpengaruh dalam penentuan harga jual (Mulyadi, 1992: 260).

Dalam pendekatan ini harga jual ditetapkan dengan cara biaya produksi yang telah dikeluarkan ditambah persentase tertentu keuntungan yang diinginkan. Cara ini sering disebut "*cost plus pricing*". Berdasarkan pendekatan ini harga diperhitungkan dengan melihat variabel biaya sebagai penentu utama. Biaya didefinisikan sebagai suatu nilai tukar, prasyarat atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat (Matz-Usry, 1989: 19). Pengorbanan bukan diukur dari besarnya pengeluaran (uang) yang digunakan dalam proses produksi, melainkan melalui besarnya pengorbanan nilai yang bersifat ekonomis.

Dalam penyajian informasi biaya perlu dilakukan penggolongan biaya menurut jenisnya. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberikan informasi yang lebih berarti dalam berbagai tujuan penggunaannya. Penggolongan biaya ini harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang disajikan. Menurut jenisnya biaya dapat digolongkan menjadi (Supriyono 1994: 18-35):

- a. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktivitas perusahaan
 - Fungsi produksi, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual. Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi digolongkan kedalam biaya bahan baku; biaya tenaga kerja langsung; biaya overhead pabrik.
 - Fungsi pemasaran, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap dijual dengan cara yang memuaskan pembeli dan dapat memperoleh laba yang diinginkan perusahaan sampai dengan pengumpulan kas dari hasil penjualan. Biaya pemasaran adalah biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan : fungsi penjualan; fungsi penggudangan produk selesai; fungsi pengepakan dan pengiriman; fungsi advertensi; fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang; fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.
 - Fungsi administrasi dan umum, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan

perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna (efektif) dan berdaya guna (efisien). Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Termasuk dalam biaya ini gaji pimpinan tertinggi perusahaan, personalia, sekretariat, akuntansi, hubungan masyarakat, keamanan dan sebagainya.

- Fungsi keuangan, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dana yang diperlukan perusahaan. Biaya keuangan adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan.

b. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan

- Pengeluaran modal adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada beberapa periode akuntansi atau pada periode akuntansi yang akan datang. Pada saat terjadinya pengeluaran ini dikapitalisasi ke dalam harga perolehan aktiva, dan diperlakukan sebagai biaya pada periode akuntansi yang menikmati manfaatnya.
- Pengeluaran penghasilan adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi.

c. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume

- Biaya tetap (*fixed cost*) memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkat tertentu. (2) biaya

satuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan.

- Biaya variabel (*variable cost*) memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) biaya yang jumlah totalnya akan berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel. (2) Biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.
 - Biaya semi variabel (*semi variable cost*) dengan karakteristik sebagai berikut: (1) Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. (2) Biaya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan kegiatan tertentu semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.
- d. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai
- Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.
 - Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.
- e. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya

- Biaya terkendalikan (*controllable cost*) adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.
 - Biaya tidak terkendalikan (*uncontrollable cost*) adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan/pejabat tertentu berdasar wewenang yang dia miliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pejabat dalam jangka waktu tertentu.
- f. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan
- Biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan.
 - Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.

2. Dasar Konsumen

Penetapan harga jual atas dasar yang lain yaitu atas dasar kondisi selera konsumen atau permintaan konsumen. Apabila permintaan konsumen menghendaki harga jual yang rendah sebaiknya ditetapkan rendah dan sebaliknya apabila konsumen menghendaki harga jual yang tinggi maka sebaiknya ditetapkan tinggi pula. Dengan menetapkan harga tertentu maka akan terbentuklah citra atau “*image*” tertentu dari konsumen terhadap perusahaan.

Faktor biaya bagi pendekatan konsumen ini bukan merupakan kunci utama. Manajer dalam penentuan harga lebih banyak menggunakan faktor psikologis pembeli. Metode ini sering disebut sebagai “*persieved value pricing*”,

yaitu harga ditetapkan atas dasar persepsi konsumen terhadap harga. Dengan penetapan harga semacam ini maka konsumen akan merasa puas terhadap harga yang ditetapkan, karena mereka merasakan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai barang yang dibelinya. Walaupun harga barang tersebut sebenarnya jauh berada diatas biaya produksinya.

3. Dasar Persaingan

Dalam pendekatan ini harga ditetapkan menurut kebutuhan perusahaan dalam hal persaingannya dengan perusahaan lain yang sejenis. Pada situasi tertentu perusahaan harus menetapkan harga jualnya jauh dibawah biaya produksinya. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan untuk memenangkan persaingan, sebagai contoh yaitu politik dumping. Cara lain yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam melawan pesaingnya adalah dengan memberikan potongan harga, menerapkan sistem kredit dan juga pemberian hadiah. Metode ini menekankan pada apa yang telah, sedang dan akan dilakukan oleh pesaing.

D. Metode Penentuan harga jual

Harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Beberapa metode yang dapat digunakan dalam penentuan harga jual dengan mempertimbangkan faktor biaya, antara lain: penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam *cost-type contract* , penentuan harga jual pesanan khusus, penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah (Mulyadi, 1993: 350)

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

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya penuh masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan di atas jumlah biaya yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

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

1.1. *Cost-plus pricing*

Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal tersebut diatas, yaitu harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan. Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini, yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu *full costing* dan *variabel costing*. Unsur-unsur yang terdapat dalam pendekatan *full costing* dapat dilihat pada gambar2.1 dan unsur-unsur dalam pendekatan *variabel costing* pada gambar2.2.

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

Gambar2.1 Unsur biaya penuh dengan pendekatan *full costing*

Rumus perhitungan harga jual per unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa datang dibagi menjadi dua yaitu: (1) biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk, yang akan dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dan (2) biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk, yang akan ditambahkan pada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan pada gambar2.3.

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

Gambar2.2 Unsur biaya penuh dengan pendekatan *variable costing*

$$\text{Harga jual per unit} = \frac{\text{Biaya yang Berhubungan Langsung Dengan volume (per unit)}}{\text{volume produk}} + \text{persentase markup}$$

Persentase *markup* dihitung dengan rumus :

$$\text{persentase markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Gambar2.3 Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsung biaya dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variable costing*. Konsep

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

Konsep biaya langsung dan tidak langsung dengan volume produk pada pendekatan *full costing* berbeda dengan *variable costing*. Pada pendekatan *variable costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap.

1.2. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan pada dasarnya merupakan cost-plus pricing. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel, dok kapal dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual persatuan waktu yang dinikmati konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa, dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen. Oleh karena itu perlu dihitung harga jual persatuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen.

1. Penentuan harga jual waktu

Perusahaan bengkel dan perusahaan lain 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 dipekerjakannya dapat dengan mudah diidentifikasi kepada pesanan reparasi yang diterima dari pelanggan. Contoh tenaga kerja langsung dalam perusahaan bengkel mobil adalah mekanik dan ahli listrik.

