

PENENTUAN HARGA POKOK JASA DENGAN MENGUNAKAN *ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM*

STUDI KASUS PADA PT INA MEDIA WISATA MAS

SKRIPSI

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



Oleh :

AGNES SITA DAMARANI

NIM : 95 2114 062

NIRM : 950051121303120056

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

Skripsi

PENENTUAN HARGA POKOK JASA DENGAN

MENGGUNAKAN *ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM*

STUDI KASUS PADA PT. INA MEDIA WISATA MAS

Oleh :

Agnes Sita Damarani

NIM : 95 2114 062

NIRM : 950051121303120056

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I:

Tanggal 15 September 2000



Drs. F.A. Joko Siswanto, M.M. Akt

Pembimbing II

Tanggal 21 September 2000



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

S k r i p s i
PENENTUAN HARGA POKOK JASA DENGAN MENGGUNAKAN
ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM
STUDI KASUS PADA PT. INA MEDIA WISATA MAS

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Agnes Sita Damarani

NIM : 95 2114 062

NIRM : 950051121303120056

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 27 September 2000
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap
Ketua	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.
Anggota	Drs. F.A. Joko Siswanto, M.M. Akt.
Anggota	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.
Anggota	Drs. Hg. Suseno TW., M.S.

Tanda tangan

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

Yogyakarta, 30 September 2000

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma


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

*It's good to be important but
it's important to be good*

(AS)

*This script is dedicated to
My beloved father and mother
My little Sister and
those who have gone before us*

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, 27 September 2000

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Agnes Sita Damarani', written in a cursive style.

Agnes Sita Damarani

ABSTRAK

PENENTUAN HARGA POKOK JASA DENGAN MENGGUNAKAN *ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM*

Studi Kasus di PT. Ina Media Wisata Mas

Agnes Sita Damarani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pembebanan biaya jasa dan perhitungan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan 2) untuk mengetahui pembebanan biaya jasa dengan menggunakan *Activity Based Costing System* 3) untuk mengetahui adakah perbedaan antara pembebanan biaya jasa dengan menggunakan *Activity Based Costing System* dan pembebanan biaya jasa yang selama ini ditetapkan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di PT. Ina Media Wisata Mas, Jalan Melawai VIII/7, Jakarta. Perusahaan ini bergerak dibidang *Tour and Travel*.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi, wawancara dan observasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah 1) mengidentifikasi sistem yang selama ini di pergunakan oleh perusahaan untuk menghitung harga pokok jasa 2) untuk mengetahui pembebanan harga pokok jasa dengan *Activity Based Costing System* dilakukan langkah-langkah sebagai berikut : a) mengidentifikasi aktivitas b) menentukan *cost pool* dan *cost driver* untuk setiap *cost pool* c) menentukan *cost pool rate* d) menentukan harga pokok jasa per paket.

Hasil Analisis yang didapat adalah terjadi perbedaan antara perhitungan harga pokok jasa dengan metode perusahaan dengan harga pokok jasa dengan *ABC System*. Hal ini terjadi karena perhitungan harga pokok jasa dengan metode perusahaan pembebanan biaya *overheadnya* dengan dasar unit paket yang terjual, sedangkan perhitungan harga pokok jasa dengan *ABC System* pembebanan biaya-biaya *overheadnya* berdasarkan pada konsumsi *cost driver* untuk setiap *cost poolnya*.

ABSTRACT

DETERMINING SERVICE COST USING ACTIVITY BASED -COSTING SYSTEM A Case Study at PT. Ina Media Wisata Mas

Agnes Sita Damarani
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The aim of this research was 1) to find out the service costing implemented in the company 2) to find out the service costing using Activity Based-Costing System 3) to find out whether there were differences between the service costing using Activity Based Costing System and the one implemented in the company.

This research was carried out at PT. Ina Media Wisata Mas, Jalan Melawai VIII/7, Jakarta. The main business of the company is tour and travel.

The techniques of data collecting applied were documentation, interview and observation. The techniques of data analysis applied were 1) identifying the system of service costing implemented in the company 2) finding out the service costing using Activity Based-Costing System by applying the following steps a) identifying the activities b) determining cost pool and cost driver c) determining the cost pool rate d) determining the service costing for each package.

The research concluded that there were differences between service costing implemented in the company and the one using ABC System. The difference resulted from the application of overhead cost based on unit packet sold, while service costing using ABC System applied overhead cost based on cost driver consumption for each cost pool.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sehingga skripsi ini dapat selesai. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. F.A. Joko Siswanto, M.M. Akt. sebagai dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing dan memeberikan masukan hingga selesainya skripsi ini.
2. Drs. E. Sumardjono, M.B.A. sebagai dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan masukan hingga selesainya skripsi ini.
3. Drs. Rubiyatno, MM yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk membaca, memberikan masukan, koreksi dan perhatian hingga skripsi ini selesai.
4. Drs. Edi Kustanto, MM yang telah dengan sabar mengoreksi dan mendiskusikan skripsi ini.
5. Dra. Ninik Yudianti, M Acc yang telah memberikan masukan dan bimbingan pada proposal skripsi ini.

6. Dosen-dosen yang telah memberikan masukan dan saran.
7. Bapak A. Bandi Raharja Kabag. PSDM-Umum PT. Ina Media Wisata Mas yang dengan sabar menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis, dan mengizinkan melakukan penelitian di Media Tour.
8. Bapak Anton Tandun, Kabag. Keuangan PT. Ina Media Wisata Mas yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membantu mendapatkan data-data keuangan yang dibutuhkan.
9. Bapak dan Ibu tercinta serta Ari atas doa, kasih sayang, pengertian dan kesabaran hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Keluarga di Ngebel atas doa dan kasih sayang selama ini.
11. Mbak Lena atas bantuannya mendapatkan perusahaan untuk penelitian.
12. Keluarga Bumijo, sebagai rumah kedua selama di Yogya.
13. Keluarga Jlagran atas bantuan, hiburan, kesabaran dan kasih sayang.
14. Keluarga Besar Jagalan atas doa dan bantuannya.
15. Mbak Ira dan Hans jauh dimata dekat dihati.
16. Venti, Nana, Dian, Lina, atas kesabaran, support dan persahabatannya. Angkatan 95B yang tidak bisa disebut semua.
17. Temen-temen kost Jetis, atas supportnya.

Dengan kerendahan hati saya menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu saya bersedia menerima segala kritik dan saran serta perbaikan skripsi ini untuk menjadi lebih sempurna.

Yogyakarta, September 2000

Penulis.

DAFTAR ISI



Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan	5
E. Manfaat.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	9
	A. Jasa	9
	1. Pengertian Jasa.....	9
	2. Karakteristik Jasa.....	9
	3. Pengertian Perusahaan Jasa	10
	B. Sistem ABC.....	11
	1. Pengertian Sistem ABC	11
	2. Asumsi-asumsi	13
	3. Aktivitas	14
	4. Kodisi Yang Diperlukan Dalam Penerapan Sistem ABC	19
	5. Prosedur Penentuan Harga Pokok Produk berbasis Aktivitas..	20
	6. Manfaat Dan Keterbatasan Sistem ABC	21
	C. PARIWISATA	25
	1. Pengertian Pariwisata	25
	2. Pariwisata Sebagai Industri	26
	3. Industri Travel Agent	27
	D. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi.....	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	32
	A. Jenis penelitian	32
	B. Tempat Dan Waktu Penelitian	32
	C. Subyek Dan Obyek Penelitian.....	33

	D. Data Yang Dicari	33
	E. Teknik Pengumpulan Data	34
	F. Teknik Analisis Data	35
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	38
	A. Sejarah Dan Perkembangan Media Tour	38
	B. Lokasi Media Tour	40
	C. Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas	40
	D. Fasilitas PT. Ina Media Wisata Mas	46
	E. Pemasaran.....	46
	F. Personalia.....	47
BAB V	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	51
	A. Deskripsi Penentuan Harga Pokok Jasa Oleh Perusahaan.....	51
	B. Biaya-biaya Yang Timbul Di Dalam Perusahaan Dan Pengaloka siannya	54
	C. Perhitungan Harga Pokok Jasa Berdasarkan <i>Activity Based Cost</i> <i>-ing System</i>	59
	D. Analisa dan Pembahasan.....	72
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
	A. Kesimpulan	73
	B. Keterbatasan Penelitian	74
	C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V.1.	52
Tabel V.2.	52
Tabel V.3.	53
Tabel V.4.	53
Tabel V.5.	62
Tabel V.6.	62
Tabel V.7.	63
Tabel V.8.	63
Tabel V.9.	63
Tabel V.10.	64
Tabel V.11.	64
Tabel V.12.	65
Tabel V.13.	65
Tabel V.14.	66
Tabel V.15.	67
Tabel V.16.	67
Tabel V.17.	68
Tabel V.18.	68
Tabel V.19.	69
Tabel V.20.	70
Tabel V.21.	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1.	13
Gambar IV.1.	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dunia usaha mengalami banyak perubahan. Perusahaan-perusahaan baik di bidang manufaktur maupun jasa saling berlomba untuk menerapkan teknologi baru, baik yang berhubungan dengan proses produksi maupun yang berhubungan dengan manajemen. Hal ini dilakukan oleh banyak perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar yang persaingannya bersifat global (Halim, 1996: 459).

Biaya merupakan faktor penting dalam menghasilkan produk atau jasa. Konsumen cenderung memilih produk atau jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah. Hal ini menuntut perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah tersebut. Perusahaan atau produsen harus terus-menerus melakukan perbaikan terhadap kegiatan-kegiatan dalam menghasilkan produk atau jasa yang *value added* bagi konsumen. Seperti diketahui bahwa dalam proses produksi ada dua kegiatan yang mempengaruhi yaitu kegiatan yang bernilai tambah (*value added*) dan kegiatan yang tidak bernilai tambah (*non-value added*) bagi konsumen. Tuntutan konsumen mengharuskan manajemen mengurangi kegiatan-kegiatan yang tidak

bernilai tambah (*non value added*) sampai titik terendah. Pengurangan kegiatan *non value added* tersebut untuk mendapatkan harga produk atau jasa dengan perhitungan yang lebih akurat.

Persaingan yang semakin meningkat juga mendorong perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk. Hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan menjadi kompleks (*multi-product*). Demikian pula dengan biaya yang terjadi / dibutuhkan dan juga proses pembebanannya ke produk menjadi kompleks. Untuk itu diperlukan suatu sistem pengakumulasian biaya yang dapat mengakumulasi biaya-biaya yang terjadi secara tepat serta dapat membebankan biaya-biaya tersebut dengan akurat. Sistem akuntansi biaya yang selama ini digunakan oleh perusahaan yang disebut dengan sistem akuntansi biaya tradisional tidak mampu memberikan informasi yang akurat atau relevan. Apabila perusahaan berada dalam kondisi persaingan dan juga mempunyai diversitas dan kompleksitas produk, sistem akuntansi biaya yang selama ini dipakai tidak sesuai lagi untuk diterapkan. Akuntansi biaya tradisional mempunyai berbagai kelemahan yang dapat menyebabkan penentuan biaya produk terdistorsi, karena pembebanan biaya terhadap produk dilakukan dengan hanya menggunakan ukuran berdasarkan unit.

Kelemahan lain dari akuntansi biaya tradisional antara lain: akuntansi biaya tradisional tidak memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap seluruh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan serta tidak mengungkapkan sumber-sumber penyebab atau pemacu biaya. Ini berarti bahwa akuntansi biaya

tradisional hanya menunjukkan dimana biaya terjadi tetapi tidak menunjukkan mengapa atau dari mana biaya itu terjadi.

Sementara itu dalam lingkungan manufaktur modern telah lahir sistem akuntansi aktivitas. Akuntansi aktivitas dirancang untuk menghasilkan informasi harga pokok produk yang lebih teliti karena menggunakan dasar aktivitas dan *cost driver*. Biaya ditelusur melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan sejak tahap perancangan, perekayasaan, pemrosesan dan seterusnya sampai produk tersebut sampai ketangan konsumen (Romano, 1989: 65-66). Sistem tersebut terkenal dengan *Activity Based Costing System* (sistem ABC) yang dikembangkan untuk memahami dan mengendalikan biaya tidak langsung. Sistem ini dirancang atas dasar landasan pikiran bahwa produk memerlukan aktivitas dan aktivitas mengkonsumsi sumber daya.

Sistem ABC banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur untuk membebankan biaya *overhead* (yang merupakan biaya tidak langsung) ke produk. Sistem ABC dapat juga diterapkan pada perusahaan jasa. Perusahaan jasa juga memiliki aktivitas-aktivitas dan *output* yang memerlukan aktivitas tersebut. Dengan demikian produk / jasa yang dihasilkan dibebani biaya aktivitas yang terjadi.

Di Indonesia memang belum banyak perusahaan jasa yang menentukan biaya produknya dengan menggunakan sistem ABC. Perusahaan tersebut masih menggunakan sistem biaya tradisional yaitu membebankan biaya produk dengan menggunakan tarif tunggal atau departemenisasi. Dalam keadaan ekonomi seperti

sekarang ini beberapa perusahaan jasa berjuang untuk *survive*. Kompetisi yang telah meningkat membuat para manajer industri ini lebih sadar akan kebutuhan menggunakan informasi akuntansi untuk perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan.

