

**ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA BUS WISATA
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi Kasus Pada PO. Langen Mulya

SKRIPSI

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



Oleh :

Stefanus Yussie Paripurna

NIM : 98 2114 045

NIRM : 980051121303120044



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2004**

SKRIPSI

**ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA BUS WISATA
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi Kasus Pada PO. Langen Mulya

Oleh :

Stefanus Yussie Paripurna

NIM : 982114045

NIRM : 980051121303120044

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Fr. Reni Retno Anggraeni, SE, M.Si, Akt

tanggal 25 Mei 2004

Pembimbing II



Drs. YP Supardiyono, M.Si, Akt

tanggal 17 Juni 2004

SKRIPSI

**ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA BUS WISATA
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING*
Studi Kasus Pada PO. Langen Mulya**

Dipersiapkan Dan Ditulis Oleh:

Stefanus Yussie Paripurna

NIM: 982114045

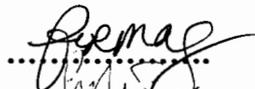
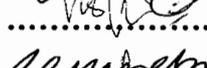
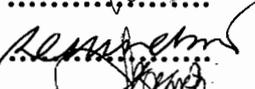
NIRM: 980051121303120044

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 28 Juli 2004

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Firma Sulistiyowati, SE, M.Si 
Sekretaris	Lisia Apriani, SE, M.Si, Akt 
Anggota	Fr. Reni Retno Anggraeni, SE, M.Si, Akt 
Anggota	Drs. YP Supardiyono, M.Si, Akt 
Anggota	Lisia Apriani, SE, M.Si, Akt 

Yogyakarta, 31 Juli 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan



Drs. Alex Kahu Lantum, M.S

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ★ Kasih itu sabar; kasih itu murah hati; ia tidak cemburu. Ia tidak memegahkan diri dan tidak sombong.
- ★ Ia tidak melakukan yang tidak sopan dan tidak mencari keuntungan diri sendiri. Ia tidak pemarah dan tidak menyimpan kesalahan orang lain.
- ★ Ia tidak bersuka cita karena ketidakadilan, tetapi karena kebenaran.
- ★ Ia menutupi segala sesuatu, percaya segala sesuatu, mengharapkan segala sesuatu, dan sabar menanggung segala sesuatu.

(*I Korintus 13: 4-7*)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Yesus Kristus juru selamatku
- Bunda Maria pelindungku
- Bapak dan Ibuku tercinta
- Kakak-kakak tersayang

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

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

Yogyakarta, 20 Juni 2004


Penulis

**ANALISIS PENENTUAN TARIF SEWA BUS WISATA
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING*
Studi Kasus Pada PO. Langen Mulya**

Stefanus Yussie Paripurna
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) perbedaan penentuan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* (2) perbedaan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus pada bus wisata yang menggunakan fasilitas AC pada tahun 1998 sampai tahun 2002.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan komparatif, dengan terlebih dahulu memberikan gambaran dalam menentukan tarif sewa bus wisata yang dilakukan oleh perusahaan, menentukan tarif sewa bus wisata dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* kemudian melakukan uji hipotesis beda dua mean.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian statistik diperoleh hasil bahwa (1) ada perbedaan penentuan tarif wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* (2) ada perbedaan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* yang menggunakan fasilitas AC dari tahun 1998 sampai 2002. Ini dibuktikan dengan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,99 lebih besar dari t tabel sebesar 2,776.

**AN ANALYSIS OF THE DETERMINATION
RENT TARIFF ON TOUR BUS
USING COST PLUS PRICING METHOD; FULL COSTING APPROACH
A Case Study On PO. Langen Mulya**

Stefanus Yussie Paripurna
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The objective of this research were to find out (1) the difference in the determination of rent tariff on tour bus in PO. Langen Mulya using cost plus pricing method; full costing approach. (2) The difference in rent tariff of tour bus between the one determined by PO. Langen Mulya and the one by cost plus pricing method; full costing approach. This research was a case conducted study on the Air Conditioned tour bus from 1998 up to 2002.

In this research, the researeher collected the data using interview and documentation method. The data analysis tehniques used was descriptive and comparative analysis techniques, by first giving an illustration in determining rent tarif on tour bus conducted by the company, determining rent tariff of tour bus with cost plus pricing method; full costing approach and finally doing hypotesis testing by the analysis of difference between 2 means.

Based on the research result and statistic testing, it ware obtamed 2 results: (1) there was a difference in determining tour tariff between PO. Langen Mulya and cost plus pricing method; full costing approach. (2) There was a different rent tariff of Air Conditioned tour bus between PO. Langen Mulya and cost plus pricing method; full costing approach from 1998 up to 2002. These ware proven by a bigger t value of 5,99 than the t table of 2,776.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Dengan Metode *Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing*”** studi kasus pada PO. Langen Mulya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Tentu saja dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, serta dorongan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Ibu. Fr. Reni Retno A, SE, M.Si, Akt selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Supardiyono, M.Si, Akt selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Lisia Apriani, SE, MSi, Akt selaku dosen penguji dan membimbing penulis selama di bangku kuliah.
5. Bapak Agus Andriyanto, SE selaku kepala bagian operasional yang telah memberikan ijin penelitian pada penulis.