Perusahaan dalam penyerahan jasa reparasi disamping mengeluarkan biaya bagi tenaga kerja langsung, juga mengeluarkan biaya-biaya lain. Biaya-biaya lain tersebut dimaksudkan untuk membantu tenaga kerja langsung dalam melaksanakan pekerjaannya. Biaya-biaya tersebut meliputi: biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya depresiasi aktiva tetap, biaya asuransi, biaya listrik, biaya air, biaya kantor, biaya reparasi aktiva tetap, dan biaya umum.

Perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam

Formula perhitungan harga jual waktu dapat dilihat pada gambar2.4 dan perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam pada gambar2.5.

Perhitungan *markup* atas biaya langsung

Markup di atas biaya langsung terdiri dari dua unsur : biaya tidak langsung dan laba yang diharapkan. Perhitungan *markup* dan unsur yang membentuk *markup* dapat dilihat pada gambar2.6.

Biaya tenaga kerja langsung	xxx
<i>Markup</i> perjam tenaga kerja langsung atau Persentase markup dari biaya tenaga kerja langsung	<u>xxx</u> +
Harga jual waktu	<u>xxx</u>
<i>Markup</i> atau persentase <i>markup</i> dihitung sebagai berikut :	
Biaya tidak langsung	xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Taksiran jam tenaga kerja langsung Atau taksiran biaya tenaga kerja langsung	<u>xxx</u> :
<i>Markup</i> perjam kerja langsung Atau persentase <i>markup</i> dari biaya tenaga kerja langsung	<u>xxx</u>

Gambar2.4 Formula harga jual waktu (*time pricing*)

Taksiran upah tenaga kerja langsung yang akan dibayarkan Kepada tenaga kerja langsung selama tahun anggaran	xxx
Biaya kesejahteraan tenaga kerja langsung (tunjangan Kesehatan, tunjangan kesejahteraan, dsb)	<u>xxx</u> +
Jumlah biaya tenaga kerja langsung	xxx
Jam kerja tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran (dihitung dengan mengalikan jumlah tenaga kerja langsung dengan jam kerja selama tahun anggaran)	<u>xxx</u> :
Biaya tenaga kerja langsung perjam	<u>xxx</u>

Gambar2.5 Formula perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam

2. Penentuan harga jual bahan dan suku cadang

Perusahaan bengkel dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi disamping menjual jam kerja tenaga kerja langsung , juga menjual bahan (seperti berbagai macam oli) dan suku cadang. Formula harga jual bahan dan suku cadang (*material pricing*) disajikan pada gambar2.7

Biaya tidak langsung	
Taksiran biaya tidak langsung selama tahun anggaran :	
Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja tidak langsung lain	Rp xxx
Biaya depresiasi aktiva tetap	xxx
Biaya asuransi	xxx
Biaya listrik	xxx
Biaya air	xxx
Biaya reparasi aktiva tetap	xxx
Biaya umum	<u>xxx</u> +
Jumlah biaya tidak langsung	Rp <u>xxx</u>
Perhitungan laba yang diharapkan	
Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran	Rp xxx
Tarif kembalikan investasi (<i>return on investment</i>) yang diharapkan (dalam persentase)	<u>xxx</u> x
Laba yang diharapkan per tahun	Rp <u>xxx</u>
Perhitungan markup	
Biaya tidak langsung	Rp xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Jam kerja tenaga kerja langsung atau biaya tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran	<u>xxx</u> :
<i>Markup</i> (dalam rupiah per jam tenaga kerja langsung) atau persentase <i>markup</i>	<u>xxx</u>

gambar2.6 perhitungan *markup* dan unsur yang membentuk *markup*

Harga beli bahan dan suku cadang	xxx
Persentase <i>markup</i> x harga beli bahan dan suku cadang	<u>xxx</u> +
Harga jual bahan dan suku cadang	<u>xxx</u>
Persentase <i>markup</i> dihitung dengan formula sebagai berikut:	
Biaya tidak langsung	xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran	<u>xxx</u> :
Persentase <i>markup</i>	<u>xxx</u>

Gambar2.7 Formula harga jual bahan dan suku cadang (*material pricing*)

2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract* (*cost-type contract pricing*)

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membelinya pada harga tertentu. Harga tersebut ditentukan berdasarkan pada total biaya sesungguhnya yang dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba. Laba dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Pada *cost-type contract* harga jual yang dibebankan pada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah 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. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, atau harga di bawah biaya penuh. Hal ini disebabkan karena pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Manajer penentu harga jual perlu mempertimbangkan beberapa hal untuk menerima pesanan khusus, antara lain :

1. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Oleh karena itu jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh pesanan yang reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dengan demikian jika misalnya kapasitas produksi belum seluruhnya dipakai, dan masih mampu untuk melayani pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menerima harga jual yang berada di bawah

harga jual normal atau di bawah biaya penuh. Dengan catatan harga jual tersebut masih di atas biaya variabel.

2. Jika perusahaan menerima pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, Hal ini disebabkan karena perusahaan harus beroperasi diatas kapasitas yang tersedia . Oleh karena itu harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual. Apabila harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya diferensial, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima.

4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

Produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah adalah untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas, seperti air, listrik, telepon dan telegraf, transportasi, dan jasa pos. Harga jual produk dan jasanya ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Biaya penuh masa yang akan datang dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Dengan demikian penentuan harga jual pada perusahaan ini adalah dengan metode *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*.

E. Perumusan Hipotesa

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa penetapan besarnya tarif service pada perusahaan sangat penting karena merupakan penentu besarnya laba dan volume penjualan. Kesalahan manajemen dalam mengambil kebijakan penetapan tarif service akan berakibat kerugian bagi perusahaan. Hal ini dapat mengganggu pertumbuhan perusahaan dan mengakibatkan perusahaan berhenti sebagai *going concern*. Penetapan tarif service pada perusahaan sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor intern maupun ekstern. Jadi perusahaan dalam mempertimbangkan penetapan tarifnya tidak hanya melihat faktor biaya saja melainkan faktor-faktor lain seperti tarif service pada bengkel lain sejenis. Sedangkan penetapan tarif menurut teori yaitu dengan pendekatan metode *time and material pricing* hanya melihat dari faktor biaya saja, karena dianggap sebagai satu-satunya faktor yang memberikan kepastian yang relatif tinggi. Adanya perbedaan penetapan tarif service antara perusahaan dengan menurut pendekatan metode *time and material pricing* menyebabkan besarnya tarif service yang terjadi juga berbeda. Dari perbedaan yang terjadi, dalam penelitian ini akan dilakukan analisis untuk mengetahui apakah perbedaan tersebut signifikan atau tidak, dengan merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H_0 : tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Victory Motor dengan metode *time and material pricing*.

H_1 : ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Victory Motor dengan metode *time and material pricing*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang metodologi penelitian yang dilakukan, antara lain jenis penelitian yang dilakukan, tempat dan lamanya waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data yang dicari, dan teknik mengumpulkan data, serta teknik menganalisis data.