Berdasar uraian latar belakang di atas, penulis ingin mencoba melakukan penelitian tentang penentuan biaya jasa berdasarkan aktivitas. Untuk itu penulis mengambil judul **Penentuan Harga Pokok Jasa dengan Menggunakan *Activity Based Costing System*, Studi Kasus pada PT Ina Media Wisata Mas.**

B. Batasan Masalah

Penulis akan membahas tentang penghitungan harga pokok jasa paket perjalanan wisata pada perusahaan jasa dengan menggunakan *Activity Based Cost System*, dan kemudian membandingkannya dengan harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang berlaku di perusahaan selama ini. Penulis tidak akan menghitung seluruh harga pokok jasa di dalam perusahaan, penelitian dibatasi pada penghitungan harga pokok jasa paket perjalanan wisata saja.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penentuan harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang selama ini ditetapkan perusahaan?
2. Bagaimana penentuan harga pokok jasa paket perjalanan wisata bila menggunakan *Activity Based Cost System* ?
3. Adakah perbedaan antara harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang ditentukan oleh perusahaan dan harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang ditentukan dengan sistem ABC?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem pembebanan biaya jasa dan perhitungannya yang selama ini dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui pembebanan biaya jasa dengan menggunakan *Activity Based Cost System*.
3. Untuk mengetahui adakah perbedaan pembebanan biaya jasa dengan menggunakan Sistem ABC dengan pembebanan biaya jasa yang selama ini ditetapkan perusahaan

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi perusahaan dalam penerapan *Activity Based Cost System* didalam pembebanan biaya jasa.

2. Bagi Univesitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan Sanata Dharma, dan bisa digunakan oleh pihak-pihak yang ingin mengetahui tentang *Activity Based Cost System*.

3. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini penulis bisa menambah pengalaman dengan menerapkan teori yang didapat pada waktu kuliah dan membandingkannya dengan praktek lapangan.

F. Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang membahas tentang permasalahan yang diangkat dan pada waktu penelitian bab ini akan digunakan sebagai dasar dalam pengolahan data-data.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, misi dan tujuan perusahaan, struktur organisasi, bagian personalia, bagian pemasaran, bagian keuangan, dan data-data yang menunjang lainnya.

BAB V : Analisa Data dan Pembahasan

Dalam bab ini akan disajikan hasil penelitian lapangan, kemudian dianalisis dan dibahas dengan dasar-dasar teori untuk menentukan apakah ada perbedaan antara harga pokok paket perjalanan wisata yang di tentukan perusahaan dengan harga pokok paket perjalanan wisata dengan menggunakan sistem ABC.

BAB VI : Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisikan ringkasan hasil analisis dan perhitungan data yang akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran-saran yang diusulkan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas skripsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jasa

1. Pengertian Jasa

Jasa adalah tindakan atau perbuatan yang di tawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kemilikan sesuatu (Fandy Tjiptono, 1995: 107).

2. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik utama yang membedakan dengan produk: (Fandy Tjiptono, 1995: 105-110)

a. Intangibility

Konsep *intangible* pada jasa memiliki dua pengertian, yaitu:

- 1) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- 2) Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah di definisikan, di formulasikan atau di pahami secara rohani.

b. Inseparability

Umumnya jasa di produksi dan di konsumsi pada waktu yang bersamaan. Barang umumnya di produksi kemudian di jual, lalu di konsumsi. Sedangkan jasa di lain pihak, biasanya di jual terlebih dahulu,

baru kemudian di produksi dan di konsumsi secara simultan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

c. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung paada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut di hasilkan.

d. *Perishability*

Jasa tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadikan masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi berbagai permasalahan muncul.

3. Pengertian Perusahaan Jasa

Berdasarkan kegiatan usahanya jasa dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang dan perusahaan jasa. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatan usahanya menjual jasa. Ini berarti bahwa perusahaan jasa menghasilkan keluaran berupa jasa atau pelayanan. Aktivitas yang terjadi di perusahaan-perusahaan jasa berbeda satu sama lain, misalnya aktivitas di Bank berbeda dengan aktivitas di biro perjalanan. Kemudian output untuk perusahaan jasa sulit untuk di definisikan, karena output perusahaan jasa tidak berwujud.

B. Sistem ABC

1. Pengertian Sistem ABC

Menurut Don R. Hansen dan Maryane M. Mowen (1994:119) *Activity Based Costing System* adalah:

Suatu sistem biaya yang mula-mula menelusuri biaya ke aktivitas dan kemudian menelusuri biaya dari aktivitas ke produk.

Emerson J. Henke dan Charlene W. Spoede (1991:265) *Activity Based Costing system* adalah:

Sistem akumulasi dan alokasi biaya yang menelusuri biaya-biaya ke produk menurut aktivitas-aktivitas yang dilakukan terhadap produk untuk menyediakan informasi biaya bagi pengambilan keputusan strategik, desain dan pengendalian operasional.

Inti dari *Activity Based Costing System* adalah sistem yang mengalokasikan biaya-biaya yang telah terjadi berdasarkan pada aktivitas yang dilakukan dalam proses pembuatan produk.

L. Gayle Rayburn (dalam Tunggal 1995:20) mendefinisikan *Activity Based Costing System* sebagai berikut:

Activity Based Costing System recognizes that performance of activities triggers the consumption of resources that are recorded as cost. 'Transaction-Based Costing' is another name of ABC.. The purpose of ABC is to assign cost to the transaction and activities performed in an organization, and each

then allocate them appropriately to product according to each product's use of activities.

Dalam definisi Gayle ABC mengakui bahwa pelaksanaan aktivitas menimbulkan konsumsi sumber daya yang dicatat sebagai biaya. Adapun tujuan ABC adalah mengalokasikan biaya ke transaksi dari aktivitas yang dilaksanakan dalam suatu organisasi, dan kemudian mengalokasikan biaya tersebut secara tepat ke produk sesuai dengan pemakaian aktivitas setiap produk.

Ray H. Garrison (dalam Tunggal, 1995:20) mendefinisikan *Activity Based Costing* sebagai:

A costing method that creates a cost for each event or transaction (activity) in an organization that acts as a cost driver. Overhead cost are then assigned to products and services on a basis of the number of these events or transactions that product or service has generated.

Definisi dari Garrison menganggap ABC sebagai:

Suatu kalkulasi biaya yang menciptakan suatu kelompok biaya untuk setiap kejadian atau transaksi (aktivitas) dalam suatu organisasi kemudian dialokasikan ke produk dan jasa dengan dasar jumlah dari kejadian atau transaksi tersebut yang dihasilkan atau ditimbulkan produk dan jasa.

Sistem ABC merupakan sistem pembebanan biaya yang terdiri dari dua tahap, yaitu melacak biaya pertama pada berbagai aktivitas dan kedua keberbagai produk. (Hansen dan Mowen, 1997: 119; Horngren dan Foster,

2000: 140). Penentuan harga pokok produk secara konvensional juga melibatkan dua tahap, namun pada tahap pertama biaya-biaya tidak dilacak ke aktivitas melainkan ke suatu unit organisasi misalnya pabrik atau departemen. Baik sistem ABC atau konvensional, tahap kedua meliputi pelacakan biaya ke berbagai produk. Perbedaannya adalah jumlah *cost driver* yang digunakan.

2. Asumsi-asumsi

Sistem ABC didasari oleh dua asumsi penting, yaitu:

a. Kegiatan menyebabkan timbulnya biaya

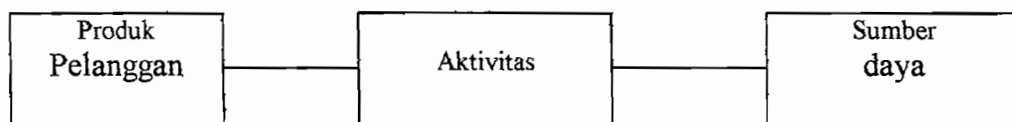
Sistem ABC berangkat dari anggapan bahwa sumber daya pembantu atau sumber daya tidak langsung juga memiliki peranan dalam pelaksanaan kegiatan.

b. Produk (dan pelanggan) menyebabkan timbulnya permintaan atas kegiatan. Untuk membuat produk diperlukan berbagai kegiatan dan setiap kegiatan memerlukan sumber daya.

Dua anggapan yang melandasi sistem ABC dapat lebih jelas digambarkan berikut ini:

Gambar II.1.

Alokasi Biaya kepada Aktivitas dan Produk



Karena Perusahaan ingin memenuhi kebutuhan konsumen, maka perusahaan melakukan kegiatan guna menghasilkan produk atau jasa dan

proses produksi membutuhkan sumber daya-sumber daya perusahaan. Penentuan biaya produksi harus sesuai dengan sumber daya yang diserap aktivitas yang dilaksanakan guna menghasilkan produk. Dengan pengelolaan yang baik atas kegiatan produksi, manajemen mampu membawa perusahaan unggul dalam persaingan jangka panjang. Untuk mampu mengelola kegiatan perusahaan manajemen memerlukan informasi biaya yang mencerminkan konsumsi sumber daya dalam berbagai kegiatan perusahaan.

3. Aktivitas

a. Pengertian Aktivitas

Aktivitas adalah kombinasi manusia, teknologi, bahan mentah, metode dan lingkungan yang memproduksi produk atau jasa tertentu (Brimson, 1991: 46). Untuk mengelola aktivitas dengan baik harus dipahamai tiga hal, yaitu:

- 1) Sumber-sumber yang dibebankan pada aktivitas atau biaya aktivitas.
- 2) Jenis dan besarnya keluaran untuk mengukur aktivitas (*activity measure*).
- 3) Bagaimana sebaiknya aktivitas dilaksanakan (pengukuran kinerja).

b. Klasifikasi Aktivitas

Dalam Sistem ABC, aktivitas-aktivitas diklasifikasikan menjadi empat kelompok (Robin Cooper dan Robert s. Kaplan, 1991: 270-272).

- 1) Aktivitas-aktivitas berlevel unit (*unit level activities*)

Aktivitas-aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas-aktivitas

yang di kerjakan setiap kali satu unit produk di produksi. Besar kecilnya aktivitas ini dipengaruhi oleh jumlah produk yang di produksi. Aktivitas-aktivitas dalam kelompok ini misalnya tenaga kerja langsung, bahan baku, jam mesin dan jam listrik. Biaya yang timbul karena aktivitas-aktivitas berlevel unit (*unit level activities cost*), misalnya biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, biaya operasi mesin, biaya listrik. Biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku termasuk dalam biaya aktivitas berlevel unit, namun tidak termasuk dalam biaya *overhead*.

2) Aktivitas-aktivitas berlevel batch (*batch level activities*)

Aktivitas-aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas-aktivitas yang dikerjakan setiap kali suatu *batch* produk di produksi. Besar kecilnya aktivitas ini dipengaruhi oleh jumlah *batch* produk yang diproduksi. Contoh aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas *set up*, inspeksi, order pembelian, pemindahan bahan, penjadwalan dan produksi. Biaya yang timbul karena aktivitas-aktivitas berlevel *batch* disebut biaya aktivitas berlevel *batch* (*batch level activities cost*). Biaya ini bervariasi dengan jumlah *batch* produk yang diproduksi namun bersifat tetap jika dihubungkan dengan jumlah unit produksi dalam setiap *batch*.

3) Aktivitas-aktivitas berlevel produk (*product level activities*) atau aktivitas-aktivitas penopang produk (*product sustaining activities*).

Aktivitas-aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas-aktivitas yang dikerjakan untuk mendukung berbagai produk yang diproduksi oleh perusahaan. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak dipengaruhi jumlah produk atau *batch* produk. Contoh aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas penelitian dan pengembangan produk, desain proses dan spesifikasi produk. Biaya yang timbul karena aktivitas-aktivitas berlevel produk (*product level activities cost*) atau biaya aktivitas penopang produk (*product sustaining activities cost*).

- 4) Aktivitas-aktivitas berlevel fasilitas (*facility-level activities*) atau aktivitas-aktivitas penopang fasilitas (*facility-sustaining activities*).

Aktivitas-aktivitas dalam kelompok ini adalah aktivitas-aktivitas yang menopang proses pemanufakturan secara umum yang di perlukan untuk menyediakan fasilitas atau kapasitas perusahaan untuk memproduksi produk. Aktivitas-aktivitas ini dimanfaatkan secara bersama-sama oleh berbagai jenis produk yang berbeda yang diproduksi oleh perusahaan. Contoh aktivitas ini adalah aktivitas pemeliharaan gedung, manajemen pabrik, keamanan dan pengelolaan akuntansi. Biaya yang timbul karena aktivitas berlevel fasilitas disebut biaya aktivitas berlevel fasilitas (*facility-level activities cost*) atau biaya aktivitas-aktivitas penopang fasilitas (*facility-sustaining activities cost*).

c. Biaya Yang Dibebankan Kepada Pelanggan

Sedangkan biaya-biaya yang dibebankan kepada pelanggan adalah sebagai berikut: (Supriyono, 1994: 665-667).

1) *Order Level*

Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini meliputi biaya-biaya yang dapat dibebankan secara langsung tahap penjualan dan pesanan penjualan untuk pelanggan individual. Contoh adalah pengiriman, penagihan dan ongkos angkut.

2) *Customer Level*

Biaya-biaya dalam kelompok ini meliputi biaya-biaya yang tidak berhubungan dengan pesanan yang dibebankan ke pelanggan individual. Misalnya, tenaga penjual, kredit dan penagihan, retur dan katalog.

3) *Market Level*

Biaya-biaya dalam kelompok ini meliputi biaya-biaya yang diperlukan untuk masuk atau bertahan di suatu pasar khusus. Misalnya, biaya riset dan pengembangan, advertensi, promosi dan pemasaran.