6. Mbak Endang dan seluruh karyawan perusahaan, terima kasih atas segala bantuannya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
7. Bapak dan Ibuku yang telah mendoakan, memberikan perhatian, dukungan, kasih sayang serta kesabarannya hingga menjadikanku seperti ini.
8. Kakakku (Mbak Rika, Mas Jarot, Mas Restu) yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan mendoakan penulis.
9. Sahabatku Gank IJO LUMUT (Ikatan JOmblo LUcu & iMUT : Monte "Kribosu", Andi "Badjoeri", Paul "Telo", Iwan "Bakwan") yang selalu memotivasi, membantu mengatasi masalah dan selalu mendoakan penulis.
10. Teman-temanku Akuntansi A angkatan '98 (Aya, Beatrik, Esta, Miamont, Lela, Jutex, Emi, Niken, Eni, Lia, Mak Nyak, Deby, Brigita, Woro, Sigit, Dedi, Sangadjie, Sastro, Artjo, Ipank, Alex, Babe) yang selalu menemaniku baik saat suka maupun duka.
11. Teman-temanku SMU Pangudi Luhur Yogya dan SMU Santa Maria Yogya (Beta, Sigit, Priyo, Apram, Nining, Yesi, Agni, Dian, Indra) yang selalu memotivasi penulis.
12. Teman-temanku 'Wuluh 7 *Community and Family*' (Seto, Kadek, Hari, Oka, Ibnu, Kelik, Komang, Ari, Lintang, Narita, Siti) dan Wisma Patah Hati 9 (Phila, Ari, Agus, Anas) terima kasih atas persahabatannya.
13. Mbah Wakijan yang selalu dengan ramah memberikan informasi keberadaan dosen.
14. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 20 Juni 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Hasil Penelitian Terdahulu.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	8
A. Harga Jual.....	8
1. Pengertian Harga Jual.....	8
2. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	8



4. Metode Penentuan Harga Jual.....	11
5. Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	13
6. <i>Return on Investment</i>	15
B. Biaya.....	16
1. Pengertian Biaya	16
2. Perilaku Biaya	19
C. Jasa	23
1. Pengertian Jasa	23
2. Karakteristik Jasa	23
D. Pariwisata	24
1. Pengertian Pariwisata	24
2. Bentuk Pariwisata	24
3. Pengertian Industri Pariwisata	26
4. Kelompok Industri Pariwisata	26
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian	28
C. Subjek dan Objek Penelitian	29
D. Data Yang Dicari	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
A. Sejarah Perusahaan	34
B. Lokasi Perusahaan	35

C. Struktur Organisasi	36
D. Personalia	43
1. Tenaga Kerja	43
2. Kompensasi	44
3. Kesejahteraan Karyawan	45
E. Pemasaran	45
BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
A. Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Menurut PO. Langen Mulya	47
B. Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i> ...	51
C. Pembahasan	63
BAB VI : PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Keterbatasan	67
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76

DAFTAR TABEL

Tabel V.1 Volume Penjualan PO. Langen Mulya Tahun 1998-2002.....	48
Tabel V.2 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut PO. Langen Mulya Tahun 1998-2002	49
Tabel V.3 Laba Yang Diharapkan	50
Tabel V.4 Tarif Sewa Bus Wisata Menurut PO. Langen Mulya / tahun....	50
Tabel V.5 Tarif Sewa Bus Wisata Menurut PO. Langen Mulya / km.....	50
Tabel V.6 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut Kajian Teori Tahun 1998....	52
Tabel V.7 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut Kajian Teori Tahun 1999....	53
Tabel V.8 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut Kajian Teori Tahun 2000....	54
Tabel V.9 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut Kajian Teori Tahun 2001....	55
Tabel V.10 Biaya Sewa Bus Wisata Menurut Kajian Teori Tahun 2002...	56
Tabel V.11 Biaya Penuh Tarif Sewa Bus Wisata	56
Tabel V.12 Tarif Sewa Bus Wisata / tahun Menurut Kajian Teori.....	58
Tabel V.13 Tarif Sewa Bus Wisata / km Menurut Kajian Teori.....	59
Tabel V.14 Selisih Tarif Sewa Bus Wisata Antara PO. Langen Mulya Dengan Perhitungan Menurut Kajian Teori	60
Tabel V.15 Tabel Nilai t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Pegujian 2 Sisi Dengan Sampel Kecil.....	32
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PO. Langen Mulya	37
Gambar V.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Pegujian 2 Sisi Dengan $n = 5$	61
Gambar V.2 Daerah Penolakan Ho.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah suatu organisasi produksi yang mengkoordinir dan menggunakan sumber-sumber ekonomi untuk memenuhi kebutuhan yang dapat menghasilkan laba. Menurut output yang dihasilkan, perusahaan dapat dibagi menjadi dua bagian : perusahaan yang menghasilkan barang dan perusahaan yang menghasilkan jasa.

Perkembangan perekonomian di Indonesia yang kian pesat, memberikan peluang besar bagi sektor jasa untuk terus berkembang. Salah satu industri jasa yang perlu mendapatkan perhatian adalah industri pariwisata. Diharapkan dengan mendapatkan perhatian dari pemerintah, kegiatan di sektor pariwisata mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan dengan pemasukan devisa.

Adapun cara yang dapat ditempuh guna peningkatan kepariwisataan di Indonesia antara lain dengan “Pekan Pariwisata, *Visit Indonesia Year*” dan lain-lainnya. Dengan cara tersebut diharapkan para wisatawan akan terus meningkat jumlahnya. Hal itu juga harus diimbangi dengan peningkatan biro perjalanan wisata baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Karena dimasa yang akan datang kita tidak dapat mengetahui keadaannya, apakah akan mengalami kemajuan

ataukah kemunduran. Untuk mengatasinya diperlukan adanya seorang manager yang bertanggung jawab untuk kesuksesan biro perjalanan wisata.