A. Jenis penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berupa studi kasus pada bengkel “Victory Motor”. Jenis penelitian studi kasus ini merupakan penelitian terhadap obyek tertentu. Kesimpulan dari analisis hanya berlaku untuk variabel yang diteliti dan juga hanya berlaku bagi perusahaan yang bersangkutan.

B. Waktu dan tempat penelitian

1. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan, yaitu dari bulan februari sampai dengan bulan maret 2000

2. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan jasa reparasi yaitu bengkel Victory Motor di Yogyakarta.

C. Subyek dan obyek penelitian

1. Subyek penelitian

Yang menjadi subyek pada penelitian ini adalah pemilik perusahaan

2. Obyek penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah :

1. Seluruh biaya yang timbul dalam menghasilkan jasa reparasi
2. Hal-hal lain yang menyangkut penentuan tarif jasa service



D. Data yang dicari

1. Data gambaran umum perusahaan
2. Data biaya gaji dan upah selama tahun 1994 - 1998
3. Data jumlah jam kerja tenaga kerja langsung selama tahun 1994-1998
4. Presentase laba yang diharapkan
5. Data biaya tidak langsung selama tahun 1994 - 1998
6. Data lain yang berhubungan dengan penentuan tarif jasa service

E. Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung untuk memperoleh informasi mengenai gambaran umum perusahaan dan informasi yang berhubungan dengan penentuan tarif jasa service.

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang jelas mengenai laporan harga pokok dan harga jual jasa reparasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari sumber catatan atau arsip perusahaan.

F. Teknik analisis data

1. Teknik deskriptif

Teknik deskriptif yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen biaya yang berhubungan dengan penentuan tarif jasa service dan penyajian prosedur penentuan harga jual jasa reparasi.

2. Teknik analisis komparatif

Teknik analisis komparatif yaitu teknik analisis dengan memahami data dan membandingkan prosedur penentuan tarif jasa service hasil temuan di lapangan dengan prosedur penentuan tarif jasa service menurut kajian teori. Dari hasil perbandingan tersebut kemudian dilakukan analisis untuk mengetahui apakah perbedaan tersebut signifikan atau tidak signifikan sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Langkah-langkah analisis komparatif dalam penentuan tarif jasa reparasi adalah:

1. Mendeskripsikan besarnya tarif jasa service berdasarkan prosedur yang ada di perusahaan.
2. Menentukan besarnya tarif jasa service dengan pendekatan *time and material pricing*.
3. Membandingkan besarnya tarif jasa service berdasarkan prosedur di perusahaan dengan berdasarkan perhitungan menurut kajian teori.

3. Pengujian hipotesa

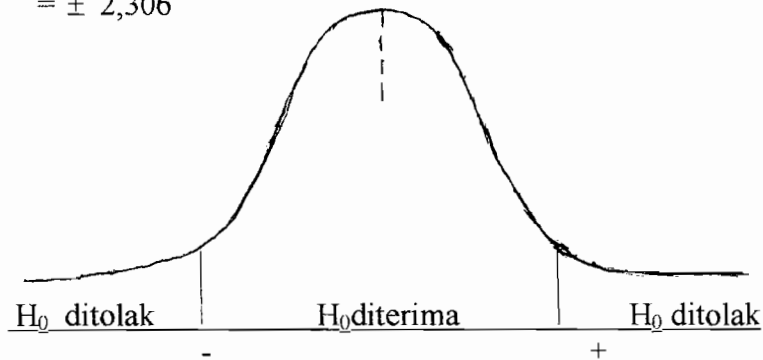
Hasil perbandingan yang telah dilakukan selanjutnya diuji untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan. Uji statistik yang digunakan adalah pengujian hipotesa terhadap perbedaan dua nilai rata-rata dengan sampel kecil. Dengan jumlah sampel sama atau lebih kecil dari 30 ($n \leq 30$), maka dipergunakan distribusi t dengan memperhatikan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $n - 1$. Berdasarkan hipotesa yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, pengujian hipotesa dilakukan dengan :

1. Menentukan daerah kritis pada tingkat kepercayaan 5%. Nilai $t(\alpha / 2, n_1 + n_2 - 2)$, dengan jumlah sampel 5 maka nilai t tabel adalah :

$$\text{Tabel } t = \pm t(5\% / 2, 5 + 5 - 2)$$

$$= \pm t(0,025, 8)$$

$$= \pm 2,306$$



2. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Dimana:

n_1 = sampel A

n_2 = sampel B

\bar{X}_1 = rata-rata A

\bar{X}_2 = rata-rata B

S_1 = standar deviasi A

S_2 = standar deviasi B

$$s = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (x_i - \bar{x})^2}$$

3. Dari hasil uji t dapat disimpulkan:

H_0 diterima apabila $-2,306 \leq t \text{ hitung} \leq +2,306$

H_0 ditolak apabila $t < -2,306$ atau $t > +2,306$

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini dikemukakan berbagai hal mengenai gambaran umum bengkel Victory Motor. Hal-hal yang dikemukakan adalah mengenai sejarah singkat berdirinya bengkel Victory motor, penetapan tarif service serta struktur organisasi dengan tugas masing-masing bagian

A. Sejarah singkat perusahaan

Victory Group merupakan perusahaan yang memiliki beberapa bidang usaha seperti bengkel motor, restaurant dan musik, serta pusat kebugaran tubuh (*fitness center*). Victory Motor adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa service motor dan pengadaan *spare part* motor, yang terdiri dari bengkel pusat dan cabang. Victory Motor yang berada di jalan Laksda Adisucipto merupakan bengkel cabang, yang dipimpin oleh bapak Agushendrisusanto. Bengkel Victory Motor didirikan pada tahun 1990 tepatnya pada tanggal 12 juni 1990, yang pada awalnya hanya memiliki lima orang karyawan. Sejalan dengan peningkatan kebutuhan konsumen atas pelayanan jasa service, maka usaha bengkel Victory juga semakin berkembang yaitu dengan bertambahnya jumlah karyawan bengkel yang menjadi berjumlah sekitar sepuluh orang. Perkembangan lain yaitu meningkatnya jumlah penjualan *spare part* motor.

Pemilik bengkel memilih lokasi di jalan Laksda Adisucipto karena merupakan daerah yang sangat strategis. Selain merupakan jalan utama yang menghubungkan kota yogyakarta dan kota solo, juga merupakan daerah yang banyak berdiri bengkel-bengkel

sejenis. Hal ini merupakan pendorong bagi perusahaan dalam bersaing untuk memajukan usahanya dalam kualitas barang, pelayanan dan harga.

Bengkel Victory Motor dalam usahanya memberikan tawaran beberapa jenis pelayanan kepada konsumennya, yaitu :

1. Service atau pelayanan perbaikan

yaitu berupa perawatan sepeda motor untuk segala merk, yang terdiri dari dua jenis yaitu service ringan dan berat. Perawatan sepeda motor dengan service ringan yaitu berupa pembersihan pada bagian mesin, pengantian oli dan perbaikan ringan yang dikeluhkan oleh pelanggan seperti pembetulan rem, perbaikan pada lampu, penggantian baut atau mur dan sebagainya. Sedangkan perawatan dengan service berat yaitu selain perbaikan ringan juga perbaikan pada kerusakan yang mengharuskan penggantian *spare part* bagian-bagian vital motor.