4) *Enterprise Level*

Biaya-biaya dalam kelompok ini meliputi biaya-biaya untuk bertahan di usaha, tidak dapat dibebankan ke tingkat yang lebih rendah. Misalnya, biaya hutang pensiun, lisensi dan biaya dewan

direksi.

d. Cost Pool

Cost Pool adalah sekelompok biaya yang disebabkan oleh aktivitas yang sama dengan satu dasar pembebanan (*cost driver*). *Cost Pool* berisi aktivitas yang biayanya memiliki hubungan yang kuat (korelasi positif) antara *cost driver* dengan biaya aktivitas. Tiap *cost pool* menampung biaya-biaya dari transaksi-transaksi yang homogen. Semakin banyak aktivitas dalam suatu kegiatan menyebabkan semakin bertambahnya biaya dalam *cost pool*. Aktivitas yang ada dalam perusahaan dapat di gabungkan menjadi satu *cost pool* atau beberapa *cost pool*. Semakin tinggi tingkat kesamaan aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan, semakin sedikit *cost pool* yang dibutuhkan untuk membebankan biaya-biaya tersebut.

e. Cost Driver

Cost driver adalah suatu faktor yang kejadiannya menimbulkan biaya. Faktor tersebut merupakan penyebab utama dari tingkat aktivitas (Tunggal, 1992: 91).

f. Cost Pool Rate

Untuk membebankan biaya pada setiap *cost pool* digunakan tarip tertentu yang disebut *cost pool rate*. Tarip tersebut dihitung dengan membagi biaya *cost pool* dengan *cost driver*.

$$\text{Cost pool rate} = \frac{\text{Taksiran total biaya pada cost driver}}{\text{Taksiran cost driver}}$$

4. Kondisi Yang Diperlukan Dalam Penerapan Sistem ABC

Dua hal mendasar yang dipenuhi sebelum kemungkinan penerapan sistem ABC, yaitu: (Supriyono, 1994: 247-250)

- a. Biaya-biaya berdasarkan non-unit harus merupakan persentase signifikan dari biaya *overhead* jika biaya-biaya ini jumlahnya kecil, maka sama sekali tidak ada masalah dalam pengalokasian pada tiap produk.
- b. Rasio-rasio konsumsi antara aktivitas-aktivitas berdasar unit dan aktivitas berdasar non-unit harus berbeda jika berbagai produk menggunakan semua aktivitas *overhead* dengan rasio yang kira-kira sama, maka tidak masalah jika *cost driver* berdasarkan unit digunakan untuk mengalokasikan semua biaya *overhead* pada setiap produk.

Persyaratan ABC agar lebih optimal, maka ada beberapa kriteria lain yang harus dipenuhi, yaitu (Cooper, 1991: 372)

a. Diversifikasi produk tinggi

Syarat pertama mengidentifikasi bahwa perusahaan memproduksi berbagai macam produk atau lini produk yang pemrosesannya menggunakan beberapa alat atau fasilitas manufaktur yang sama. Keadaan tersebut menimbulkan masalah dalam mengalokasikan alat pembebanan sumber daya yang dikonsumsi oleh aktivitas masing-masing produk.

b. Perusahaan menghadapi persaingan yang ketat

Syarat kedua mengidentifikasi bahwa ada beberapa perusahaan yang memproduksi barang yang sejenis, maka masing-masing perusahaan akan

bersaing untuk dapat menguasai pangsa pasar. Keadaan seperti ini memaksa para manajer mendapatkan informasi tentang harga pokok produk yang lebih akurat dan tepat, sehingga harga yang ditentukan dapat bersaing di pasaran.

c. Biaya-biaya pengukuran untuk menghasilkan informasi biaya produk rendah.

Tawaran sistem ABC adalah sangat baik dalam pemberian informasi biaya dalam rangka menentukan harga pokok produk, sehingga laba yang didapat juga optimal. Hal tersebut berarti biaya perancangan dan pengoperasian sistem ABC harus lebih rendah dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh dimasa yang akan datang. Sistem ABC menawarkan berbagai manfaat berkaitan dengan harga pokok produksi.

5. Prosedur Penentuan Harga Pokok Produk Berbasis Aktivitas

Sistim biaya berdasarkan aktivitas terdiri dari dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas dan kemudian keberbagai produk Untuk lebih jelas akan diuraikan masing-masing tahap sebagai berikut:

(Supriyono, 1994: 231-234,667-670)

a. Prosedur tahap pertama

Pada tahap pertama penentuan harga pokok berdasarkan aktivitas meliputi empat langkah sebagai berikut:

1) Penggolongan berbagai aktivitas.

Berbagai aktivitas diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok yang

mempunyai suatu interpretasi fisik yang mudah dan jelas serta cocok dengan segmen-segmen proses produksi yang dapat dikelola.

- 2) Menghubungkan berbagai biaya dengan setiap kelompok aktivitas.
- 3) Penentuan Kelompok-kelompok yang homogen dari biaya aktivitas.
- 4) Penentuan tarip kelompok (*pool rate*).

b. Prosedur tahap kedua

Dalam tahap kedua, biaya-biaya aktivitas dibebankan ke produk berdasarkan konsumsi atau permintaan aktivitas oleh masing-masing produk. Biaya yang dibebankan di hitung dengan rumus:

Biaya yang dibebankan = tarip *pool* x unit-unit *cost driver* yang digunakan

6. Manfaat Dan Keterbatasan Sistem ABC

a. Manfaat Sistem ABC

Manfaat dari penerapan sistem ABC: (Robin Cooper dan Robert S. Kaplan, 1991: 227-279)

- 1) Memperbaiki mutu pengambilan keputusan. Dengan informasi biaya produk yang lebih teliti, kemungkinannya melakukan pengambilan keputusan yang salah dapat dikurangi. Informasi biaya produk yang lebih teliti sangat penting artinya bagi manajemen jika perusahaan menghadapi persaingan yang tajam dan global. Sebagai contoh adalah dalam penentuan harga jual. Dengan informasi biaya produk yang kurang teliti menyebabkan harga jual produk yang seharusnya dapat lebih rendah diterapkan terlalu tinggi sehingga dapat

dimanfaatkan oleh pesaing.

- 2) Memungkinkan manajemen melakukan perbaikan terus menerus terhadap aktivitas untuk mengurangi biaya *overhead*. Sistem ABC mengidentifikasi biaya *overhead* berdasarkan aktivitas yang menimbulkan biaya sehingga informasi biaya yang dihasilkan oleh sistem ABC dapat digunakan oleh manajemen untuk memantau dan mengendalikan berbagai aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dan melayani konsumen. Perbaikan terhadap berbagai aktivitas yang tidak bernilai tambah dapat dilakukan oleh manajemen berdasarkan informasi biaya yang dihasilkan oleh sistem ABC.
- 3) Memberikan kemudahan dalam penentuan biaya relevan. Sistem ABC dapat menyediakan informasi tentang berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pembuatan produk sehingga manajemen memperoleh kemudahan dalam mendapatkan informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan. Misalnya jika manajemen mempertimbangkan untuk melakukan perbaikan dalam aktivitas *set up* fasilitas produksi di dalam sistem ABC aktivitas ini termasuk dalam aktivitas berlevel *batch* sehingga sistem ABC dengan cepat mampu menyediakan informasi aktivitas-aktivitas berlevel *batch*. Dengan demikian memungkinkan manajemen untuk mempertimbangkan akibat keputusan yang mereka ambil terhadap konsumsi sumber daya untuk aktivitas tersebut.

b. Keterbatasan Sistem ABC

Meskipun sistem ABC diyakini mampu menghasilkan informasi harga pokok produk yang lebih akurat dibandingkan sistem akuntansi biaya tradisional namun sistem ABC juga memiliki keterbatasan-keterbatasan. Keterbatasan sistem penentuan harga pokok berdasarkan aktivitas yaitu: (Supriyono, 1994: 714-715)

- 1) Sistem penentuan harga pokok berbasis aktivitas mensyaratkan bahwa perusahaan memproduksi berbagai macam produk dan berada di dalam suatu lingkungan persaingan tertentu. Kondisi ini tidak selalu dapat di penuhi oleh setiap perusahaan, oleh karena itu sistem penentuan harga pokok berbasis aktivitas kurang ekonomis apabila diterapkan pada perusahaan-perusahaan yang tidak memenuhi syarat tersebut.
- 2) Sistem penentuan harga pokok berbasis aktivitas yang lebih menekankan pada permasalahan alokasi atau pembebanan biaya-biaya manufaktur, pemasaran, penelitian dan pengembangan dan lain-lain, ternyata tidak menjelaskan bagaimana portofolio atau komposisi produk yang paling optimal.
- 3) Secara konseptual penentuan harga pokok berbasis aktivitas mempunyai kelemahan sebagai berikut:
 - a) Beberapa biaya tetap dialokasikan secara arbitrer. Penelusuran biaya – biaya kedalam setiap aktivitas dan produk secara cermat

menjadi sulit dan tidak praktis, maka ditempuh alokasi biaya secara arbitrer.

- b) Beberapa biaya, misalnya biaya depresiasi aktiva tetap masih dialokasikan berdasarkan periode waktu yang ditentukan secara arbitrer
 - c) Penentuan harga pokok berbasis aktivitas untuk biaya-biaya pemanufakturan mengabaikan beberapa biaya yang dapat diidentifikasi terhadap produk tertentu dari analisa harga pokok produk.
- 4) Sistem harga pokok berbasis aktivitas tidak dapat menunjukkan biaya-biaya yang dapat dihindarkan jika suatu produk, jasa atau segmen organisasi dieliminasi.

Kendala-kendala Dalam Penerapan Sistem ABC

a. Alokasi

Walaupun data aktivitas penting diperoleh, tetapi beberapa biaya masih memerlukan alokasi biaya yang berdasarkan volume. Misalnya biaya-biaya yang berhubungan dengan gedung, biasanya mencakup biaya-biaya seperti sewa, asuransi, dan pajak bangunan. Usaha-usaha untuk menelusuri aktivitas-aktivitas penyebab biaya-biaya ini merupakan tindakan yang sia-sia dan tidak praktis.

b. Periode-periode Akuntansi

Periode-periode waktu yang arbitrer masih digunakan dalam



menghitung biaya-biaya. Untuk mengetahui apakah suatu produk menguntungkan atau tidak, manajemen membandingkan produk tersebut dengan produk sejenis yang dihasilkan perusahaan lain. Informasi untuk mengevaluasi perilaku biaya tersebut dapat diberikan saat siklus produk itu berakhir sehingga untuk pengukuran produk yang memiliki siklus hidup yang lebih lama membutuhkan bentuk pengukuran yang interim (sementara).

c. Beberapa Biaya yang Terabaikan

Dalam menganalisa biaya produksi berdasarkan aktivitas beberapa biaya yang sebenarnya berhubungan dengan hasil produk diabaikan begitu saja dalam pengukurannya. Aktivitas-aktivitas seperti pemasaran, promosi, riset dan pengembangan servis purna jual dan sebagainya juga menimbulkan biaya. (Halim, 1996: 470-471)

C. PARIWISATA

1. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut E. Guyer (dalam Oka Yoeti, 1996:105) Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang di dasarkan atas dasar kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar menumbuhkan cinta terhadap

keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai macam bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan.

2. Pariwisata Sebagai Industri

Industri pariwisata dikenal di Indonesia setelah keluar Instruksi Presiden RI No. 69 tahun 1969. Industri pariwisata menurut R.S. Darmadaji (dalam Oka Yoeti, 1996:141)

Industri pariwisata merupakan suatu rangkaian dari pada berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa atau layanan-layanan atau *services* yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perbuatannya.

Dalam rumusan diatas dapat diketahui bahwa di dalam melakukan perjalanan wisata dibutuhkan banyak jasa atau layanan atau *service*, oleh sebab itu dibutuhkan produk atau jasa dari berbagai bidang.

Perusahaan-perusahaan yang dapat dikelompokkan dalam membentuk industri pariwisata adalah sebagai berikut: (Oka Yoeti, 1996: 158)

- a. *Travel agent* atau *tour operator* yaitu perusahaan yang telah memberi informasi dan aktif melakukan reservasi, mengurus tiket, serta pengurusan dokumen perjalanan sehubungan dengan perjalanan.
- b. Perusahaan pengangkutan dapat berupa angkutan darat, laut maupun udara

yang akan membawanya ke daerah tujuan wisata.

- c. Akomodasi atau perhotelan, tempat dimana seseorang akan menginap untuk sementara waktu selama ia berada di daerah tujuan wisata.
- d. Bar dan restoran, tempat ia dapat memesan makan dan minum sesuai selera.
- e. *Travel agent* atau *tour operator* lokal, yaitu perusahaan yang menyelenggarakan *sightseeing* atau *tour*, *entertainment* dan atraksi wisata lainnya.
- f. *Souvenir* dan *handicraft*, tempat di mana wisatawan dapat berbelanja untuk membeli oleh-oleh sebagai kenang-kenangan untuk dibawa pulang.
- g. Perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan yaitu perusahaan seperti tempat menjual dan mencetak *film*, *camera*, *postcard*, *money changer*, *bank* dan sebagainya.