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan yang tidak dapat diabaikan oleh pihak manajemen. Bagi pihak perusahaan penentuan harga jual sangat berpengaruh pada laba yang diperoleh, dengan laba tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan. Sedangkan bagi pihak konsumen jadi atau tidaknya membeli, juga dipengaruhi harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk itu perusahaan harus dapat menetapkan harga jual yang paling tepat, dalam arti perusahaan harus dapat menarik serta memuaskan pembeli sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada perbedaan penentuan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ?
2. Apakah ada perbedaan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Perbedaan penentuan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
2. Perbedaan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam penentuan tarif sewa bus wisata sehingga laba yang diperoleh bisa menutup biaya langsung.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini dapat menambah koleksi kepustakaan dan dapat digunakan sebagai pembanding penelitian dibidang yang sama.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta dapat membantu pembaca yang sedang mempelajari atau melakukan penelitian pada bidang yang sama.

4. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu menerapkan teori-teori yang didapat selama kuliah dengan keadaan yang sebenarnya.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

P. Perangin Angin (1999) dalam judul skripsi Penentuan Tarif Rawat Inap Rumah Sakit Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing*, menjelaskan terdapat perbedaan dalam penentuan tarif jasa kamar rawat inap berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Penyebabnya adalah Rumah Sakit tidak mencantumkan selisih harga yang sebenarnya, oleh karena itu jumlah perhitungan tarif jasa kamar Rumah Sakit dengan kajian teori berbeda. Untuk kamar VIP Rp 204, Kelas I Rp 210, Kelas II Rp 112, Kelas III Rp 18. Setelah menganalisis selisih tarif jasa kamar yang berlaku dapat disimpulkan bahwa besarnya tarif kamar yang berlaku di Rumah Sakit dapat dikatakan sudah tepat, karena selisih yang terjadi dibawah 5%.

Sedangkan Y. Danik Wijayanti (2002) dalam skripsi yang berjudul Evaluasi Tarif Iklan Pada PT. Radio Roro Jonggrang menjelaskan langkah penentuan tarif

iklan perusahaan tidak tepat, karena dalam menentukan tarif perusahaan tidak melakukan pendekatan biaya. Karena itu penulis menyarankan agar menerapkan langkah penentuan tarif menurut teori, karena dengan langkah tersebut, tarif yang ditetapkan perusahaan mencerminkan biaya yang terjadi. Setelah melakukan perhitungan penentuan tarif iklan menurut teori, maka dapat diketahui bahwa penentuan tarif iklan pada PT. Radio RDBS Prambanan berbeda. Sehingga terdapat selisih tarif antara PT. Radio RDBS Prambanan dengan teori.

Judul skripsi yang ditulis Mimin Setia Ningrum (2002) yaitu Evaluasi Penentuan Tarif Kamar Rumah Sakit Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*. Menerangkan bahwa langkah penentuan tarif kamar rawat inap di RSSK tidak tepat berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Ini disebabkan karena adanya perbedaan langkah penentuan tarif kamar RSSK dengan langkah penentuan tarif kamar menurut teori. Perbedaannya adalah RSSK tidak menetapkan laba yang diharapkan, tidak melakukan perhitungan persentase *mark up*. Selain itu adanya selisih perbedaan antara tarif kelas I A yang berlaku di RSSK dengan teori sebesar 12.534,10 yang berarti tarif pada kelas tersebut lebih besar dari tarif kamar kelas I A menurut kajian teori, sehingga persentasenya lebih besar dari 5%.

Pada skripsi Hioe Lie Joen (1999) yang berjudul Evaluasi Penentuan Tarif Makan Pasien menjelaskan terdapat selisih harga antara besarnya tarif makan menurut Rumah Sakit Suaka Insan dengan tarif makan menurut *The Texas*

Restaurant Assosiation Method. Perbedaan ini tampak cukup berarti terutama tarif makan di kelas II, IIIA, IIIB yaitu sebesar Rp 470 hingga Rp510.

Dari hasil uji statistik yang dilakukan hasilnya menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara kedua tarif tersebut. Dengan demikian disimpulkan bahwa tarif makan standar yang diterapkan di Rumah Sakit Suaka Insan sudah tepat.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, hasil penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teor-teori yang mendukung dan dipergunakan sebagai dasar untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data-data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini diuraikan mengenai sejarah berdirinya perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia dan pemasaran.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang data yang diperoleh selama penelitian, analisis data berdasarkan teori, dan teknik analisis yang digunakan.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat digunakan untuk kemajuan perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa yang lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa. (Tjiptono,1995:118) Sedangkan menurut Supriyono (1993:332), harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh inti usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Sedangkan dipandang dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai alat atau indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Istilah harga jual sering digunakan pada perusahaan manufaktur, sedangkan pada perusahaan jasa sering disebut dengan tarif.

b. Tujuan Penentuan Harga Jual

Sebelum menentukan harga, seorang manager haruslah menetapkan tujuan dari penentuan harga jual tersebut. Pada umumnya tujuan penentuan harga jual adalah: (Swastha, 1984:148)

1. Mendapatkan laba maksimum

Semakin tinggi daya beli dari konsumen semakin tinggi pula kemungkinan bagi seorang penjual untuk mendapatkan tingkat harga lebih tinggi. Sehingga harapan seorang produsen untuk mendapatkan keuntungan lebih tinggi.

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan

Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya dapat dikembalikan melalui laba perusahaan, dan laba hanya dapat dari harga jual lebih besar dari biaya seluruhnya.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan

Ini dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Apabila penjual menawarkan barang dengan harga yang sama, maka persaingan dapat dilakukan dengan servis lain.

4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Ini dapat dilakukan bila kemampuan dan kapasitas produksi masih cukup longgar. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas, biasanya penentuan harga ditujukan untuk mempertahankan *market share*.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual:

Menurut Gito Sudarmo (1994: 233-234)

1. Dasar Biaya

Apabila harga jual yang ditetapkan dibawah harga produksi, tentu akan mendatangkan kerugian. Sebaliknya bila harga jual diatas biaya produksi akan mendatangkan keuntungan.