2. Pengadaan *Spare part* dan bahan

yaitu penyediaan suku cadang dengan bermacam merk serta bahan lain untuk keperluan motor seperti oli, bila konsumen menghendaki pengantiannya.

B. Lokasi perusahaan

Bengkel Victory Motor terletak di jalan Solo-Yogyakarta tepatnya di jalan Laksda Adisucipto No.150 Yogyakarta.

C. Prosedur penetapan tarif service

Bengkel Victory dalam penetapan tarif servicenya diserahkan sepenuhnya oleh cabang. Pada bengkel cabang di jalan Adisucipto, penetapan tarifnya dengan hanya

membandingkan atau melihat tarif service pada bengkel-bengkel lain yang sejenis. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bila tarif yang ditetapkan lebih tinggi dari pasar maka perusahaan akan kehilangan pelanggan sehingga akan mengurangi pendapatan, dan bila lebih rendah kemungkinan akan kurang menguntungkan walaupun memperoleh banyak pelanggan. Sehingga perusahaan memperhatikan atau mengikuti tarif yang ada di pasaran.

Sedangkan untuk harga jual *spare part* dan bahan, penetapan harganya ditentukan dari pusat sehingga bengkel cabang hanya menjualnya dengan harga yang sudah ditentukan.

D. Struktur organisasi perusahaan

Berdasarkan struktur organisasinya, bengkel Victory dipimpin oleh pemilik bengkel sendiri yang membawahi bagian penjualan dan membawahi bagian bengkel. Jumlah karyawan pada bengkel Victory Motor adalah sepuluh orang. Pada bagian bengkel terdiri dari 5 sampai 6 orang montir yang diawasi oleh seorang kepala montir. Bagian penjualan membawahi bagian kasir. Untuk bagan struktur organisasinya dapat dilihat pada gambar 4.1

E. Tugas masing-masing bagian

Pemilik bengkel

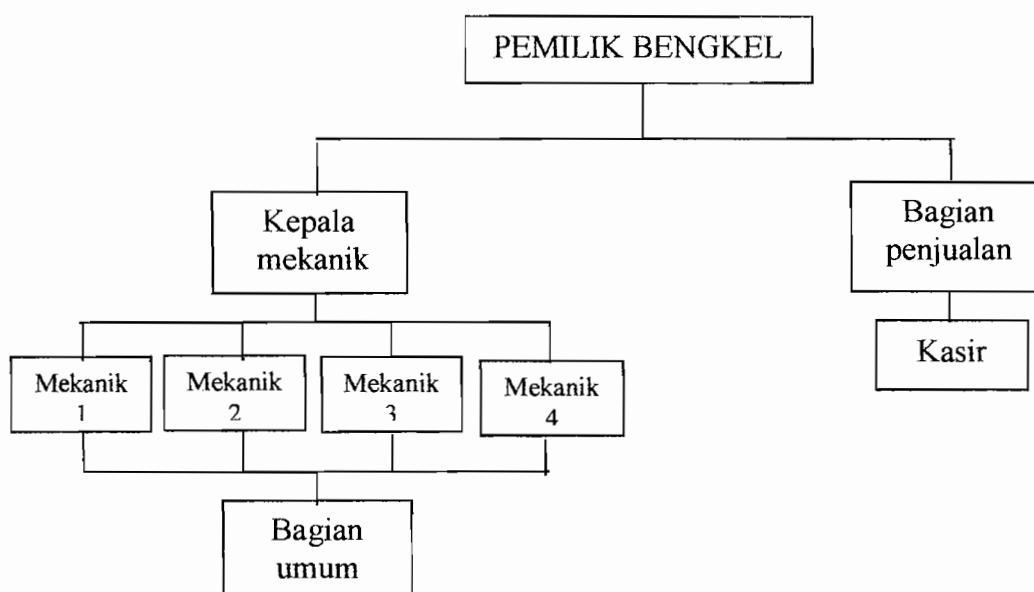
Tugas dari pemilik bengkel secara umum adalah:

- a. Penanggung jawab tertinggi dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan dari segi manajemen dan pengambilan keputusan.

- b. Membina dan mengawasi seluruh kegiatan perusahaan dalam rangka mengkoordinir seluruh bagian yang ada.

Bagian Kasir

Tugas pokok dari bagian kasir yaitu menerima pembayaran dari konsumen, melakukan penyetoran kepada pimpinan perusahaan dan membuat laporan rekap perusahaan untuk pimpinan. Selain itu bagian kasir bertugas melakukan kegiatan yang berhubungan langsung dengan karyawan, seperti menilai prestasi karyawan maupun para mekaniknya dan menangani masalah pembayaran gaji.



Gambar 4.1 Struktur organisasi perusahaan

Bagian penjualan

Tugas utama dari bagian penjualan adalah melakukan transaksi penjualan jasa service dan bahan serta *spare part*. Kemudian atas dasar bukti transaksi dari bagian penjualan konsumen kemudian melakukan pembayaran pada kasir.

Bagian umum

Bagian umum bertugas melakukan pengecekan jumlah stock barang untuk melakukan pemesanan barang atas persetujuan dari pimpinan.

Bagian mekanik

Tugas bagian mekanik yaitu memberikan pelayanan service kepada setiap pelanggan, baik berupa perawatan rutin maupun dengan penggantian *spare part*. Para mekanik dalam melakukan kegiatannya diawasi oleh satu orang mandor atau kepala mekanik.

F. Sistem penggajian

Sistem penggajian yang dilakukan oleh bengkel Victory Motor bagi tiap karyawan berbeda-beda menurut bagian-bagiannya. Untuk karyawan yang bertugas dibagian penjualan atau karyawan non bengkel gaji dibayarkan setiap satu bulan sekali, sedangkan pada bagian bengkel (mekanik) dibayarkan setiap satu minggu sekali. Besar gaji untuk para mekanik dilihat dari jumlah pengerjaan service motor setiap hari, yang kemudian diakumulasi setiap 1 minggu pada saat pembayaran.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan pada bab I. Data yang ada kemudian dianalisis dengan menggunakan metode-metode berdasarkan teori yang telah diuraikan pada bab II terdahulu. Berdasarkan hasil analisis yang ada kemudian dilakukan suatu pembahasan untuk menarik suatu kesimpulan.

A. Deskripsi data

Penetapan tarif service dan harga jual bahan dan suku cadang melibatkan beberapa unsur biaya, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan ataupun yang tidak langsung. Berikut diuraikan data-data yang berhubungan dengan penetapan tarif service dan harga jual bahan dan suku cadang pada bengkel Victory Motor:

1. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah atau gaji untuk tenaga-tenaga yang menghasilkan jasa service. Pada bengkel Victory Motor dibagi menjadi dua, yaitu untuk pengerjaan service berat dan untuk pengerjaan service ringan. Rincian biaya tenaga kerja langsung tersebut dapat dilihat pada tabel V.1.

2. Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung berupa biaya gaji bagi pengawas dan tenaga kerja tidak langsung lain, biaya listrik, biaya asuransi, biaya telpon dan biaya depresiasi aktiva tetap. Total biaya tidak langsung dapat dilihat pada tabel V.2.

Tabel V.1 Biaya tenaga kerja langsung

Tahun	Biaya Gaji	
	Service berat	Service ringan
1994	Rp 4.360.000,00	Rp 18.586.000,00
1995	Rp 5.455.000,00	Rp 16.843.500,00
1996	Rp 5.395.000,00	Rp 17.036.500,00
1997	Rp 7.375.000,00	Rp 14.803.000,00
1998	Rp 7.792.000,00	Rp 16.925.000,00

Sumber : bengkel Victory Motor

Tabel V.2 Biaya tidak langsung

Tahun	Total biaya tidak langsung
1994	Rp 15.124.800,00
1995	Rp 16.204.800,00
1996	Rp 16.234.800,00
1997	Rp 19.336.800,00
1998	Rp 20.036.800,00

Sumber : bengkel Victory Motor

3. Jam kerja tenaga kerja langsung

Jam kerja tenaga kerja langsung adalah total jam yang digunakan dalam menghasilkan jasa service. Total jam kerja langsung dapat dilihat pada tabel V.3.

Tabel V.3. Total jam kerja langsung

Tahun	Jumlah jam kerja	
	Service berat	Service ringan
1994	2.343,5 jam	7.434,5 jam
1995	2.345,65 jam	6.737,5 jam
1996	2.319,85 jam	5.678,5 jam
1997	2.114,16 jam	2.960,5 jam
1998	2.233,7 jam	3.385 jam

Sumber : bengkel Victory Motor

B. Perbandingan prosedur penetapan tarif pada bengkel Victory Motor dengan menurut metode *time and material pricing*

1. Deskripsi besarnya tarif service pada bengkel Victory Motor

Besarnya tarif service pada bengkel Victory Motor di tentukan dengan memperhatikan tarif pada bengkel-bengkel lain sejenis. Bengkel victory tidak melihat faktor biaya sebagai bahan pertimbangan penentuan tarifnya tetapi dengan melihat pasar. Untuk besarnya tarif service pada bengkel Victory Motor dapat dilihat pada tabel V.4. Tarif service yang ada merupakan tarif per motor atau per pelayanan sedangkan untuk per jamnya dapat dilihat pada tabel V.5. Tarif per jam diperoleh dengan membagi besarnya tarif per motor dengan lamanya waktu pengerjaan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan diketahui lamanya waktu pengerjaan untuk service berat adalah 2,15 jam sedangkan untuk service ringan adalah 0,5 jam.

Tabel V.4 Tarif service

Tahun	Tarif Service	
	Service Berat	Service Ringan
1994	Rp 8.000,00	Rp 2.500,00
1995	Rp 10.000,00	Rp 2.500,00
1996	Rp 10.000,00	Rp 3.000,00
1997	Rp 15.000,00	Rp 5.000,00
1998	Rp 15.000,00	Rp 5.000,00

Sumber : bengkel Victory Motor

Tabel V.5 Tarif service per jam

Tahun	Tarif service	
	Service berat	Service ringan
1994	Rp 3.720,93	Rp 5.000,00
1995	Rp 4.651,16	Rp 5.000,00
1996	Rp 4.651,16	Rp 6.000,00
1997	Rp 6.976,74	Rp10.000,00
1998	Rp 6.976,74	Rp10.000,00

Sumber : bengkel Victory Motor

2. Perhitungan tarif service dengan metode *time and material pricing*

Berdasarkan teori yang telah diuraikan pada bab dua terdahulu bahwa untuk mengetahui besarnya tarif service perlu diperhitungkan unsur-unsur yang terkait didalamnya. Berikut ini di sajikan perhitungan unsur-unsur tersebut dan perhitungan tarif service per jam menurut metode *time and material pricing* :

1. Perhitungan laba yang diharapkan

Laba yang diharapkan oleh perusahaan ditetapkan sebesar 30% dari total biaya tenaga kerja langsung, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 (\text{tahun 1994}) &= \text{Total biaya tenaga kerja langsung} \times \% \text{ laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 22.946.000,00 \times 30\% \\
 &= \text{Rp } 6.883.800,00
 \end{aligned}$$

Dengan perhitungan yang sama dapat dilihat besarnya laba yang diharapkan untuk masing-masing tahun pada tabel V.6

Tabel V.6 Laba yang diharapkan

Tahun	Laba yang diharapkan
1994	Rp6.883.800,00
1995	Rp6.689.550,00
1996	Rp6.729.450,00
1997	Rp6.653.400,00
1998	Rp7.415.100,00

Sumber : bengkel Victory Motor

2. Perhitungan *markup* untuk tarif service

Markup dihitung dengan rumus sebagai berikut :

Biaya tidak langsung	Rp 15.124.800,00
Laba yang diharapkan	<u>Rp 6.883.800,00</u> +
	Rp 22.008.600,00
Biaya tenaga kerja langsung	<u>Rp 22.946.000,00</u> :
<i>Markup</i>	0,959147564

Dengan perhitungan yang sama dapat dilihat besarnya *markup* untuk tiap tahunnya pada tabel V.7.

Tabel V.7 Besarnya *markup*

Tahun	<i>Mark Up</i>
1994	0,959147564
1995	1,026721528
1996	1,023750084
1997	1,171891063
1998	1,110648541

3. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam

Biaya tenaga kerja langsung per jam di hitung dengan membagi total biaya tenaga kerja langsung selama satu tahun dengan jumlah jam kerja selama satu tahun. Berikut ditunjukkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam untuk masing-masing jenis service pada tahun 1994 :

$$\text{Biaya tenaga kerja langsung / jam} = \frac{\text{Total biaya tenaga kerja langsung}}{\text{total jam kerja}}$$

$$(\text{service berat}) = \frac{\text{Rp } 4.360.000,00}{2.343,5 \text{ jam}} = \text{Rp } 1.860,46$$

$$(\text{service ringan}) = \frac{\text{Rp } 18.586.000,00}{7.434,5 \text{ jam}} = \text{Rp } 2.499,97$$

Dengan perhitungan yang sama, dapat dilihat besar biaya tenaga kerja langsung per jam pada tabel V.8.

Tabel V.8 Biaya tenaga kerja langsung per jam

Tahun	Gaji tenaga kerja langsung per jam	
	Service berat	Service ringan
1994	Rp 1.860,46	Rp 2.499,97
1995	Rp 2.325,58	Rp 2.499,96
1996	Rp 2.325,58	Rp 3.000,18
1997	Rp 3.488,38	Rp 5.000,17
1998	Rp 3.488,38	Rp 5.000,00

4. Perhitungan tarif service per jam

Setelah mengetahui hasil perhitungan unsur-unsur penentuan tarif service, berikut ini disajikan perhitungan tarif service perjam dan besarnya tarif service menurut perhitungan metode *time and material pricing*. Perhitungan dan besar tarif dapat dilihat pada tabel V.9 untuk service berat dan pada tabel V.10 untuk service ringan.