3. Industri *Travel Agent*

Definisi *travel agent* : Suatu biro perjalanan yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan untuk seluruh anggota kelompok. Biro perjalanan menawarkannya kepada siapa saja yang berminat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk semua keperluan perjalanan. (Spillane, 1987: 32)

Dalam Keputusan Menteri Perhubungan No. 09 PM/PW. 104/PhB. 77 diuraikan berbagai bentuk industri perjalanan (*travel agent*) : (Oka Yoeti, 1996: 233)

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

Adapun kegiatan-kegiatan biro perjalanan umum adalah:

- a. Menyusun dan membuat paket wisata luar negeri kepada umum atau permintaan.
- b. Menyelenggarakan dan menjual pelayanan wisata.
- c. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada umum.
- d. Menyelenggarakan pemandu wisata.
- e. Menyediakan fasilitas sewa mobil untuk wisatawan.
- f. Menjual tiket atau karcis sarana angkutan dan lain-lain.
- g. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
- h. Mengurus dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

D. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

1. *Full Costing*, yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang bersifat tetap maupun variabel. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi ditambah dengan biaya-non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum. Pada biro perjalanan yang menggunakan pendekatan *full costing* taksiran harga pokok produksi terdiri dari:

Biaya produksi:

Biaya akomodasi hotel	xxx
Biaya konsumsi	xxx
Biaya tips	xxx
Biaya keliling kota	xxx
Biaya transportasi	xxx

Biaya sumber daya manusia dan riset	xxx	___ +
Taksiran total biaya produksi		xxx
Biaya Non-produksi:		
Biaya pemasaran	xxx	___ +
Taksiran total biaya non-produksi		<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya penuh		xxx

2. *Variable Costing*, yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi *variable* ditambah dengan biaya non-*variable*, biaya produksi tetap dan biaya non-produksi tetap. Unsur-unsur harga pokok produksi dalam suatu biro perjalanan terdiri dari:

Biaya Variabel:

Biaya akomodasi hotel	xxx	
Biaya konsumsi	xxx	
Biaya keliling kota	xxx	
Biaya tips	xxx	___ +
Taksiran Total Biaya Variabel		xxx

Biaya Tetap:

Biaya pemasaran	xxx	
Biaya transportasi	xxx	
Biaya sumber daya manusia dan riset	xxx	___ +
Taksiran Total Biaya Tetap		<u>xxx</u> +
Taksiran Total Biaya Penuh	xxx	

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah studi kasus, yaitu penelitian mengenai obyek tertentu dan data-data perusahaan yang dikumpulkan. Hasil dari penelitian dan kesimpulan tidak dapat digunakan secara umum, hanya dapat diterapkan pada Biro Perjalanan Media Tour.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat penelitian dilakukan di PT Ina Media Wisata Mas.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian adalah bulan Oktober sampai Nopember tahun 1999.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek penelitian
 - a. Manajer Perusahaan
 - b. Bagian Akuntansi
 - c. Bagian Administrasi
 - d. Bagian Pelayanan
 - e. Bagian operasional
2. Obyek Penelitian
 - a. Metode penentuan tarip paket perjalanan wisata di PT Ina Media Wisata Mas.
 - b. Biaya-biaya yang timbul didalam penentuan tarip paket perjalanan wisata di PT Ina Media Wisata Mas.
 - c. Aktivitas-aktivitas yang menimbulkan biaya di PT Ina Media Wisata Mas pada tahun 1998 / 1999.

D. Data yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan.
2. Aktivitas-aktivitas yang menimbulkan biaya dalam penentuan tarip paket perjalanan wisata di PT Ina Media Wisata Mas.

3. Jenis-jenis biaya dan jumlah masing-masing jenis biaya dalam penentuan tarif paket perjalanan wisata.
4. Cara perhitungan yang dilakukan perusahaan dalam menentukan harga pokok jasa paket perjalanan wisata.
5. Besarnya volume penjualan paket perjalanan wisata yang dilakukan perusahaan selama tahun 1998/1999..
6. Jenis-jenis paket perjalanan wisata yang dimiliki oleh PT Ina Media Wisata Mas.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen perusahaan yang berisi gambaran umum perusahaan dan catatan-catatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data yang diperoleh melalui teknik ini adalah data mengenai struktur organisasi, sumber daya yang tersedia, jenis dan jumlah biaya diversifikasi jasa, prosedur penentuan biaya jasa / proses pembebanan biaya ke jasa, besarnya biaya jasa dan berbagai anggaran biaya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada subyek yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai gambaran umum perusahaan, data biaya, data volume penjualan, tarip paket perjalanan wisata dan data lainnya yang mendukung analisis data.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan peninjauan dan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian. Teknik ini digunakan untuk mengetahui situasi dan kondisi perusahaan terutama mengenai aktivitas-aktivitas yang menimbulkan biaya yang ada / dilakukan dalam perusahaan dalam rangka menghasilkan jasa.

F. Teknik Analisis Data

1. Untuk mengetahui penetapan biaya jasa paket perjalanan wisata yang dilakukan perusahaan dilakukan cara-cara sebagai berikut:
 - a. Mendeskripsikan sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga pokok jasa selama ini, melalui data-data yang diperoleh.

- b. Setelah ditemukan sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga pokok jasa selama ini, akan dilakukan analisis terhadap sistem tersebut. Analisis dilakukan berdasarkan teori-teori yang ada mengenai kelemahan-kelemahan yang mungkin timbul dalam penentuan harga pokok jasa tersebut.
2. Untuk mengetahui besarnya biaya jasa paket perjalanan wisata dengan menggunakan *Activity-Based Costing System*, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Tahap pertama
 - 1) Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang menimbulkan biaya.
 - 2) Menentukan biaya yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.
 - 3) Mengidentifikasi apa yang menyebabkan aktivitas-aktivitas itu terjadi (menentukan *cost driver*).
 - 4) Mengelompokkan aktivitas-aktivitas tersebut kedalam *cost pools* yang homogen. Maksud dari homogen di sini adalah kegiatan yang memiliki proses klasifikasi yang sama, level klasifikasi yang sama, klasifikasi *driver* aktivitas juga sama.
 - 5) Menghitung *pool rate*-nya.

Pool rate adalah biaya perunit yang dihitung dengan cara membagi biaya dalam pool dengan jumlah *activity driver* yang dilakukan.

b. Tahap kedua

- 1) Membebankan biaya yang timbul dari setiap permintaan akan kegiatan ke jasa.
- 2) Menghitung biaya jasa yang dibebankan.

Biaya yang dibebankan = tarif pool x aktivitas yang digunakan

3. Membandingkan penentuan harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang dilakukan perusahaan dan harga pokok jasa paket perjalanan wisata yang ditentukan dengan menggunakan sistem ABC. Hasil perbandingan atau perhitungan akan dinyatakan dalam persentase.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Dan Perkembangan Media Tour

Didirikan pada tahun 1987, Media Tour adalah salah satu dari empat puluh dua unit bisnis yang dimiliki oleh Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Media Tour menjadi dikenal dan merupakan biro perjalanan yang tumbuh dengan pesat di Indonesia.

Kelompok Kompas Gramedia (KKG) telah melakukan usahanya sejak tahun 1963 dan telah sukses mendirikan banyak unit bisnis seperti Koran harian ("Kompas", yang sekarang menjadi harian nasional terbesar di Indonesia), koran-koran daerah, hotel (Santika), majalah, Penerbitan, Multimedia, *Merchandising*, percetakan, toko-toko buku, industri rotan dan biro perjalanan (*Media Tour & Travel*), dan lain-lain.

Menanggapi perkembangan pariwisata di Indonesia, Media Tour telah mengorganisasi dan meningkatkan manajemen dan stafnya yang terdiri dari 65 anggota secara profesional, dan menyediakan jasa pada lebih dari 5.000 orang wisatawan mancanegara setiap tahunnya.

Media Tour memiliki kantor pusat di Jakarta dan dua kantor cabang di Yogyakarta dan Bali, dan beberapa kantor perwakilan di daerah tujuan wisata di

Indonesia. Hal ini akan mempermudah bagi yang memerlukan informasi tentang Indonesia, memesan paket wisata, atau untuk memesan kamar hotel (*hotel reservation*).

Media Tour mengatur jaringan wisata yang luas di seluruh Indonesia, yaitu kerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata di daerah tujuan wisata. Tiap agen-agen perjalanan wisata tersebut dipilih dengan sangat teliti demi kenyamanan dan kesenangan total dari pengunjung.

Media Tour juga menyediakan paket khusus untuk individu atau kelompok yang menginginkan tanggal keberangkatan tertentu, dan program-program yang menarik diseluruh Indonesia yang didukung oleh hotel-hotel terbaik yang terpilih.

Sejalan dengan *trend* permintaan pasar, Kantor Pusat Media Tour di Jakarta memusatkan penanganan tour keluar negeri (*outward bound tour*), khususnya ke Asia, Eropa, Australia dan Amerika, baik yang melalui kelompok khusus atau keberangkatan biasa.

Fasilitas lengkap yang dimiliki oleh Media Tour adalah : koneksi yang luas (*worldwide*), sistem komputer yang efisien, staf yang berpengalaman didukung oleh departemen *ticketing* yang merupakan anggota IATA dan Agen-agen Penerbangan Domestik dan Internasional.

Misi dari media tour adalah membuat perjalanan wisata yang anda inginkan berjalan dengan baik dan menyenangkan. Jika anda membayangkan perjalanan wisata atau hanya membutuhkan informasi tentang perjalanan wisata, Media Tour akan dengan senang hati memberikan pelayanannya.

B. Lokasi Media Tour

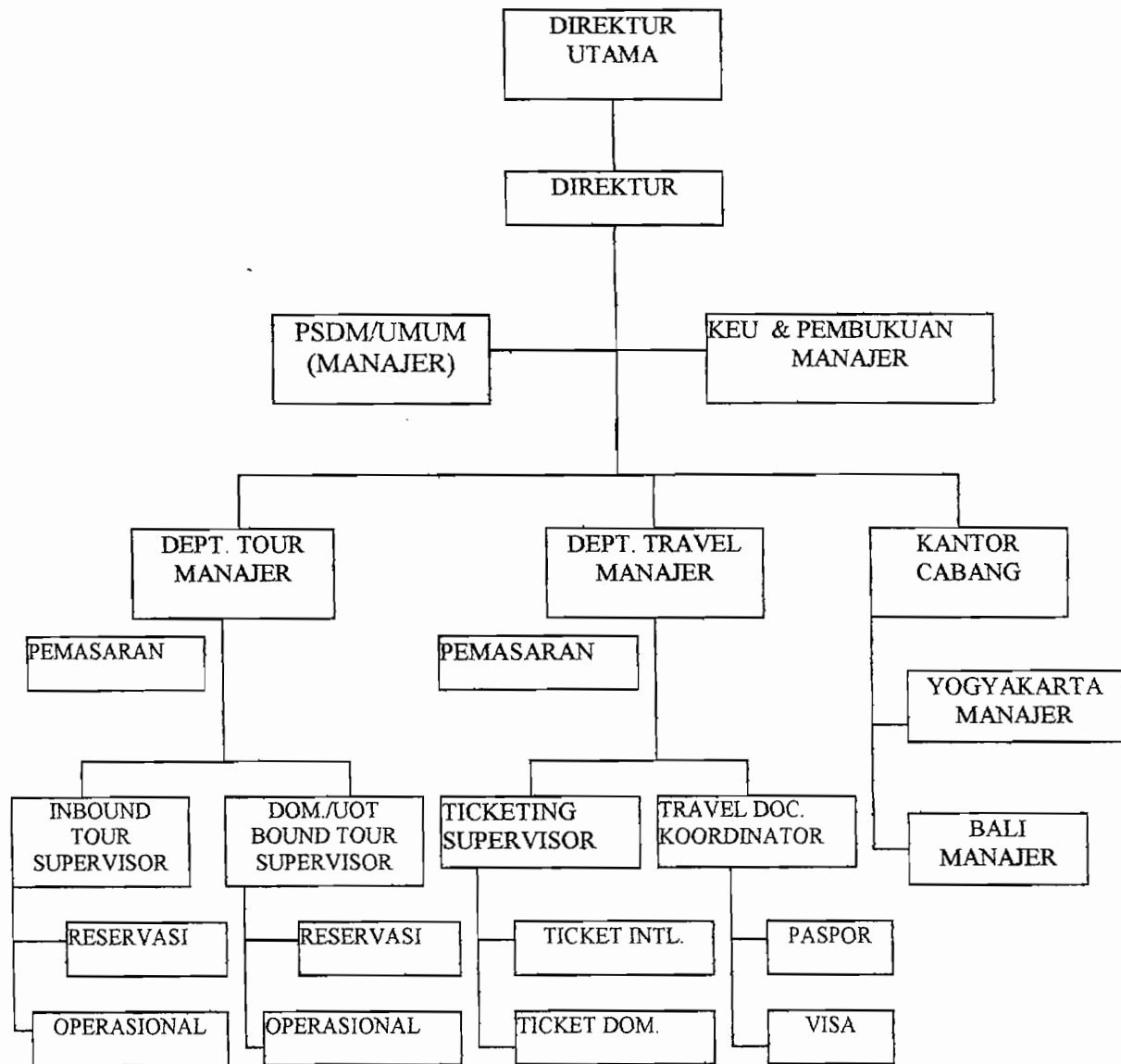
Media Tour memiliki kantor pusat di Jalan Melawai VIII / 7 Jakarta 12160. Lokasi tersebut sangat strategis, karena terletak di dalam kompleks pertokoan dan parkir Blok M. Lokasi ini juga dekat dengan daerah-daerah perkantoran dan kantor-kantor pemerintah. Media Tour juga memiliki alamat *home page*, yaitu [Http : //asia 100.com/media](http://asia100.com/media).