2. Dasar konsumsi

Kadang dalam hal penetapan harga atas dasar harga konsumen sering kurang berhasil. Ini disebabkan penetapan harga yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

3. Dasar persaingan

Dalam keadaan tertentu perusahaan kadang harus menentukan harga jual jauh dibawah harga produksi. Ini dilakukan karena pertimbangan memenangkan persaingan.

Sedangkan menurut Swastha dan Sukotjo (1993:211) yang mempengaruhi harga jual adalah:

1. Keadaan perekonomian

Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

2. Permintaan dan Penawaran

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

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

3. Persaingan

Harga jual ada beberapa macam barang yang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.

4. Biaya

Merupakan dasar dalam menentukan harga , sebab suatu tingkat harga tidak dapat menutup biaya yang dikeluarkan dan itu akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

5. Tujuan perusahaan

Tujuan yang ingin dicapai perusahaan antara lain adalah mendapat laba maksimum, volume penjualan tertentu, perluasan perusahaan.

6. Pengawasan/ Peraturan Pemerintah

Dapat diwujudkan melalui penentuan harga jual maksimum dan minimum, diskriminasi harga.

7. Elastisitas permintaan

Sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya, tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual.

d. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Mulyadi (1993: 350-368) ada empat metode yang dipakai dalam penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan Harga Jual Normal

Metode penentuan harga jual normal sering disebut juga dengan istilah *cost plus pricing*, yang mempunyai arti bahwa harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa yang akan datang dengan persentase *mark up*. Dalam keadaan normal harga jual dapat dihitung dengan rumus: $\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba Yang Diharapkan}$.

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost Type Contract*

Dalam metode ini pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa dalam bentuk kontrak atau perjanjian berdasarkan harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambahkan dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dhal ini harga jual dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler. Konsumen yang melakukan pesanan ini meminta harga dibawah harga normal yang berada dibawah biaya penuh, karena biaya pesanan khusus mencakup jumlah yang cukup besar. Dalam mempertimbangkan penerimaan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai dalam penentuan harga jual.

4. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Produk atau Jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti: listrik, air, telpon, transportasi, dan jasa pos yang diatur dengan Peraturan Pemerintah.

e. Metode *Cost-Plus Pricing*

Cost-Plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga Jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus: **Harga Jual** = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan: *full costing* dan *variabel costing*.

1. Pendekatan *Full Costing*

Pendekatan *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya langsung. Taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik (tetap + variabel)	<u>xxx</u> +
Total biaya langsung	xxx
Biaya administrasi dan Umum	xxx
Biaya pemasaran	<u>xxx</u> +

Total biaya tidak langsung	<u>xxx</u> +
Taksiran biaya penuh	xxx

2. Pendekatan *Variabel Costing*

Pendekatan *variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya produksi variabel ke dalam harga pokok produksi dan biaya overhead tetap diperlakukan sebagai *period-cost*. Taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya variabel:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik <i>variabel</i>	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya produksi <i>variabel</i>	xxx
Biaya administrasi dan umum <i>variabel</i>	xxx
Biaya pemasaran <i>variabel</i>	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya <i>variabel</i>	xxx

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx
Biaya pemasaran tetap	<u>xxx</u> +

Taksiran total biaya tetap	$\frac{xxx}{+}$
Taksiran Biaya penuh	xxx

Rumus Perhitungan Harga Jual per Unit

Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini :

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya langsung per unit} + \text{persentase markup}$$

Rumus persentase *markup* :

$$\text{Mark-Up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung}}$$

f. Return on Investment (ROI)

Return on Investment adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. (Munawir, 1983: 89) ROI menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau

aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut.

Besarnya ROI dipengaruhi oleh dua faktor :

1. *Turnover* dari *operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi) merupakan ratio antara jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi terhadap jumlah penjualan yang diperoleh selama periode tersebut.
2. *Profit Margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam prosentase dan jumlah penjualan bersih.

Besar ROI dapat diketahui dengan mengalikan antara *turnover operating assets* dengan *profit margin*, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \text{Operating assets turnover} \times \text{Profit margin}$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Investasi}} \times \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Penjualan}}$$

$$\text{Rumus ROI} = \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Investasi}}$$

B. Biaya

a. Pengertian Biaya

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

1. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktivitas perusahaan
 - a. Biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.
 - b. Biaya pemasaran, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan perhitungan menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang, dan fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.
 - c. Biaya administrasi dan umum, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum, misalnya: gaji karyawan.
 - d. Biaya keuangan, adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya: biaya bunga.
2. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi di mana biaya akan dibebankan

- a. Pengeluaran modal, adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada beberapa periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
 - b. Pengeluaran penghasilan, adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi.
3. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume
- a. Biaya tetap, adalah biaya yang jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkat tertentu.
 - b. Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c. Biaya semi variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding.
4. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai
- a. Biaya langsung, adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.
 - b. Biaya tidak langsung, adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu.

5. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya
 - a. Biaya terkendali, adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.
 - b. Biaya tidak terkendali, adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu berdasarkan wewenang yang dia miliki.
6. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan
 - a. Biaya relevan, adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan.
 - b. Biaya tidak relevan, adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan.

b. Perilaku Biaya

Perilaku biaya merupakan studi tentang hubungan biaya dengan volume kegiatan (Sugiri, 1994: 43). Perilaku biaya sangat penting sebagai dasar untuk mengambil keputusan ekonomi baik keputusan jangka pendek maupun keputusan jangka panjang. Berdasarkan perilaku biaya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkat tertentu (misalnya: gaji manajer produksi).. Untuk kepentingan perencanaan dan pengendalian, biaya tetap diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

a) *Committed Fixed Cost*

Committed fixed cost adalah biaya tetap yang dibutuhkan meskipun kegiatan perusahaan berada pada titik yang sangat rendah, termasuk kemungkinan ditutupnya perusahaan untuk sementara waktu (misalnya: pajak asuransi, depresiasi bangunan).

b) *Discretionary Fixed Cost*

Discretionary fixed cost adalah biaya tetap yang timbul sebagai akibat dari keputusan manajemen pada periode anggaran tertentu, yang dianggarkan untuk bidang tertentu (misalnya: biaya pelatihan karyawan, biaya riset dan penelitian).