Tabel V.9 Perhitungan tarif service berat per jam

Tahun	Biaya tenaga kerja langsung per jam (A)	Markup (B)	Markup per jam kerja tenaga kerja langsung (AxB)=(C)	Tarif service per jam (A+C)
1994	Rp 1.860,47	0,959147564	Rp 1.784,47	Rp 3.644,94
1995	Rp 2.325,58	1,026721528	Rp 2.387,72	Rp 4.713,30
1996	Rp 2.325,58	1,023750084	Rp 2.380,81	Rp 4.706,39
1997	Rp 3.488,38	1,171891063	Rp 4.088,00	Rp 7.576,38
1998	Rp 3.488,38	1,110648541	Rp 3.874,36	Rp 7.362,74

Tabel V.10 Perhitungan tarif service ringan per jam

Tahun	Biaya tenaga kerja langsung per jam (A)	Markup (B)	Markup per jam kerja tenaga kerja langsung (AxB)=(C)	Tarif service per jam (A+C)
1994	Rp 2.499,97	0,959147564	Rp 2.397,84	Rp 4.897,81
1995	Rp 2.499,96	1,026721528	Rp 2.566,76	Rp 5.066,72
1996	Rp 3.000,18	1,023750084	Rp 3.071,43	Rp 6.071,61
1997	Rp 5.000,17	1,171891063	Rp 5.859,65	Rp 10.859,82
1998	Rp 5.000,00	1,110648541	Rp 5.553,24	Rp 10.553,24

3. Perbandingan tarif service pada bengkel Victory Motor dengan berdasarkan metode *time and material pricing*

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat dilihat adanya perbedaan besarnya tarif service per jam menurut kajian teori dengan tarif service pada perusahaan. Perbedaan tersebut pada tiap tahunnya berbeda. Perbedaan yang

ada disebabkan oleh perbedaan prosedur penetapan tarif yang ada pada bengkel Victory Motor dengan prosedur menurut metode *time and material pricing*. Bengkel Victory Motor menjadikan tarif service yang ada di pasaran sebagai bahan pertimbangan penetapan tarif servicenya. Sedangkan menurut metode *time and material pricing* biaya merupakan faktor utama dalam penetapan tarif service dengan prosedur yang telah diuraikan pada analisis data diatas. Selisih tarif service untuk masing-masing jenis dapat dilihat secara lebih jelas perbandingannya pada tabel V.11 dan tabel V.12.

Tabel V.11
Perbandingan tarif service menurut perusahaan
dengan menurut kajian teori
(service berat)

Tahun	Tarif service per jam		Selisih tarif
	Kajian teori	Perusahaan	
1994	Rp 3.669,93	Rp 3.720,93	-Rp 51,00
1995	Rp 4.869,73	Rp 4.651,16	Rp 218,57
1996	Rp 4.815,19	Rp 4.651,16	Rp 164,03
1997	Rp 7.662,33	Rp 6.976,74	Rp 685,59
1998	Rp 7.417,07	Rp 6.976,74	Rp 440,33

Tabel V.12
Perbandingan tarif service menurut perusahaan
Dengan menurut kajian teori
(service ringan)

Tahun	Tarif service per jam		Selisih tarif
	Kajian teori	Perusahaan	
1994	Rp 4.931,43	Rp 5.000,00	-Rp 68,57
1995	Rp 5.234,88	Rp 5.000,00	Rp 234,88
1996	Rp 6.211,60	Rp 6.000,00	Rp 211,60
1997	Rp 10.982,64	Rp 10.000,00	Rp 982,64
1998	Rp 10.631,11	Rp 10.000,00	Rp 631,11

C. Pengujian hipotesa

Perbedaan tarif service menurut kajian teori dengan menurut perusahaan selanjutnya diuji untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan atau tidak. Perbedaan ini dapat diuji dengan menggunakan test hipotesa, dengan tingkat kepercayaan 5%. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 5 yaitu berupa tarif service selama lima tahun. Pengujian ini menggunakan uji t (tabel t), karena jumlah sampel < 30. Dengan tingkat kepercayaan 5% nilai t tabel ($5\% / 2$, $5 + 5 - 2$) = $\pm 2,306$. Pengujian nilai t dapat diketahui dengan perhitungan sebagai berikut :

1. Menghitung besarnya standar deviasi yang dapat dilihat pada tabel V.13 dan tabel

V.14

Tabel V.13
Elemen perhitungan Standar deviasi (service berat)
(dalam Rp)

Thn	X_1	X_2	$(X_1 - \bar{X}_1)$	$(X_2 - \bar{X}_2)$	$(X_1 - \bar{X}_1)^2$	$(X_2 - \bar{X}_2)^2$
1994	3.720,93	3.644,94	-1.674,42	-1.955,81	2.803.682,34	3.825.192,76
1995	4.651,16	4.713,30	- 774,19	- 887,46	599.370,16	787.585,25
1996	4.651,16	4.706,39	- 774,19	- 894,36	599.370,16	799.879,81
1997	6.976,74	7.576,38	1.581,39	1.975,63	2.500.794,33	3.903.113,90
1998	6.976,74	7.362,74	1.581,39	1.761,99	2.500.794,33	3.104.608,76
Σ	26.976,73	28.003,75			9.004.011,32	12.420.380,48

Tabel V.14
Elemen perhitungan standar deviasi (service ringan)
(dalam Rp)

Thn	X_1	X_2	$(X_1 - \bar{X}_1)$	$(X_2 - \bar{X}_2)$	$(X_1 - \bar{X}_1)^2$	$(X_2 - \bar{X}_2)^2$
1994	5.000	4.897,81	- 2.200	- 2.592,03	4.840.000	6.718.619,52
1995	5.000	5.066,72	- 2.200	- 2.423,12	4.840.000	5.871.510,53
1996	6.000	6.071,61	- 1.200	- 1.418,23	1.440.000	2.011.376,33
1997	10.000	10.859,82	2.800	3.369,98	7.840.000	11.356.765,20
1998	10.000	10.553,24	2.800	3.063,40	7.840.000	9.384.419,56
Σ	36.000	37.449,20			26.800.000	35.342.691,14

X_1 merupakan besarnya tarif service perjam yang ada di perusahaan selama tahun 1994 sampai dengan tahun 1998, sedangkan X_2 adalah besarnya tarif perjam menurut kajian teori. Dari total tarif service per jam dapat diperoleh rata-rata tarif selama lima tahun, setelah itu dapat dihitung standar deviasi untuk masing-masing

jenis service. Perhitungan rata-rata tarif dan standar deviasi dapat dilihat pada uraian berikut :