C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi dibuat oleh manajemen untuk memudahkan mencapai tujuan dari perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi para karyawan bisa melaksanakan tugasnya sesuai dengan uraian yang ada. Sehingga mereka bisa bekerja dengan lebih terarah dan terkendali. Struktur organisasi dari Media Tour bisa dilihat di gambar IV.1. dibawah ini.

Gambar . IV.1.

STRUKTUR ORGANISASI PT INA MEDIA WISATAMAS



Adapun uraian tugas dari bagan yang terdapat diatas adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama dan direktur :
 - a. Direksi bertanggungjawab penuh dalam melaksanakan tugas untuk kepentingan Perseroan dalam mencapai maksud dan tujuannya.
 - b. Direksi mewakili Perseroan di dalam dan di luar Pengadilan tentang segala hal dan dalam segala kejadian, mengikat Perseroan dengan pihak lain dengan Perseroan, serta menjalankan segala tindakan baik yang mengenai kepengurusan maupun kepemilikan akan tetapi dengan pembatasan bahwa untuk :
 - 1) Meminjam atau meminjamkan uang atas nama Perseroan.
 - 2) Mengikat Perseroan sebagai penanggung.
 - 3) Membeli, menjual, memberatkan atau dengan jalan lain mendapatkan atau melepaskan hak atas barang-barang yang tidak bergerak serta perusahaan-perusahaan atas nama Perseroan.
 - c. Direktur Utama berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perseroan.
 - d. Dalam hal Direktur Utama tidak hadir atau berhalangan karena sebab apapun juga, hal mana tidak perlu dibuktikan kepada pihak ketiga, maka seorang anggota Direksi lainnya berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perseroan.
 - e. Direksi untuk perbuatan tertentu berhak pula mengangkat seorang atau lebih sebagai wakil atau kuasanya dengan memberikan kepadanya

kekuasaan yang diatur dalam surat kuasa.

2. PSDM - Umum

a. PSDM

1) Tugas Tetap / Rutin

- a) Mengelola disiplin karyawan dan ketertiban kerja.
- b) Memantau pelaksanaan tugas/pekerjaan karyawan.
- c) Pembinaan karyawan.
- d) Merekrut/ menyeleksi karyawan baru, sesuai dengan batas kewenangan yang diberikan.
- e) Mengembangkan tugas/pekerjaan karyawan.
- f) Menampung usulan, keluhan dan masukan dari karyawan.
- g) Memberikan masukan, usulan, rekomendasi keputusan kepada atasan.
- h) Membantu melaksanakan penempatan/mutasi karyawan.
- i) Membantu melakukan penilaian kinerja dan konduite karyawan.
- j) Mengelola tata administrasi seluruh urusan PSDM.
- k) Mengurus pelaksanaan pemberian tunjangan Kesehatan.
- l) Mengurus pelaksanaan pemberian tunjangan transpor.
- m) Mengurus pelaksanaan pemberian tunjangan uang makan hadir.
- n) Tugas-tugas lain di bidang PSDM yang belum disebutkan di sini.

2) Tugas-tugas khusus

- a) Peraturan dan ketentuan-ketentuan Perusahaan.

- b) Uraian jabatan/pekerjaan.
- c) Analisis jabatan/pekerjaan.
- d) Evaluasi jabatan.
- e) Penilaian kinerja / hasil karya.
- f) Kartu / buku data karyawan
- g) Pembenahan sistem administrasi bidang PSDM.
- h) Sistem pelaporan
- i) Lain-lain yang dianggap mendesak.

a. Bidang Umum

- 1) Urusan kendaraan (fisik dan pengoperasiannya)
- 2) Urusan Rumah Tangga (pengadaan barang, kebersihan, pemeliharaan perlengkapan/peralatan kantor, penerangan, telepon, pemeliharaan gedung / ruang kerja, pengaturan ruang kerja, pengelolaan barang inventaris, pakaian kerja/seragam karyawan, dan lain-lain).
- 3) Urusan perijinan.
- 4) Hubungan dengan pihak luar yang bukan bisnis.
- 5) Lain-lain yang lazimnya masuk urusan bidang umum.

b. Lain-lain

Mengkoordinasi karyawan dan tugas-tugas di bagian PSDM Umum.

3. Bagian *Tour*

- a. *Inbound Tour* bertanggung jawab atas kelancaran operasional perjalanan tamu manca negara di dalam negeri.

- b. *Outbound Tour* bertanggung jawab atas operasional perjalanan tamu dalam negeri di luar negeri.
- c. Domestik bertanggung jawab atas perjalanan tamu dalam negeri pada perjalanannya di dalam negeri (antar pulau).

4. Bagian *Travel*

a. Bidang *ticketing*

- 1) Internasional
- 2) Domestik

Kedua bidang diatas bertanggung jawab atas harga dan reservasi *ticket*, serta *issuing ticket*.

b. Bidang *Travel Document*

- 1) Pengurusan Paspor
- 2) Pengurusan Visa

Bertanggung jawab atas pengurusan visa dan paspor.

5. Bagian Keuangan

- a. Keuangan / Dana
- b. Laporan Pembukuan

6. Pemasaran

Memasarkan jasa kepelanggan, bertanggung jawab atas pencapaian target perusahaan untuk *inbound* dan *outbound tours*.

7. Reservasi

Bertanggung jawab pemesanan *ticket* dan hotel

D. Fasilitas PT Ina Media Wisata Mas

1. Paket Wisata

Terdiri dari paket *inbound* , *outbound* dan domestik *tour*. Souvenir yang disediakan untuk paket wisata yang diambil misalnya *traveling bag*, payung, gantungan kunci dan minuman selamat datang.

2. *Ticketing*

Perusahaan juga menyediakan jasa untuk pemesanan *ticket* keluar negeri dan dalam negeri. Untuk pemesanan *ticket* ini perusahaan memberikan sampul *ticket* yang bisa dipergunakan sebagai dompet.

Jam kerja dari Perusahaan adalah sebagai berikut:

Senin s/d Jum'at : 08.00-17.00 (termasuk 1 jam istirahat)

Sabtu : 08.00-13.00 (piket)

E. Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan karena dengan pemasaran yang baik bisa menjual produk dengan baik juga. Pemasaran yang baik juga bisa mendukung pencapaian target dari perusahaan. Usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk ajang Internasional Perusahaan selalu mengikuti pameran-pameran

pariwisata tingkat Internasional di berbagai negara. Hal ini untuk memenuhi permintaan pasar dari luar negeri, terutama dari Eropa.

2. Untuk di dalam negeri Perusahaan sudah memiliki kredibilitas yang baik, hanya bagaimana menjaganya saja.
3. Pemasangan iklan-iklan di harian Kompas, Brosur di hotel-hotel.

F. Personalia

1. Daftar Karyawan PT Ina Media Wisata Mas

PT Ina Media Wisata Mas memiliki kantor pusat di Jakarta, dan dua kantor cabang di Yogyakarta dan Bali. Susunan daftar karyawan di PT Ina Media Wisata Mas adalah sebagai berikut:

a. Kantor Pusat

- 1) Direksi
- 2) Bagian PSDM-Umum terdiri dari delapan orang karyawan termasuk seorang karyawan setingkat manajer.
- 3) Bagian Keuangan terdiri dari sembilan orang karyawan termasuk satu orang karyawan setingkat manajer.
- 4) Bagian Travel terdiri dari tujuh orang karyawan termasuk satu orang karyawan setingkat manajer.
- 5) Bagian Tour terdiri tujuh orang karyawan termasuk satu orang

karyawan setingkat manajer.

6) Bagian Sales & Marketing terdiri dari dua orang karyawan.

b. Cabang Bali

1) Bagian Operasional terdiri dari empat orang karyawan. Termasuk satu orang manajer.

2) Bagian Administrasi dan Keuangan terdiri dari lima orang karyawan.

c. Cabang Yogyakarta

1) Bagian Operasional terdiri dari delapan orang karyawan termasuk satu orang manajer.

2) Bagian Administrasi dan Keuangan terdiri dari enam orang karyawan.

2. Formasi dan Penerimaan Karyawan

a. Formasi

1) Untuk melaksanakan tugas-tugas yang ada pada Perusahaan, Pimpinan Perusahaan menentukan jumlah formasi atau susunan tingkat karyawan yang diperlukan, berdasarkan jenis, sifat dan beban kerja yang harus dilaksanakan.

2) Apabila terdapat lowongan jabatan, lowongan tersebut diisi dengan memindahkan karyawan yang sudah ada atau dengan menerima karyawan baru, sesuai dengan kepentingan Perusahaan.

b. Penerimaan Karyawan

1) Persyaratan untuk dapat diterima sebagai calon karyawan ialah sebagai berikut:

- a) Warga negara Indonesia.
 - b) Lulus seleksi yang diselenggarakan oleh Perusahaan.
 - c) Berbadan sehat yang dibuktikan dengan tes kesehatan yang dilakukan oleh dokter yang ditunjuk Perusahaan.
 - d) Berusia 18-35 tahun.
 - e) Bersedia dan mampu bekerja sesuai dengan keahlian atau pendidikannya.
 - f) Berkelakuan baik yang dinyatakan dengan surat dari instansi yang berwenang.
- 2) menyimpang dari ketentuan batas umur sebagaimana dimaksud ayat satu pasal ini, batas umur untuk beberapa jabatan pimpinan atau yang memerlukan keahlian tertentu dapat diberlakukan pengecualian terhadap ketentuan umur, dengan persetujuan dari Pimpinan Perusahaan.
 - 3) Setiap calon yang diterima bekerja, harus menjalani masa percobaan kerja selama 3 (tiga) bulan. Masa percobaan tersebut harus dinyatakan secara tertulis dan dibeitahukan kepada karyawan yang bersangkutan dan masa percobaan berlaku untuk satu kali. Selama masa tersebut ia disebut sebagai calon karyawan.
 - 4) Selama masa percobaan, baik Perusahaan maupun calon karyawan bebas untuk setiap waktu dan tanpa memberitahukan alasannya memutuskan hubungan kerja, dan Perusahaan tidak terikat untuk



membayar uang pesangon.

- 5) Calon karyawan akan menerima imbalan atas pekerjaan yang dilakukan berupa upah bulanan, uang makan, uang transpor dan tidak berhak atas tunjangan-tunjangan dan biaya perawatan dan kesehatan.
- 6) Setelah masa percobaan berakhir dan calon karyawan dinyatakan memenuhi syarat, maka ia diangkat sebagai karyawan tetap Perusahaan.

BAB V

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penentuan Harga Pokok Jasa Oleh Perusahaan

Penulis melakukan penelitian di PT. Ina Media Wisata Mas dan hanya mengambil 4 paket perjalanan wisata dalam negeri yang paling diminati oleh konsumen, yaitu: *Grande Travessee*, *TransIndonesien*, *Indonesie Authentique* dan *Cle des Iles*. Peserta dari paket perjalanan wisata ini minimal 6 orang, sedangkan peserta tiap paket rata-rata 12 orang. Untuk paket perjalanan wisata ini setiap peserta diberi souvenir berupa wayang kelitik. Pada lampiran 2 bisa dilihat Daftar Harga Jual Paket Perjalanan Wisata Dalam Negeri PT. Ina Media Wisata Mas tahun 1999.

Penentuan harga pokok jasa (*cost calculation*) yang dilakukan menurut metode perusahaan bisa dilihat ditabel V.1. sampai dengan tabel V.4. dibawah ini.

Tabel V.1

Cost Calculation Paket Grande Traversee

Keterangan	Jumlah (Rp)
<i>Tour Leader Fee</i>	1.000.000,00
<i>Tour Guide Fee</i>	132.558,14
Transpor Lokal (bus) Rp. 400.000,00x 15 hari	6.000.000,00
Toll + Parkir	75.000,00
<i>Entrance Fee</i>	126.366,28
<i>Biaya Souvenir</i>	86.046,5
Makan (lunch + dinner) Rp.160.000 x15org.x 15hr.	36.000.000,00
Biaya Overhead	3.512.867,62 ✓
Total Harga pokok paket (15 orang)	46.932.838,55
Harga Pokok Paket / orang	3.128.855,90

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

Tabel V.2.

Cost Calculation Paket TransIndonesien

Keterangan	Jumlah (Rp)
<i>Tour Leader Fee</i>	1.000.000,00
<i>Tour Guide Fee</i>	132.558,14
Transpor Lokal (bus) Rp. 400.000,00x 16 hari	6.400.000,00
Toll + Parkir	75.000,00
<i>Entrance Fee</i>	126.366,28
<i>Biaya Souvenir</i>	86.046,5
Makan (lunch + dinner) Rp.160.000 x15org.x 16hr.	38.400.000,00
Biaya Overhead	3.512.867,629
Total Harga pokok paket (15 orang)	49.732.838,55
Harga Pokok Paket / orang	3.315.522,57

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

Tabel V.3.

Cost Calculation Paket Indonesia Authentique

Keterangan	Jumlah (Rp)
<i>Tour Leader Fee</i>	1.000.000,00
<i>Tour Guide Fee</i>	132.558,14
Transpor Lokal (bus) Rp. 400.000,00x 12 hari	4.800.000,00
Toll + Parkir	75.000,00
<i>Entrance Fee</i>	126.366,28
<i>Biaya Souvenir</i>	86.046,5
Makan (lunch + dinner) Rp. 160.000 x15org.x 12hr.	28.800.000,00
<i>Biaya Overhead</i>	3.512.867,628
Total Harga pokok paket (15 orang)	38.532.838,55
Harga Pokok Paket / orang	2.568.855,90

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

Tabel V.4.