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan, tetapi per unit tetap (misalnya: upah tenaga kerja langsung). Untuk kepentingan perencanaan dan pengawasan biaya variabel dibedakan menjadi dua yaitu:

a) *Engineered Variable Cost*

Engineered variable cost merupakan hubungan fisik secara eksplisit antara masukan dan keluaran. Dalam beberapa kegiatan administrasi dan penjualan terdapat hubungan secara fisik antara masukan dan keluarannya, sehingga beberapa biaya untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai *engineered variable cost* (misalnya: biaya untuk menyelenggarakan kartu piutang atau pembuatan faktur)

b) *Discretionary Variable Cost*

Discretionary variable cost merupakan biaya yang variabilitasnya terhadap volume kegiatan semata-mata karena keputusan manajemen, bukan karena adanya hubungan secara fisik antara masukan dan keluarannya (misalnya: biaya iklan).

3. Biaya Campuran (*Semi Variable Cost*)

Biaya campuran merupakan biaya yang bersifat campuran antara biaya tetap dan biaya variabel. Beberapa jenis biaya tertentu yang bersifat campuran sulit ditentukan dengan pasti antara biaya tetap dan biaya variabel (misalnya biaya pemeliharaan kendaraan, telepon, reparasi). Beberapa metode untuk memisahkan biaya campuran:

a) Metode Titik Tertinggi-Titik Terendah

Menurut metode titik tertinggi-titik terendah, biaya campuran dipisahkan dengan mencari selisih antara biaya total pada kegiatan tertinggi dan total pada kegiatan terendah. Selisih tersebut merupakan biaya variabel total yang terjadi pada tingkat kegiatan antara yang tertinggi dan yang terendah.

b) Metode Diagram Pencar

Metode ini menggambarkan titik-titik data yang menunjukkan kombinasi biaya dan tingkat kegiatan. Pada grafik sumbu vertikal (Y) untuk kombinasi biaya dan sumbu horisontal (X) untuk tingkat kegiatan.

c) Metode Regresi Linear

Metode ini memisahkan biaya campuran dengan menggunakan model matematika yang biasanya diterapkan dalam bidang statistik. Persamaan matematisnya:

$$Y = a + bX$$

Variabel yang harus dicari adalah a yang merupakan biaya tetap dan b yang menunjukkan biaya variabel per unit, dan Y merupakan variabel dependent (tidak bebas) sedangkan X variabel independent (bebas).

Variabel a dan b dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n} \qquad b = \frac{n\sum XY - \sum X\sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

C. Jasa

a. Pengertian Jasa

Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan dapat menghasilkan kepemilikan sesuatu. (Tjiptono,1996:93)

b. Karakteristik Jasa

a) *Intangibility*

Jasa merupakan suatu yang tidak berwujud tidak seperti pada produk fisik, jasa tidak dapat dilihat. Karena sifat tersebut, orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum jasa tersebut dibeli.

b) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi dulu baru kemudian dikonsomsi. Sedangkan jasa berbeda, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi

c) *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena makin *non standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d) Perishability

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

D. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan lingkungan hidup dalam dimensi sosial budaya, alam dan ilmu. (Spillane, 1991:21)

b. Bentuk Pariwisata

Pariwisata dapat dipelajari dari segi motivasi dan tujuan perjalanan, akan tetapi juga dapat dilihat dari bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, antara lain: (Spillane, 1991: 31-33)

a) Pariwisata individu dan kolektif

Pariwisata perorangan

Meliputi seorang atau kelompok orang yang mengadakan wisata dengan melakukannya sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun programnya.

Pariwisata Kolektif

Meliputi biro perjalanan wisata yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksud diatas.

b) Pariwisata jangka panjang, jangka pendek, ekskrusi

Pariwisata jangka panjang

Perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau bulan bagi wisatawan sendiri.

Pariwisata jangka pendek

Perjalanan yang berlangsung antara 1 minggu sampai 10 hari.

Pariwisata ekskrusi

Perjalanan yang berlangsung tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi.

c) Pariwisata dengan alat angkut

Ada beberapa alat angkut yang dipakai. Misal: kereta api, kapal laut dan kendaraan lainnya.

d) Pariwisata aktif dan pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa



untuk suatu negara merupakan bentuk wisata yang sering disebut *active tourism*.