1. Rata-rata tarif service

A. Rata-rata tarif service berat

$$\bar{X}_1 = \frac{Rp\ 26.976,73}{5} = Rp\ 5.395,35$$

$$\bar{X}_2 = \frac{Rp\ 28.003,75}{5} = Rp\ 5.600,75$$

B. Rata-rata tarif service ringan

$$\bar{X}_1 = \frac{Rp\ 36.000,00}{5} = Rp\ 7.200,00$$

$$\bar{X}_2 = \frac{Rp\ 37.449,20}{5} = Rp\ 7.489,84$$

2. Standar deviasi

A. Standar deviasi jenis service berat

Berdasarkan tabel V.14 standar deviasi untuk jenis service berat dapat dicari dengan perhitungan sebagai berikut :

$$S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_1 - \bar{X}_1)^2}$$

$$S_1 = \sqrt{\frac{1}{5-1} \times Rp\ 9.004.011,32}$$

$$= \sqrt{Rp\ 2.251.002,83}$$

$$= Rp\ 1.500,33$$

$$S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_2 - \bar{X}_2)^2}$$

$$S_2 = \sqrt{\frac{1}{5-1} \times Rp\ 12.420.380,48}$$

$$= \sqrt{Rp\ 3.105.095,12}$$

$$= Rp\ 1.762,13$$

B. Standar deviasi jenis service ringan

Berdasarkan tabel V.15 standar deviasi untuk jenis service ringan dapat dicari dengan perhitungan sebagai berikut :

$$S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_1 - \bar{X}_1)^2}$$

$$S_1 = \sqrt{\frac{1}{5-1} \times Rp\ 26.800.000,00}$$

$$= \sqrt{Rp\ 6.700.000,00}$$

$$= Rp\ 2.588,44$$

$$S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_2 - \bar{X}_2)^2}$$

$$S_2 = \sqrt{\frac{1}{5-1} \times Rp\ 35.342.691,14}$$

$$= \sqrt{Rp 8.835.672,79}$$

$$= Rp 2.972,49$$

2. Setelah diketahui besarnya standar deviasi untuk masing-masing jenis service, selanjutnya mencari besarnya t hitung. Berikut ini diuraikan penghitungannya untuk masing-masing jenis :

A. Jenis service berat

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}}$$

$$= \frac{Rp 5.395,35 - Rp 5.600,75}{\sqrt{\frac{(5-1)Rp 1.500,33^2 + (5-1)Rp 1.762,13^2}{(5+5-2)} \sqrt{\frac{1}{5} + \frac{1}{5}}}}$$

$$= \frac{-Rp 205,40}{\sqrt{Rp 2.678.046,12} \sqrt{0,4}}$$

$$= \frac{-Rp 205,40}{Rp 1.035,00} = -0,1984541062$$

$$= -0,198 \text{ (pembulatan)}$$

B. Jenis service ringan

Dengan rumus yang sama, t hitung untuk service ringan dapat di peroleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{Rp\ 7.200,00 - Rp\ 7.489,84}{\sqrt{\frac{(5-1)Rp\ 2.588,43^2 + (5-1)Rp\ 2.972,49^2}{(5+5-2)}} \sqrt{\frac{1}{5} + \frac{1}{5}}} \\
 &= \frac{-Rp\ 289,84}{\sqrt{Rp\ 7.767.859,22} \sqrt{0,4}} \\
 &= \frac{-Rp\ 289,84}{Rp\ 1.762,72} = -0,1644277026414 \\
 &= -0,164 \text{ (pembulatan)}
 \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil uji statistik di atas untuk masing-masing jenis service, t hitung lebih besar dari pada t tabel, yaitu untuk service berat terletak antara $-2,306 < -0,198 < 2,306$ dan untuk service ringan terletak antara $-2,306 < -0,164 < 2,306$, yang berarti hipotesa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini mengandung arti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif service pada bengkel Victory motor dengan menurut metode *time and material pricing*. Dari hasil analisis dan pengujian hipotesa dapat dilihat bahwa tarif service yang ditetapkan oleh Victory Motor lebih kecil di bandingkan dengan metode *time and material pricing*, namun selisihnya tidak besar. Hal ini disebabkan oleh perbedaan prosedur penetapan tarif.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang dirumuskan dengan melihat hasil penelitian dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab terdahulu. Berdasarkan kesimpulan diajukan beberapa saran yang ditujukan bagi perusahaan yang bersangkutan.

A. Kesimpulan

Penetapan tarif service yang dilakukan oleh bengkel Victory Motor dilakukan dengan melihat tarif service yang ada dipasaran, yaitu tarif service pada bengkel-bengkel sejenis. Sedangkan menurut metode *time and material pricing*, penetapan tarif service dilakukan dengan cara memperhitungkan biaya. Tarif tersebut diperoleh dengan menjumlahkan biaya tenaga kerja langsung per jam dengan persentase *markup* dikalikan biaya tenaga kerja langsung per jam.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian di bengkel Victory Motor yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif service yang ada diperusahaan dengan tarif service menurut kajian teori. Hal ini didukung dengan hasil uji statistik yaitu penerimaan hipotesa H_0 karena masuk di daerah penerimaan dalam kurva normal, dengan nilai sebesar $-0,198$ untuk jenis service berat dan $-0,164$ untuk jenis service ringan.



B. Keterbatasan penelitian

1. Dari hasil penelitian ini tidak diperoleh informasi mengenai prosedur penetapan tarif service yang ada pada bengkel Victory Motor secara mendetail, khususnya untuk perhitungan biaya. Sehingga hanya diuraikan prosedur penetapan tarif service bengkel Victory Motor dengan pertimbangan nonbiaya.
2. Hasil deskripsi data yang ada dalam penelitian ini berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari karyawan atau staff perusahaan di bengkel Victory Motor. Data dan informasi yang diperoleh tersebut sudah sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya atau tidak, tidak dapat diperoleh informasi yang mendetail.
3. Dalam skripsi ini tidak dibahas mengenai perhitungan harga jual bahan. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak selalu membeli bahan atau suku cadang di Victory Motor bila ada kerusakan, jadi hanya memanfaatkan jasa service saja. Selain itu, ada pula konsumen yang membeli bahan dan suku cadang pada Victory Motor tetapi tidak menggunakan jasa servicenya.

C. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang penetapan tarif service dengan metode *time and material pricing* pada bengkel Victory Motor yang berlokasi di jalan Laksda Adisucipto, dapat disarankan :

1. Sebaiknya perusahaan dalam pencatatan keuangannya menyelenggarakan sistem akuntansi, minimal melakukan pembukuan sederhana yaitu menyangkut pembukuan atas pemasukan dan pengeluaran kas. Sistem akuntansi dapat membantu perusahaan dalam memberikan informasi yang dapat mendukung terselenggaranya kegiatan

perusahaan, khususnya informasi akuntansi yang berhubungan dengan penetapan tarif service.