Cost Calculation Paket CleDes Iles

Keterangan	Jumlah (Rp)
<i>Tour Leader Fee</i>	1.000.000,00
<i>Tour Guide Fee</i>	132.558,14
Transpor Lokal (bus) Rp. 400.000,00x 10 hari	4.000.000,00
Toll + Parkir	75.000,00
<i>Entrance Fee</i>	126.366,28
<i>Biaya Souvenir</i>	86.046,5
Makan (lunch + dinner) Rp. 160.000 x15org.x 10hr.	24.000.000,00
<i>Biaya Overhead</i>	3.512.867,629
Total Harga pokok paket (15 orang)	32.932.838,55
Harga Pokok Paket / orang	2.195.522,57

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

Total harga pokok dari *Cost Calculation* di atas tidak termasuk ongkos pesawat terbang dan hotel, kecuali menginap di *cottage*. Harga pokok tersebut kemudian ditambahkan dengan tarif hotel yang digunakan karena setiap hotel yang disinggahi di tiap kota atau tempat tarifnya berbeda-beda sesuai dengan kelas atau bintangnya. Harga pokok yang didapat juga bisa bervariasi lagi, karena dalam perjalanan 1 kamar diisi 2 orang peserta, jika menginginkan 1 kamar diisi 1 orang peserta maka harus tambah biaya sebesar *single supplement*. Harga pokok setelah ditambah dengan tarif hotel, akan ditambah lagi dengan persentase tertentu untuk mendapatkan harga jualnya.

B. Biaya-biaya Yang Timbul Di Dalam Perusahaan Dan Pengalokasiannya

1. Biaya Sewa Bis

Perusahaan memiliki bis atau kendaraan operasional sendiri tapi jika kendaraan operasional terpakai semua, maka disewa kendaraan di luar perusahaan. Biaya sewa dibebankan ke harga pokok. Pengalokasian Hari Kerja Bis (kendaraan) berdasarkan hari. Misalkan: mulai perjalanan dari Jakarta berakhir di Bali, berangkat dari Jakarta tanggal 7 Februari berakhir tanggal 19 Februari di Bali. Bis tiba di Jakarta kembali dalam keadaan

kosong tanggal 21 Februari, jadi alokasi pemakaian dari tanggal 7 Februari sampai dengan 21 Februari.

2. Biaya Pemeliharaan kendaraan.

Ada 2 cara pengalokasian yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

- a. Selama perjalanan wisata semua pengeluaran untuk kendaraan dibebankan ke harga pokok.
- b. Jika kendaraan di kandang, semua pengeluaran untuk kendaraan dibebankan ke pemeliharaan kendaraan (perkiraan ini di kelompok biaya umum yang membawahi kendaraan).

3. Biaya Bensin

Pengalokasian untuk biaya bensin sama dengan pengalokasian untuk biaya pemeliharaan kendaraan.

4. Biaya Iklan.

Pengalokasian biaya iklan ada 2 cara, yaitu:

- a. Jika materi iklan khusus untuk menjual paket yang bersangkutan, maka biaya iklan dibebankan ke harga pokok.
- b. Jika iklan untuk promosi perusahaan, maka dibebankan ke biaya promosi bagian penjualan atau pemasaran.

5. Biaya *Printing* dan *Stationary*

Voucer atau *invoice* dibukukan secara berkala karena belinya perbox (sama dengan kertas printer komputer), jadi sulit diperhitungkan ke harga

pokok (biaya relatif kecil). Pengeluaran *stationary* langsung dibukukan ke pemakaian *stationary*, jika departemen (bagian) yang memerlukan meminta ke bagian umum melalui prosedur bon permintaan barang. Sedangkan biaya daftar nama paket dan panduan (*leaflet*) dikelompokkan sebagai biaya promosi perusahaan.

6. Biaya Tenaga Kerja Langsung, terdiri dari;

a. Biaya *Tour Leader*

Tour Leader umumnya dipakai tenaga *free lance* yang dibayar berdasarkan upah harian. *Tour Leader* tugasnya membawa rombongan dengan persyaratan menguasai bahasa asing.

b. Biaya *Tour Guide*

Tour Guide adalah tenaga *free lance* yang dibayarkan berdasarkan upah harian. *Tour guide* adalah tenaga yang memahami objek wisata di tempat. Misalnya perjalanan dari Jakarta ke Bali, singgah di Borobudur (Muntilan) *tour guide* yang disewa adalah *tour guide* setempat yang mampu menjelaskan objek candi Borobudur dengan baik (*tour leader* sebagai *translator* bahasa), kemudian perjalan dilanjutkan ke Bali (*tour guide* Yogyakarta tidak ikut) *tour guide* yang dipakai adalah *tour guide* yang mengerti objek wisata di Bali. *Tour guide* umumnya orang setempat.

c. Biaya Pengemudi

Pengemudi adalah tenaga tetap perusahaan. Saat tugas membawa peserta *tour* diberikan insentif Dinas Luar Kota (DLK). Biaya DLK dibebankan langsung ke harga pokok sedangkan gaji bulanan dibebankan ke *overhead*.

7. Biaya Tiket Masuk

Biaya tiket masuk dialokasikan langsung ke harga pokok untuk setiap kali perjalanan (*job order*).

8. Biaya Parkir

Biaya parkir per mobil adalah Rp. 5.000,00 karena bagian *travel* telah mempunyai konsensus dengan pengelola objek wisata.

9. Biaya *Overhead* Pabrik

a. Biaya Karyawan Umum dan Administrasi

- Gaji / tunjangan keluarga/ tunjangan *transport*.
- Tunjangan kesehatan untuk obat dan dokter dengan plafon Rp. 120.000,00 per karyawan.
- Hadiah tahunan misalnya Tunjangan Hari Raya.
- Tunjangan lain-lain misalnya uang cuti, uang makan, uang lembur.
- Biaya Dinas Luar Kota.

b. Biaya bagian Umum dan Administrasi

- Ongkos kirim dan ekspedisi.

- Pemakaian *stationary*, misalnya biaya *voucer*, biaya *printing*, biaya *leaflet*
- Pemakaian *computer supplies*, misalnya biaya disket, perbaikan *hard disk*.
- *Utilities* dan keperluan Rumah Tangga.
- Ongkos pemakaian gedung.
- *Up Grading* karyawan adalah biaya untuk meningkatkan kualitas karyawan, misalkan untuk biaya seminar karyawan, biaya kursus dan pelatihan-pelatihan lain.
- Rupa-rupa ongkos.

10. Biaya Makan

Biaya makan untuk peserta tour ini dialokasikan langsung pada harga pokok paket. Biaya makan yang dicantumkan untuk dua kali makan yaitu makan siang (*lunch*) dan makan malam (*dinner*). Sedangkan makan pagi tidak dihitung karena biasanya sudah termasuk dalam pelayanan (*service*) hotel.

C. Perhitungan Harga pokok Jasa Berdasarkan *Activity Based Costing System*.

Untuk menyelesaikan masalah yang kedua yaitu perhitungan harga pokok jasa berdasarkan *ABC System* dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap Pertama

Dalam *ABC System*, aktivitas dibedakan menjadi empat kategori aktivitas yaitu: aktivitas unit, aktivitas *batch*, aktivitas produk dan aktivitas fasilitas. Penggolongan aktivitas ini berdasarkan teori yang telah dikemukakan di bab terdahulu. Langkah pertama dalam tahap pertama adalah mengelompokkan aktivitas ke dalam kelompok yang berpengaruh terhadap proses operasi paket perjalanan wisata. Pengelompokkan aktivitas ini adalah dari data yang diperoleh dari perusahaan. Langkah kedua adalah pengalokasian biaya ke berbagai aktivitas. Pengalokasian biaya ke berbagai aktivitas adalah pengalokasian biaya menurut perusahaan. Langkah ketiga adalah penentuan kelompok biaya yang homogen yaitu mencari *cost driver* yang sama untuk setiap *cost pool*. Biaya yang ditimbulkan oleh aktivitas adalah menurut data yang diperoleh dari perusahaan.

Dari lampiran 3 dilakukan pengelompokkan aktivitas ke dalam kelompok yang berpengaruh terhadap proses operasi paket perjalanan wisata. Kelompok yang aktivitasnya berpengaruh langsung dengan proses operasi paket perjalanan wisata terdiri dari biaya-biaya sebagai berikut:

- a. Biaya *Tour Leader*.
- b. Biaya *Tour Guide*.
- c. Biaya Pengemudi.
- d. Biaya Tiket Masuk.
- e. Biaya Parkir Bis di Objek Wisata.
- f. Biaya *Souvenir*.
- g. Biaya Sewa Bis.
- h. Biaya makan (*lunch* dan *dinner*)
- h. Biaya Gaji Pengemudi.
- i. Tunjangan Kesehatan Pengemudi.
- j. Hadiah Tahunan Pengemudi.
- k. Tunjangan lain (cuti, makan, lembur).

Kelompok yang aktivitasnya tidak berkaitan langsung dengan jalannya operasi paket perjalanan yang ditawarkan tidak akan dibahas disini.

Setelah dikelompokkan ke dalam kelompok yang aktivitasnya berkaitan langsung dengan proses operasi paket perjalanan wisata, data yang di dapat digolongkan lagi menurut empat kategori aktivitas berdasarkan ABC System.

- I. Kelompok aktivitas berdasar unit.
 - a. Biaya *Tour Leader*.
 - b. Biaya *Tour Guide*.

- c. Biaya Pengemudi.
 - d. Biaya Tiket Masuk.
 - e. Biaya Parkir di Objek Wisata.
 - f. Biaya *Souvenir*.
 - g. Biaya Sewa Bis.
 - h. Biaya makan (*lunch* dan *dinner*)
- II. Kelompok Aktivitas berdasar fasilitas.
- a. Gaji Pengemudi.
 - b. Tunjangan Kesehatan Pengemudi.
 - c. Hadiah Tahunan Pengemudi.
 - d. Tunjangan Lain (cuti, makan, lembur).

Setelah kelompok aktivitas didapat, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan lagi aktivitas-aktivitas tersebut menurut penggerak aktivitas (*cost driver*) yang sama. Pengklasifikasian menurut *cost driver* yang sama tersebut membentuk kelompok biaya sejenis (*cost pool*). Ditabel V.5. bisa dilihat klasifikasi berdasarkan *cost driver*, dan pembentukan *cost pool*.

Tabel V.5.

Tabel *Cost Pool* dan *Cost Driver*

No	Keterangan	<i>Cost Pool</i>	<i>Cost Driver</i>
1.	Biaya Pengemudi	I	HTKL (hari)
2.	Biaya <i>Tour Leader</i>	II	Jumlah Paket 1 tahun
3.	Biaya <i>Tour Guide</i>	II	Jumlah Paket 1 tahun
4.	Biaya Tiket Masuk	II	Jumlah Paket 1 tahun
5.	Biaya Parkir Bis	II	Jumlah Paket 1 tahun
6.	Biaya <i>Souvenir</i>	II	Jumlah Paket 1 tahun
7.	Biaya Sewa Bis	III	Hari Kerja Bis (hari)
8.	Biaya Makan	IV	Lama perjalanan
9.	Gaji Pengemudi	V	Jumlah Pengemudi
10.	Tunjangan Kesehatan	V	Jumlah Pengemudi
11.	Hadiah Tahunan	V	Jumlah Pengemudi
12.	Tunjangan lain	V	Jumlah Pengemudi

Sumber: pengolahan data pokok dari perusahaan.

Keterangan: HTKL adalah Hari Tenaga Kerja Langsung.

2. Tahap Kedua.

Sebelum menghitung *cost pool rate* perlu diketahui pemakaian *cost driver* untuk setiap produk Tabel V.6. sampai dengan Tabel V.9. adalah penggunaan *cost driver* untuk setiap paket perjalanan.

Tabel V.6.

Pemakaian Hari Kerja Langsung untuk setiap Paket Perjalanan

No	Nama Paket	Jumlah Jam (hari)
1	<i>Grande Traversee</i>	15
2	<i>TransIndonesien</i>	16
3	<i>Indonesie Authentique</i>	12
4	<i>Cle des Iles</i>	10

Sumber: Data perusahaan

Tabel V.7.

Paket yang terjual untuk 1 tahun

No	Nama Paket	Paket Terjual 1 Tahun
1	<i>Grande Traversee</i>	32
2	<i>TransIndonesien</i>	28
3	<i>Indonesie Authentique</i>	18
4	<i>Cle des Iles</i>	8

Sumber: data perusahaan

Tabel V.8.

Pemakaian Hari Kerja Bis untuk setiap Paket Perjalanan

No	Nama Paket	Jumlah Jam Bis (hari)
1	<i>Grande Traversee</i>	15
2	<i>TransIndonesien</i>	16
3	<i>Indonesie Authentique</i>	12
4	<i>Cle des Iles</i>	10

Sumber: data pokok perusahaan

Tabel V.9.

Pemakaian *Cost Driver* Lama Perjalanan untuk setiap Paket Perjalanan

No	Nama Paket	Lama perjalan (hari)
1.	<i>Grande Traversee</i>	15
2.	<i>TransIndonesien</i>	16
3.	<i>Indonesie Authentique</i>	12
4.	<i>Cle Des Iles</i>	10

Sumber: data pokok perusahaan

Setelah diketahui jumlah pemakaian *cost driver* setiap produk (paket), kemudian dihitung tarif setiap *cost pool* atau kelompok biaya. Tabel V.10. sampai dengan Tabel V.14. menyajikan perhitungan tarif setiap *cost pool*.