Sedangkan penduduk suatu negara yang membawa uang ke luar negeri dan membawa pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran disebut *positive tourism*.

c. Pengertian Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah kumpulan macam-macam perusahaan yang secara bersamaan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan wisatawan khususnya dan *traveller* pada umumnya selama perjalanan. (Yoeti, 1996:153)

d. Kelompok Industri Pariwisata

a) Travel Agent/ Tour Operator

Yaitu perusahaan yang memberi informasi, melakukan reservasi, mengurus tiket dan *voucer* serta pengurusan dokumen perjalanan.

b) Akomodasi/ Perhotelan

Yaitu tempat dimana para wisatawan akan menginap untuk sementara waktu selama ia berada ditempat tujuan wisata.

c) Perusahaan Pengangkutan

Perusahaan pengangkutan ini meliputi angkutan darat, laut, udara.

d) *Bar dan Restourant*

Yaitu tempat dimana para wisatawan dapat memesan makanan dan minuman sesuai selera mereka.

e) *Sovenir dan Handicraft*

Yaitu tempat dimana para wisatawan dapat berbelanja sebagai kenang-kenangan yang akan dibawa pulang.

f) *Perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas wisata*

Yaitu perusahaan tempat orang menjual dan mencetak film, *postcad* kantor pos, *money changer*, bank dan sebagainya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi-informasi yang berhubungan dengan data-data yang diperlukan. Data yang diperoleh kemudian diolah, dianalisis, kemudian ditarik kesimpulan yang hanya berlaku bagi PO. Langen Mulya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PO. Langen Mulya.

b. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk penelitian adalah antara bulan Februari sampai bulan Maret 2004.

C. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian:

Pihak-pihak yang berhubungan dalam penentuan tarif bus wisata (pimpinan, bagian keuangan, bagian personalia, bagian operasional, bagian pemasaran)

b. Objek Penelitian

Biaya yang berhubungan penentuan tarif sewa bus wisata.

D. Data yang dicari

- a. Gambaran umum perusahaan
- b. Persentase laba yang diharapkan
- c. Data biaya yang menjadi dasar penentuan tarif
- d. Data tarif sewa bus wisata.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan peninjauan yang dilakukan di perusahaan Sehingga didapat gambaran yang lebih luas serta kesimpulan yang diperoleh akan mendekati kebenaran.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang ada dalam perusahaan yang berhubungan dengan penentuan tarif bus wisata.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah dapat ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. a. Mendeskripsikan penentuan tarif sewa bus wisata perusahaan, dengan mengumpulkan seluruh biaya.
- b. Mendeskripsikan penentuan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Adapun langkahnya sebagai berikut:
 - a) Menghitung total biaya langsung dan total biaya tidak langsung untuk mendapatkan biaya penuh.
 - b) Menghitung prosentase *mark up* berdasarkan laba yang diharapkan dengan cara:

$$Mark-Up = \frac{(ROI \times \text{Investasi}) + \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung}}$$

Rumus ROI adalah sebagai berikut :

$$ROI = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

- c) Menghitung besarnya tarif menurut harga jual normal dengan menambahkan *mark up* pada biaya langsung. Harga jual menurut metode *full costing* dapat dirumuskan :

Harga jual (per unit) = biaya langsung (per unit) + % *mark up*

2. Membandingkan besarnya tarif sewa bus yang berlaku di perusahaan dengan besarnya tarif sewa bus menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Bila ada selisih perbedaan, maka diuji dengan menggunakan test hipotesa dengan distribusi t.

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

- a) Membuat hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

- 1) $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

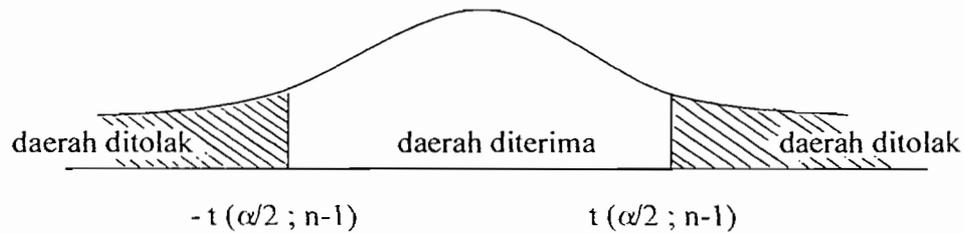
- 2) $H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ = Terdapat perbedaan yang signifikan dalam tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

- b) . Menentukan *level of significance* (α) 5%

H_0 diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Gambar III.1
Daerah penerimaan dan penolakan Ho
pada pengujian 2 sisi dengan sampel kecil



c) Menentukan daerah kritis penerimaan Ho dan penolakan berdasarkan

rumus berikut:

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

Di mana : $D = X1 - X2$

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

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

Di mana:

$D = \text{mean}$ dari harga-harga D

$X1 = \text{mean}$ tarif sewa bus wisata menurut perusahaan

$X2 = \text{mean}$ tarif sewa bus wisata menurut kajian teori

$Sd = \text{standar deviasi}$ dari harga-harga D

$n = \text{banyaknya sampel}$

d) Kesimpulan

- 1) Apabila H_0 ditolak, maka terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif sewa bus wisata yang ditetapkan perusahaan dengan hasil perhitungan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
- 2) Apabila H_0 diterima, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif sewa bus wisata yang ditetapkan perusahaan dengan hasil perhitungan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Awal pendirian Bus Langen Mulya dimulai pada tahun 1957 oleh tiga bersaudara sekandung yang merintis usaha angkutan barang dengan menggunakan 2 buah truk. Mereka adalah Bapak Soemardono, Bapak Sumaryono, Bapak Suyadi. Dalam perkembangan selanjutnya dirasakan bahwa permintaan akan jasa angkutan baik angkutan barang ataupun angkutan penumpang semakin banyak, maka pada tahun 1961 berdirilah perusahaan angkutan penumpang bus umum Langen Mulya dengan bentuk badan usaha berupa CV yang dipimpin oleh Bapak Soemardono.

Pada saat dimulainya usaha angkutan penumpang, bus yang dimiliki ada 2 buah bus dan 3 buah truk. Adapun trayek yang dijalankan untuk angkutan penumpang adalah Yogyakarta – Semarang. Namun sejak tahun 1965 perusahaan Langen Mulya menghentikan usaha angkutan barangnya dan sepenuhnya mengalihkan usahanya dibidang jasa angkutan penumpang. Jasa angkutan yang dijalankan pada tidak hanya melayani angkutan untuk perjalanan trayek tetapi juga untuk perjalanan pariwisata.