2. Perusahaan dalam penetapan tarif service, selain mempertimbangkan faktor pesaing atau pasar juga sebaiknya mulai melihat faktor biaya sebagai pertimbangan. Walaupun dari hasil penelitian menunjukkan perbedaan antara penetapan tarif service pada Victory Motor dengan berdasarkan metode *time and material pricing* tidak signifikan, namun faktor biaya dapat memberikan kepastian yang relatif tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyuwono, Nugroho. (1996). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Jilid 2. Yogyakarta: AMP YKPN
- Gitosudarmo, Indriyo. (1994). *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Matz dan Usry. (1989). *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid I. Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, (1992). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi I. Yogyakarta: BP-STIE YKPN.
- Mulyadi, (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi 2. Yogyakarta: BP-STIE YKPN.
- Stanton, William J. (1985). Terjemahan. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 2. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, J. (1994). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, R.A. (1994). *Akuntansi Biaya (Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok)*. Edisi kedua. Yogyakarta:BPFE.
- Supriyono, R.A. – Mulyadi. (1989). *Akuntansi Manajemen 3 : Proses Pengendalian Manajemen*. Edisi I. Yogyakarta: BPFE dengan STIE YKPN Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Ibnu, SW. (1988). *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Liberty.

L a m p i r a n

Pedoman Wawancara

A. Sejarah berdirinya bengkel

1. Kapan bengkel Victory Motor didirikan ?
2. Oleh siapa bengkel didirikan dan di mana?
3. Apakah bengkel Victory mempunyai lokasi ditempat lain ?
4. Apakah ada alasan tertentu dalam pemilihan lokasi perusahaan?
5. Bagaimana perkembangan bengkel Victory dari awal operasi hingga sekarang?
6. Bagaimana Struktur organisasi perusahaan dan apa tugas masing-masing bagian dalam struktur?

B. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan yang dimiliki bengkel Victory Motor?
2. Bagaimana sistem penggajian yang dilakukan oleh bengkel Victory Motor?
3. Berapa jam karyawan harus bekerja setiap harinya?

C. Jasa Service

1. Ada berapa jenis service yang ditawarkan oleh Victory Motor?
2. Apakah ada tawaran pelayanan lain selain service motor?
3. Apakah bengkel Victory membatasi pelayanan bagi merk motor tertentu?
4. Berapa tarif service yang ditetapkan perusahaan selama tahun 1994 –1998?
5. Bagaimana bengkel Victory Motor menentukan tarif service?

D. Biaya

1. Berapa biaya tenaga kerja langsung (mekanik) yang terjadi selama tahun 1994 – 1998?
 2. Apakah ada pemisahan biaya tenaga kerja langsung berdasarkan jenis service?
 3. Berapa biaya gaji tenaga kerja langsung yang terjadi selama tahun 1994 – 1998?
 4. Berapa biaya penyusutan aktiva tetap yang terjadi selama tahun 1994 – 1998?
 5. Berapa biaya listrik yang terjadi selama tahun 1994 – 1998?
 6. Berapa biaya telpon yang terjadi selama tahun 1994 – 1998?
 7. Berapa biaya asuransi yang terjadi selama tahun 1994 – 1998? (kalau ada)
- E. Berapakah laba yang diharapkan oleh bengkel ? (dalam persentase)
- F. Berapa total aktiva bengkel selama tahun 1994 – 1998?
- G. Berapa laba yang dihasilkan bengkel selama tahun 1994 – 1998?

Lampiran 1

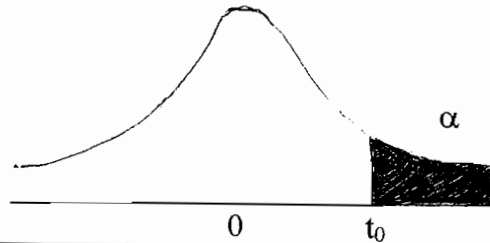
Rincian biaya tidak langsung

(dalam Rp)

	1994	1995	1996	1997	1998
Gaji pengawas	6.000.000	7.200.000	7.200.000	8.400.000	8.400.000
Biaya listrik	840.000	720.000	750.000	900.000	1.600.000
Biaya asuransi	-	-	-	864.000	864.000
Biaya telpon	-	-	-	888.000	888.000
Biaya depresiasi	8.284.800	8.284.800	8.284.800	8.284.800	8.284.800
Total	15.124.800	16.204.800	16.234.800	19.336.800	20.036.800

Sumber : bengkel Victory Motor

TABLE Percentage Points of t Distributions



d.f.	α	t ₀							
		.25	.10	.05	.025	.01	.00833	.00625	.005
1		1.000	3.078	6.314	12.706	31.821	38.190	50.923	63.657
2		.816	1.886	2.920	4.303	6.965	7.649	8.860	9.925
3		.765	1.638	2.353	3.182	4.541	4.857	5.392	5.841
4		.741	1.533	2.132	2.776	3.747	3.961	4.315	4.604
5		.727	1.476	2.015	2.571	3.365	3.534	3.810	4.032
6		.718	1.440	1.943	2.447	3.143	3.287	3.521	3.707
7		.711	1.415	1.895	2.365	2.998	3.128	3.335	3.499
8		.706	1.397	1.860	2.306	2.896	3.016	3.206	3.355
9		.703	1.383	1.833	2.262	2.821	2.933	3.111	3.250
10		.700	1.372	1.812	2.228	2.764	2.870	3.038	3.169
11		.697	1.363	1.796	2.201	2.718	2.820	2.981	3.106
12		.695	1.356	1.782	2.179	2.681	2.779	2.934	3.055
13		.694	1.350	1.771	2.160	2.650	2.746	2.896	3.012
14		.692	1.345	1.761	2.145	2.624	2.718	2.864	2.977
15		.691	1.341	1.753	2.131	2.602	2.694	2.837	2.947
16		.690	1.337	1.746	2.120	2.583	2.673	2.813	2.921
17		.689	1.333	1.740	2.110	2.567	2.655	2.793	2.898
18		.688	1.330	1.734	2.101	2.552	2.639	2.775	2.878
19		.688	1.328	1.729	2.093	2.539	2.625	2.759	2.861
20		.687	1.325	1.725	2.086	2.528	2.613	2.744	2.845
21		.686	1.323	1.721	2.080	2.518	2.601	2.732	2.831
22		.686	1.321	1.717	2.074	2.508	2.591	2.720	2.819
23		.685	1.319	1.714	2.069	2.500	2.582	2.710	2.807
24		.685	1.318	1.711	2.064	2.492	2.574	2.700	2.797
25		.684	1.316	1.708	2.060	2.485	2.566	2.692	2.787
26		.684	1.315	1.706	2.056	2.479	2.559	2.684	2.779
27		.684	1.314	1.703	2.052	2.473	2.552	2.676	2.771
28		.683	1.313	1.701	2.048	2.467	2.546	2.669	2.763
29		.683	1.311	1.699	2.045	2.462	2.541	2.663	2.756
30		.683	1.310	1.697	2.042	2.457	2.536	2.657	2.750
40		.681	1.303	1.684	2.021	2.423	2.499	2.616	2.704
60		.679	1.296	1.671	2.000	2.390	2.463	2.575	2.660
120		.677	1.289	1.658	1.980	2.358	2.428	2.536	2.617
∞		.674	1.282	1.645	1.960	2.326	2.394	2.498	2.576