Tabel V.10.

Perhitungan Tarif *Cost Driver* HTKL tahun 1999

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya Pengemudi	39.780.000,00
	Jumlah pemakaian HTKL tahun 1999	137.180.000,00
	Tarif overhead per HTKL	1224
		32.500,00

Sumber: hasil pengolahan data perusahaan

Jumlah pemakaian HTKL 1 tahun bisa dilihat di lampiran 5

Tabel V.11.

Perhitungan Tarif *Cost Driver* Paket yang Terjual

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya Tour Leader	86.000.000,00
2	Biaya Tour Guide	11.400.000,00
3	Biaya Tiket masuk objek wisata	10.867.500,00
4	Biaya parkir bis di objek wisata	6.450.000,00
5	Biaya Souvenir	7.400.000,00
	Total paket terjual tahun 1999	122.117.500,00
	Tarif overhead per paket terjual	86
		1.419.970,93

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Tabel V.12.

Perhitungan *Cost Driver* Hari Kerja Bis tahun 1999

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya Sewa Bis	489.600.000,00
2	Biaya DLK Pengemudi	(39.780.000,00)
		449.820.000,00
	Jumlah pemakaian HKbis 1999 (hari)	1224
	Tarif overhead per HK bis tahun 1999	367.500,00

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Biaya DLK Pengemudi dipakai sebagai pengurang, karena diketahui bahwa perusahaan memiliki bis sendiri, sehingga biaya sewa bis harus dikurangi biaya DLK Pengemudi yang sudah dibayarkan dalam *cost driver* HTKL. Tarif overhead per HK bis diatas adalah tarif untuk 1 bis dengan kapasitas 15 tempat duduk (*seat*).

Tabel V.13.

Perhitungan *Cost Driver* Lama Perjalanan

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Biaya makan	2.937.600.000,00
		2.937.600.000,00
	Total lama perjalan selama tahun 1999	1224
	Tarif overhead per lama perjalanan	2.400.000,00

Sumber : hasil pengolahan data pokok perusahaan

Tabel V.14.

Perhitungan *Cost Driver* Jumlah Pengemudi

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Gaji Pengemudi	12.911.463,9
2	Tunjangan Kesehatan	1.262.293,958
3	Tunjangan Hadiah Tahunan	4.205.242,158
4	Tunjangan lain	901.638,54
		19.280.638,56
	Jumlah Pengemudi	4
	Tarif Overhead per pengemudi tahun 1999	4.820.159,6

Sumber: Hasil pengolahan data pokok perusahaan

Setelah diketahui tarif *overhead* per pengemudi selama tahun 1999, maka dicari lagi tarif *overhead* per pengemudi per hari, dengan cara membagi tarif *overhead* per pengemudi tahun 1999 dengan jumlah hari selama 1 tahun. Diambil standar 1 tahun sama dengan 365 hari, maka tarif *overhead* per pengemudi per harinya adalah:

$$\frac{\text{Rp. 4.820.159,6}}{365 \text{ hari}} = \text{Rp. 13.205,9/ hari.}$$

Setelah tarif setiap *cost pool* didapat, kemudian pembebanan biaya-biaya yang terjadi ke produk dapat dihitung. Perhitungannya bisa dilihat di tabel berikut ini.

Tabel V.15.

Pembebanan biaya jasa paket *Grande Traversee* dengan *Activity Based Costing System*

No	<i>Cost Driver</i>	Jumlah Pemakaian	Tarif per <i>Cost Driver</i> (Rp)	Jumlah (Rp)
1	HTKL	15	32.500,00	487.500,00
2	Paket terjual	1	1.419.970,93	1.419.970,93
3	HkBis	15	367.500,00	5.512.500,00
4	Lama perjalanan	15	2.400.000,00	36.000.000,00
5	Jlh. Pengemudi	15	13.205,9	198.088,5
Sub Total				43.419.970,93
BOP yang dialokasi				3.288.674,16
Total				46.906.733,59

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Tabel V.16.

Pembebanan Biaya Jasa Paket *TransIndonesien* dengan *Activity Based Costing System*.

No	<i>Cost Driver</i>	Jumlah Pemakaian	Tarif per <i>Cost Driver</i> (Rp)	Jumlah (Rp)
1	HTKL	16	32.500,00	520.000,00
2	Paket terjual	1	1.419.970,93	1.419.970,93
3	HkBis	16	367.500,00	5.880.000,00
4	Lama perjalanan	16	2.400.000,00	38.400.000,00
5	Jlh pengemudi	16	13.205,9	211.294,4
Sub Total				46.219.970,93
BOP yang dialokasi				3.288.674,16
Total				49.719.939,49

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Tabel V.17.

Pembebanan Biaya Jasa Paket *Indonesien Authentique* dengan *Activity Based Costing System*

No	Cost Driver	Jumlah Pemakaian	Tarif per Cost Driver (Rp)	Jumlah (Rp)
1	HTKL	12	32.500,00	390.000,00
2	Paket terjual	1	1.419.970,93	1.419.970,93
3	HkBis	12	367.500,00	4.410.000,00
4	Lama perjalanan	12	2.400.000,00	28.800.000,00
5	Jlh pengemudi	12	13.205,9	158.470,8
Sub Total				35.019.970,93
BOP yang dialokasi				3.288.674,16
Total				38.467.115,89

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Tabel V.18.

Pembebanan Biaya Jasa Paket *Cle Des Iles* dengan *Activity Based Costing System*

No	Cost Driver	Jumlah Pemakaian	Tarif per Cost Driver (Rp)	Jumlah (Rp)
1	HTKL	10	112.075,16	325.000,00
2	Paket terjual	1	1.419.970,93	1.419.970,93
3	HkBis	10	397.500,00	3.675.000,00
4	Lama perjalanan	10	2.400.000,00	24.000.000,00
5	Jlh. Pengemudi	10	13.205,9	132.059
Sub Total				29.419.970,93
BOP yang dialokasi				3.288.674,16
Total				32.840.704,09

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan

Jumlah total yang terdapat pada tabel V.15. sampai dengan Tabel V.18. diatas adalah jumlah total untuk 1 paket perjalanan (*job order*). Sesuai dengan jumlah tempat duduk (*seat*) bis yaitu 15 *seat*, maka perhitungan harga pokok jasa dengan ABC System diatas akan dibagi lagi dengan 15 (orang/peserta).

Tabel V.19.

Harga Pokok Jasa Per Paket Perjalanan

No	Nama Paket	Harga Pokok per Paket Perjalanan	Harga Pokok per Peserta (per Orang)
1	<i>Grande Traversee</i>	46.906.733,59	3.127.115,573
2	<i>TransIndonesien</i>	49.719.939,49	3.314.662,633
3	<i>Indonesie Authentique</i>	38.467.115,89	2.564.474,393
4	<i>Cle Des Iles</i>	32.840.704,09	2.189.380,273

Sumber : hasil pengolahan data pokok perusahaan

Setelah perhitungan pembebanan biaya jasa tiap paket dengan *Activity Based Costing System* di dapat, maka dibawah ini akan disajikan perbandingannya dengan perhitungan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan.

Tabel V.20.

Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan Metode Tradisional dan Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan ABC System (*Variable Costing*)

No.	Nama Paket	Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan Metode Tradisional (Rp)			Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan ABC System (Rp)			Perbandingan Dalam Porsentase (3) : (6)
		Total (1)	Per paket (2)	Per peserta (3)	Total (4)	Per paket (5)	Per peserta (6)	
1	<i>Grande Traversee</i>	1.389.439.069,76	43.419.970,93	2.894.664,73	1.389.439.069,76	43.419.970,93	2.894.664,73	0%
2	<i>TransIndonesien</i>	1.294.159.186,04	46.219.970,93	3.081.331,40	1.294.159.186,04	46.219.970,93	3.081.331,40	0%
3	<i>Indonesie Authentique</i>	630.359.476,74	35.019.970,93	2.334.664,73	630.359.476,74	35.019.970,93	2.334.664,73	0%
4	<i>Cle des Iles</i>	235.359.767,44	29.419.970,93	1.961.331,40	235.359.767,44	29.419.970,93	1.961.331,40	0%
Total		3.549.317.499,98	154.079.883,72	10.271.992,25	3.549.317.499,98	154.079.883,72	10.271.992,25	

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

Tabel V.21.

Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan Metode Tradisional dan Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan ABC

System (Full Costing)

No.	Nama Paket	Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan Metode Tradisional (Rp)			Perhitungan Harga Pokok Jasa Dengan ABC System (Rp)			Perbandingan Dalam Porsentase (3) : (6)
		Total (1)	Per paket (2)	Per peserta (3)	Total (4)	Per paket (5)	Per peserta (6)	
1	<i>Grande Traversee</i>	1.501.850.833,6	46.932.838,55	3.128.855,9	1.501.015.474,88	46.906.733,59	3.127.115,573	-0,06%
2	<i>TransIndonesien</i>	1.392.519.479,4	49.732.838,55	3.315.522,57	1.392.158.305,72	49.719.939,49	3.314.662,633	-0,03%
3	<i>Indonesie Authentique</i>	693.591.093,9	38.532.838,55	2.568.855,9	692.408.086,02	38.467.115,89	2.564.474,393	-0,17%
4	<i>Cle des Iles</i>	263.462.708,4	32.932.838,55	2.195.522,57	262.725.632,72	32.840.704,09	2.189.380,273	-0,28%
Total		3.851.424.115,3	168.131.354,2	11.208.756,95	3.848.307.499,34	167.934.493,06	11.195.632,87	

Sumber: hasil pengolahan data pokok perusahaan.

D. Analisa dan Pembahasan

Setelah melakukan penelitian dan perhitungan harga pokok jasa dengan metode tradisional dan perhitungan harga pokok jasa dengan *ABC System* penulis akan mencoba memberikan analisa dan pembahasan singkat.

Dari tabel V.20. diatas dapat dilihat tidak terjadi perbedaan antara perhitungan harga pokok jasa dengan metode tradisional dan perhitungan harga pokok jasa dengan *ABC System*. Dari Tabel V.21. dapat dilihat juga terjadi perbedaaan antara perhitungan harga pokok jasa dengan metode tradisional dan perhitungan harga pokok jasa dengan *ABC System*. Perbedaaan yang terjadi disini disebabkan karena pembebanan BOP yang dilakukan dengan metode tradisional berdasar pada unit terjual, sedangkan pada *ABC system* pembebanan BOP berdasar pada tarif pool dan aktivitas yang digunakan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan harga pokok jasa paket perjalanan wisata berdasarkan metode perusahaan dan berdasarkan metode ABC System dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk perhitungan biaya jasa dengan metode perusahaan pembebanan biaya *tour leader* dan *tour guide* berdasarkan unit paket yang terjual, demikian juga dengan sistem ABC.
2. Untuk biaya sewa bis perhitungan dengan metode perusahaan sudah termasuk biaya pengemudi, sedangkan untuk perhitungan dengan ABC System biaya sewa bis tidak termasuk biaya pengemudi. Biaya pengemudi ini di perhitungkan pada cost driver hari tenaga kerja langsung sebagai biaya dinas luar kota.
3. Untuk pembebanan biaya *toll*, parkir dan *entrance fee* pada perhitungan yang dilakukan perusahaan berdasarkan unit paket yang terjual, sehingga pembebanan biaya-biaya tersebut sama untuk setiap unit paket yang terjual. Begitu juga dengan pembebanan biaya souvenir. Pada perhitungan dengan

ABC System pembebanan biaya-biaya tersebut diatas juga berdasarkan jumlah paket yang terjual.

4. Untuk biaya makan perhitungan yang dilakukan perusahaan sama dengan perhitungan yang dilakukan *ABC System*.
5. Untuk pembebanan biaya *overhead* pada perhitungan yang dilakukan dengan metode perusahaan berdasarkan jumlah paket yang terjual sehingga jumlah yang dibebankan untuk setiap unit pakatnya sama. Sedangkan pada perhitungan dengan *ABC System* pembebanan biaya *overhead* berdasarkan konsumsi *cost driver* untuk setiap paket, sehingga pembebanan biaya *overhead* untuk setiap unit paket berbeda.
6. Karena pembebanan biaya-biaya yang dilakukan dengan metode perusahaan dan dengan *ABC System* berbeda maka hasil perhitungan harga pokok jasa untuk setiap paket juga mengalami hasil yang berbeda.

B. Keterbatasan Penelitian

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



1. Data yang diberikan perusahaan adalah data biaya sesungguhnya yang terjadi pada tahun 1999, sehingga dalam penentuan biaya jasa dengan *ABC System* digunakan data biaya sesungguhnya yang terjadi pada tahun 1999 dan bukannya tarif yang ditentukan di muka
2. Prosedur penentuan biaya jasa oleh perusahaan tidak bisa dibahas secara jelas, karena keterbatasan data mengenai perincian biaya jasa yang dihitung oleh Perusahaan. Sehingga dalam perbandingan biaya jasa yang dihitung Perusahaan dengan biaya jasa yang dihitung dengan *ABC System* hanya dinyatakan dalam bentuk persentase dengan analisa sederhana.
3. Tidak semua biaya yang dikonsumsi oleh paket yang dipilih penulis dapat ikut diperhitungkan dalam penentuan biaya jasa paket tersebut saja. Misalnya biaya telpon, biaya listrik, biaya administrasi & umum, dan biaya pemasaran. Ini karena biaya-biaya tersebut juga dikonsumsi oleh paket-paket dan jasa lain yang ditawarkan Media Tour.