Pada tahun 1975 CV Langen Mulya mengalami kemunduran karena banyaknya persaingan dan mengubah jalur trayek menjadi Yogyakarta - Solo.

Adapun yang menjadi pertimbangan perubahan jalur tersebut karena penumpangnya cukup ramai dan jalan yang dilalui datar. Sejak tahun 1978 perusahaan dipegang oleh adiknya yaitu Bapak Sumaryono dengan dibantu oleh saudaranya yang lain. Serta mengubah status Badan Usahanya dari CV menjadi perusahaan perseorangan. Kemudian pada tahun 1981 dilakukan reorganisasi kembali, dengan di bawah pimpinan Bapak Suryadi yang merupakan adik bungsu dari Bapak Sumaryono. Di bawah pimpinan Bapak Suryadi inilah perusahaan Langen Mulya mengalami kemajuan dan bus dapat beroperasi secara ekonomis.

B. Lokasi Perusahaan

PO. Langen Mulya menempati 2 lokasi, yaitu 1 tempat sebagai kantor pusat dan 1 tempat garasi sekaligus sebagai bengkel. Kantor pusat yang memiliki Luas 150 m^2 terletak di Jalan Brigjen Katamso No 55 telpon (0274) 374054. Sedangkan garasi sekaligus bengkel memiliki Luas 3000 m^2 terletak di Jalan Imogiri 214 telpon (0274) 376974.

Penentuan lokasi ini dipandang sangat baik dan menguntungkan dengan didasarkan pada pertimbangan :

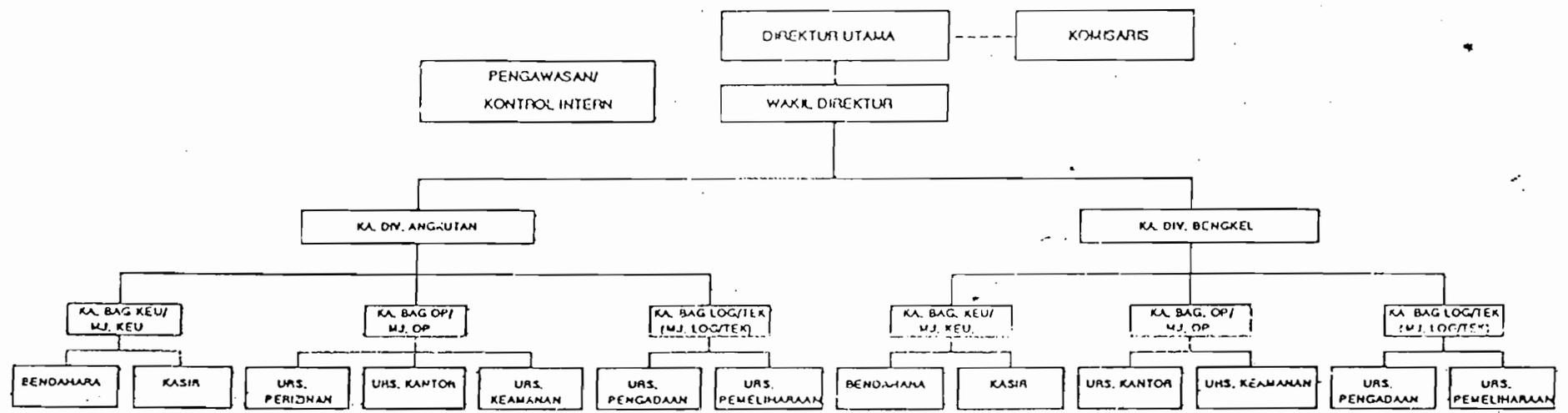
1. Lebih mudah dicari karena lokasinya di tengah kota sehingga mudah dijangkau konsumen.

2. Lokasinya sangat strategis yaitu dekat dengan obyek wisata khususnya di wilayah Yogyakarta.
3. Lokasi perusahaan dekat dengan jalan raya sehingga mempermudah operasional perusahaan.

C. Struktur Organisasi

Organisasi perusahaan mempunyai arti yang sangat penting karena di dalam suatu perusahaan harus sesuai dengan sistem yang dipilih. Hal ini guna menjelaskan batasan-batasan tugas, wewenang, serta tanggung jawab dari masing-masing individu dalam suatu perusahaan. Adapun struktur organisasi pada PO Langen Mulya sebagai berikut:

Gambar 1
 Struktur Organisasi
 PO. Langen Mulya



Untuk lebih jelasnya di bawah ini diuraikan tentang wewenang, tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian secara garis besar yaitu:

1. Direktur Utama:

- a) Bertanggung jawab pada maju mundurnya perusahaan.
- b) Bertanggung jawab pada pemegang saham.
- c) Menandatangani surat-surat keluar dari perusahaan.
- d) Memberi keputusan pengangkatan dan pemberhentian pegawai.
- e) Menandatangani perjanjian-perjanjian yang menyangkut keuangan perusahaan
- f) Memberi keputusan terakhir dari permasalahan perusahaan.
- g) Menunjuk personil di bawahnya untuk membantu tugasnya.
- h) Memberikan bimbingan pada bawahannya.
- i) Mengatur policy perusahaan.
- j) Menandatangani cek keluar.

2. Wakil Direktur:

- a) Membantu tugas Direktur Utama.
- b) Memberikan bimbingan pada bawahan.
- c) Memberikan keputusan yang menyangkut pengeluaran perusahaan < Rp10 juta apabila Direktur Utama tidak berada di tempat.
- d) Memberikan keputusan yang tidak prinsip selama Direktur Utama tidak di tempat.