C. Saran

Berdasarkan teori dan analisis yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan saran bagi perusahaan yang diharapkan biasa bermanfaat. Saran tersebut adalah:

1. PT. Ina Media Wisata Mas bisa mencoba mengelompokkan komponen-komponen biayanya seperti pada pengelompokan komponen-komponen biaya pada *ABC System*, sehingga dalam perhitungan bisa mencerminkan perhitungan yang melibatkan seluruh komponen biaya dan aktivitas yang ada.
2. Perusahaan sebaiknya meninjau kembali / memperbaiki prosedur penentuan berbagai harga pokok dan harga jual, jangan hanya mengandalkan *mark-up* yang tinggi untuk menutup biaya yang tidak diperhitungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, Robin dan Kaplan, Robert S. (1991). *The Design of Cost Management System Text, Cases and Readings*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Foster, Douglas (1985). *Travel and Tourism Management*. London : The MacMilan press Ltd.
- Hansen, don R. dan Mowen, Maryane M. (1997). *Management Accounting*. 4e Edition. Ohio, USA : International Thomson Publishing.
- Halim, Abdul (1996). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*. 4 th Edition. Yogyakarta : BPFE.
- Horngren, Charles T. dan Foster, George. (2000). *Cost Accounting : A Managerial Emphasis*. 10 th Edition . Upper Saddle River, New Jersey 07458: Prentice Hall Inc.
- Mulyadi (1991). *Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Romano, Patric L. (1991). *Activity Accounting An Update Part I. Managerial Accounting*.
- Spillane, J. James (1987). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.

- Supriyono, RA (1993). *Akuntansi Manajemen I, Konsep dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. Edisi I. Yogyakarta : BPFE.
- _____ (1994). *Akuntansi Biaya Dan Akuntansi Manajemen Untuk Teknologi Maju Dan Globalisasi*. Yogyakarta : BPFE.
- Swasta, Basu dan Irwan (1984). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tunggal, Amin Widjaja (1995). *Activity Based Costing Untuk Manufaktur dan Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Harvarindo.
- Yoeti, A. Oka (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Lampiran

Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN

A. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

1. Pendirian perusahaan
 - a. Kapan perusahaan didirikan?
 - b. Apakah nama bentuk badan usahanya?
 - c. Siapa sajakah pendiri perusahaan ini?
 - d. Bergerak dalam bidang apa sajakah perusahaan ini?
 - e. Apakah alasan pemilihan nama perusahaan?
 - f. Apakah tujuan dan misi perusahaan?
 - g. Siapakah pimpinan perusahaan dari pertama sampai sekarang?
 - h. Kapan perusahaan ini mulai beroperasi?
2. Lokasi Perusahaan
 - a. Dimanakah lokasi perusahaan?
 - b. Apakah alasan pemilihan lokasi perusahaan?
 - c. Berapakah luas area perusahaan?
3. Struktur Organisasi
 - a. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
 - b. Bagian apa saja yang ada dalam perusahaan dan siapa saja yang mengepalainya?
 - c. Bagaimana tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap bagian dalam perusahaan?

B. PERSONALIA

1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja dalam perusahaan?
2. Berapa macam tenaga kerja yang ada dalam perusahaan? Dan apa saja?
3. Bagaiman pengaturan kerja karyawan dalam sehari?

4. Bagaimana cara perekrutan karyawan dan apa saja syarat-syaratnya?
5. Usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan karyawan?
6. Apakah ada jaminan sosial bagi karyawan?
7. Ketentuan apa saja yang berlaku bagi karyawan?
8. Bagaimana sistem penggajian karyawan?
9. Fasilitas apa saja yang disediakan bagi karyawan?

C. PRODUKSI

1. Berapa dan apa saja jenis jasa yang dihasilkan oleh perusahaan?
2. Sumber daya apa saja yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan jasa?
3. Berapa jumlah masing-masing sumber daya yang akan digunakan perusahaan untuk tahun 1999?
4. Berapa jumlah masing-masing sumber daya yang di butuhkan untuk menghasilkan setiap jenis jasa?
5. Biaya apa saja yang dibebankan pada setiap jenis jasa dan atas dasar apa pembebankannya?
6. Berapa jam perusahaan bekerja setiap hari?
7. Bagaimana prosedur penentuan/ perhitungan biaya jasa?
8. Aktivitas apa saja yang ada di perusahaan yang menimbulkan biaya?
9. Berapa besarnya biaya setiap jenis jasa yang berlaku selama tahun 1999?

D. PEMASARAN

1. Usaha apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen?
2. Siapa saja konsumen yang dilayani?
3. Bagaimana pesaing yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasinya?
4. Berapa luas daerah pemasaran yang terjangkau perusahaan?
5. Bagaimana cara menentukan harga jual jasa?
6. Permintaan pasar akan jasa dari perusahaan stabil atau musiman?
7. Apa keunggulan bidang pemasaran yang dimiliki?

Lampiran 2

DAFTAR HARGA PAKET PERJALANAN WISATA UNTUK DALAM NEGERI PT. INA MEDIA WISATA MAS TAHUN 1999.

No.	Nama Paket	6 – 9	10 – 14	15 – 19	20 – up	SS*
a.	Grande Traversee	643	629	615	613	75
b.	Trans Indonesien	458	438	389	370	105
c.	Indonesie Authentique	310	287	278	270	57
d.	Cle Des Iles	243	225	219	219	96

Penjelasan lampiran 2

- SS* : Single Suplement.
- Dalam perjalanan tour 1 kamar diisi dua orang, jika menginginkan satu kamar diisi satu orang maka ditambah biaya sebesar single suplement.
- Harga yang dicantumkan dalam mata uang dolar Amerika dengan kurs standar 1\$=Rp. 8.000,00.

Lampiran 3

DAFTAR BIAYA

1. Biaya Overhead Pabrik : Rp. 432.786.500,00
 - a. Biaya Karyawan Umum dan Administrasi.

- gaji	17,9% = Rp. 77.468.783,5
- Tunjangan Kesehatan	1,75% = Rp. 7.573.763,75
- Hadiah tahunan	5,83% = Rp. 25.231.452,95
- Tunjangan Lain	7,92% = Rp. 34.276.690,8
- Biaya Dinas Luar	<u>1,25% = Rp. 5.409.831,25</u>
	34,65% Rp.149.960.522,3
 - b. Biaya Bagian Umum dan Karyawan

- Ongkos kirim / ekspedisi	0,23% = Rp. 995.408,95
- Pemakaian stationary	1,93% = Rp. 8.352.779,45
- Pemakaian komputer suplais	10,67%= Rp. 46.178.319,55
- Pemeliharaan kendaraan bermotor	8,43% = Rp. 36.483.901,95
- Utilities & keperluan rumah tangga	12,07% =Rp. 52.237.330,55
- Ongkos pemakaian gedung	24 % = Rp.103.868.760
- Up grading karyawan	4,68% = Rp. 20.254.408,2
- Rupa-rupa ongkos	<u>3,34% = Rp. 14.455.069,1</u>
	<u>65,35% Rp. 282.825.977,8</u>
	100% Rp.432.786.500,1
2. Biaya tenaga kerja langsung:
 - a. Biaya Tour Leader : Rp. 1.000.000,00 / paket ; 1 tahun Rp. 86.000.000,00
 - b. Biaya Tour Guide : 1 tahun Rp. 11.400.000,00
 - c. Biaya Dinas Luar Kota Pengemudi : Rp. 16.380.000,00
4 orang pengemudi 1 hari dlk : Rp. 32.500,00
3. Biaya tiket masuk Rp. 10. 867.500,00
4. Biaya parkir disetiap obyek wisata Rp. 5.000,00
5. Biaya iklan Rp. 111.484.250,00
6. Biaya souvenir Rp. 7.400.000,00
7. Biaya telepon 1 tahun Rp. 126.271.900,00
8. Biaya listrik 1 tahun Rp. 20.740.640,00
9. Biaya sewa bis Rp. 400.000,00 / hari.
10. Biaya makan (*lunch* dan *dinner*) Rp. 160.000,00 / hari / orang.

Lampiran 4

PERHITUNGAN COST DRIVER JUMLAH PENGEMUDI

1. Gaji.

Data yang tercantum dalam lampiran 3 adalah untuk 24 orang sedangkan jumlah pengemudinya sendiri ada 4 orang. Jadi perhitungan gaji adalah perbandingan jumlah pengemudi dengan keseluruhan karyawan dikalikan jumlah biaya gaji 1 tahun.

$$\frac{4}{24} \times \text{Rp. } 77.468.783,5 = \text{Rp. } 12.911.463,9$$

hasil diatas adalah biaya gaji 1 tahun untuk 4 pengemudi.

2. Tunjangan Kesehatan.

$$\frac{4}{24} \times \text{Rp. } 7.573.763,75 = \text{Rp. } 1.262.293,958$$

hasil diatas adalah tunjangan kesehatan 1 tahun untuk 4 pengemudi.

3. Tunjangan Hadiah Tahunan.

$$\frac{4}{24} \times \text{Rp. } 25.231.452,95 = \text{Rp. } 4.205.242,158$$

hasil diatas adalah tunjangan hadiah tahunan 1 tahun untuk 4 pengemudi.

4. Tunjangan Lain.

$$\frac{4}{24} \times \text{Rp. } 5.409.831,25 = \text{Rp. } 901.638,54$$

hasil diatas adalah tunjangan lain-lain tahunan 1 tahun untuk 4 pengemudi.

Rugi laba antara harga jual dan Harga pokok jasa.

Nama Paket	Hrg. Jual rata	HPj. ABC tanpa BOP	Paket terjual	Rugi/ laba	Total Penjualan	Porsentase
Grande Traversee	5.000.000,00	2.894.664,73	32	67.370.728,64	160.000.000,00	21,846%
TransIndonesien	3.310.000,00	3.081.331,40	28	6.402.720,80	92.680.000,00	2,076%
Indonesie Authentique	2.290.000,00	2.334.664,73	18	(803.965,14)	41.220.000,00	-0,261%
Cle des Iles	1.812.000,00	1.961.331,40	8	(1.194.651,20)	14.496.000,00	-0,387%
total	12.412.000,00	10.271.992,26	86,00		308.396.000,00	

Nama Paket	Hrg. Jual rata	HPj. Trad. tanpa BOP	Paket terjual	Rugi/ laba	Total Penjualan	Porsentase
Grande Traversee	5.000.000,00	2.894.664,73	32	67.370.728,64	160.000.000,00	21,846%
TransIndonesien	3.310.000,00	3.081.331,40	28	6.402.720,80	92.680.000,00	2,076%
Indonesie Authentique	2.290.000,00	2.334.664,73	18	(803.965,14)	41.220.000,00	-0,261%
Cle des Iles	1.812.000,00	1.961.331,40	8	(1.194.651,20)	14.496.000,00	-0,387%
total	12.412.000,00	10.271.992,26	86,00		308.396.000,00	

Nama Paket	Hrg. Jual rata	HPj. ABC dgn. BOP	Paket terjual	Rugi/ laba	Total Penjualan	Porsentase
Grande Traversee	5.000.000,00	3.127.115,573	32	59.932.301,66	160.000.000,00	19,434%
TransIndonesien	3.310.000,00	3.314.662,633	28	(130.553,72)	92.680.000,00	-0,042%
Indonesie Authentique	2.290.000,00	2.564.474,393	18	(4.940.539,07)	41.220.000,00	-1,602%
Cle des Iles	1.812.000,00	2.189.380,273	8	(3.019.042,18)	14.496.000,00	-0,979%
total	12.412.000,00	11.195.632,87	86,00		308.396.000,00	

Nama Paket	Hrg. Jual rata	HPj. Trad. Dgn. BOP	Paket terjual	Rugi/ laba	Total Penjualan	Porsentase
Grande Traversee	5.000.000,00	3.128.855,900	32	59.876.611,20	160.000.000,00	19,415%
TransIndonesien	3.310.000,00	3.315.522,570	28	(154.631,96)	92.680.000,00	-0,050%
Indonesie Authentique	2.290.000,00	2.568.855,900	18	(5.019.406,20)	41.220.000,00	-1,628%
Cle des Iles	1.812.000,00	2.195.522,570	8	(3.068.180,56)	14.496.000,00	-0,995%
total	12.412.000,00	11.208.756,94	86,00		308.396.000,00	

Lanjutan Lampiran 6

Keterangan :

- Harga jual yang tercantum adalah harga berdasarkan kurs 1\$ = Rp. 8.000,00.
- Rugi atau laba adalah harga jual dikurangi harga pokok jasa dikalikan paket terjual.
- Penjualan adalah harga jual rata-rata dikalikan paket terjual.
- Porsentase adalah perbandingan rugi / laba dengan total penjualan.

DATA PRIBADI

Nama : Agnes Sita Damarani
Tempat tanggal lahir : Yogyakarta / 26 Nopember 1976
Agama : Katolik
Latar Belakang Pendidikan :

1. Taman Kanak-kanak Mekar Jaya. Jakarta. 1982-1983.
2. Sekolah Dasar Negeri 06 pagi. Jakarta. 1983-1989.
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 223. Jakarta. 1989-1992.
4. Sekolah Menengah Atas Katolik Ignatius Slamet Riyadi. Jakarta.
1992-1995
5. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
Yogyakarta. 1995-2000.