- e) Melaporkan langkah-langkah yang diambil pada butir 4 kepada Direktur Utama paling lambat 2 hari tanggal berikutnya.
 - f) Apabila menyangkut pada hal-hal yang prinsip harus berkonsultasi pada Direktur Utama.
 - g) Mengefisiensikan pengeluaran perusahaan.
 - h) Mewakili Direktur Utama sehari-hari pada hal-hal yang tidak prinsip.
 - i) Mengadakan koordinasi dengan instansi yang berkaitan dengan perusahaan.
 - j) Menjalankan tugas perusahaan sehari-hari tanpa menyimpang dari tugas yang diberikan.
3. Kepala Divisi Angkutan:
- a) Membantu tugas Direktur Utama.
 - b) Memberikan bimbingan pada bawahan.
 - c) Memberikan keputusan yang menyangkut pengeluaran perusahaan < Rp10 juta apabila Direktur Utama tidak berada di tempat.
 - d) Memberikan keputusan yang tidak prinsip selama Direktur Utama tidak di tempat.
 - e) Melaporkan langkah-langkah yang diambil pada butir 4 kepada Direktur Utama paling lambat 2 hari tanggal berikutnya.
 - f) Apabila menyangkut pada hal-hal yang prinsip harus berkonsultasi pada Direktur Utama.

- g) Mengefisiensikan pengeluaran perusahaan.
- h) Mewakili Direktur Utama sehari-hari pada hal-hal yang tidak prinsip.
- i) Mengadakan koordinasi dengan instansi yang berkaitan dengan perusahaan.
- j) Menjalankan tugas perusahaan sehari-hari tanpa menyimpang dari tugas yang diberikan.

4. Kepala Devisi Bengkel:

- a) Membantu tugas Direktur Utama.
- b) Memberikan bimbingan pada bawahan.
- c) Memberikan keputusan yang menyangkut pengeluaran perusahaan < Rp10 juta apabila Direktur Utama tidak berada di tempat.
- d) Memberikan keputusan yang tidak prinsip selama Direktur Utama tidak di tempat.
- e) Melaporkan langkah-langkah yang diambil pada butir 4 kepada Direktur Utama paling lambat 2 hari tanggal berikutnya.
- f) Apabila menyangkut pada hal-hal yang prinsip harus berkonsultasi pada Direktur Utama.
- g) Mengefisiensikan pengeluaran perusahaan.
- h) Mewakili Direktur Utama sehari-hari pada hal-hal yang tidak prinsip.
- i) Mengadakan koordinasi dengan instansi yang berkaitan dengan perusahaan.

- j) Menjalankan tugas perusahaan sehari-hari tanpa menyimpang dari tugas yang diberikan.

5. Kepala Bagian Operasional:

- a) Memimpin dan mengendalikan seluruh kegiatan dibidang operasional
- b) Melaksanakan operasional kendaraan semaksimal mungkin.
- c) Mengatur semua kegiatan lapangan sehingga hasilnya maksimal.
- d) Menjalin hubungan dengan instansi lain dalam pemasaran kendaraan.
- e) Mengatur jadwal pemberangkatan pariwisata.
- f) Memberikan bimbingan pada bawahan.
- g) Memberikan laporan kepada atasan secara rutin segala permasalahan perusahaan.
- h) Daian melaksanakan tugas sehari-hari dibantu oleh urusan perizinan ,kantor dan keamanan.

6. Kepala Bagian Logistik/ Teknik:

- a) Memimpin dan mengendalikan seluruh kegiatan dibidang logistik.
- b) Menjalankan tugas kesehatan kendaraan baik bentuk maupun mesin.
- c) Berdasarkan kebutuhan dan permintaan material, merencanakan penyediaan material dan melaksanakan penerimaan, penyimpanan serta penyampaian dari gudang kepada pemakai untuk kebutuhan kesehatan kendaraan.
- d) Mengatur jadwal service kendaraan.

- e) Mengadakan bimbingan kepada bawahan.
- f) Mengatur pergantian ban dan suku cadang secara rutin.
- g) Melaporkan secara rutin pada atasan segala permasalahan perusahaan.
- h) Mengusulkan training untuk orang-orang teknik.
- i) Dalam melaksanakan tugas sehari-hari dibantu oleh urusan pengadaan dan pemeliharaan.

7. Kepala Bagian Keuangan/ Administrasi:

- a) Memimpin dan mengendalikan seluruh kegiatan dibidang keuangan.
- b) Merencanakan, mengatur dan mengendalikan anggaran perusahaan berdasarkan pengarahan dan persetujuan Direktur Utama
- c) Menyelenggarakan kegiatan pembukuan dan penghitungan biaya dan membuat laporan pada Direktur Utama secara rutin paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya.
- d) Membuat laporan keuangan pada Direktur Utama.
- e) Mengatur administrasi perusahaan.
- f) Mengefisienkan pengeluaran perusahaan.
- g) Menyimpan kas liquid maksimal Rp 5.000.000,00
- h) Mengadakan pembayarkan pada instansi atau personil yang membutuhkan.
- i) Membayar pada sopir, kernet, kondektur prosentase yang telah menjadi haknya.

- j) Kepala bagian keuangan dalam menjalankan tugasnya dibantu seorang bendahara dan seorang kasir.

8. Komisaris

- a) Pengawasan terhadap kebijakan pengelolaan perusahaan
- b) Membantu jaringan kerja untuk perluasan usaha perusahaan.
- c) Berfungsi sebagai Dewan Penasehat dalam rapat-rapat pengambilan keputusan perusahaan.
- d) Bertanggung jawab kepada pemegang saham.

E. Personalia

1. Tenaga Kerja

Dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatan perusahaan diperlukan adanya karyawan guna terlaksananya kegiatan perusahaan. Peran dari karyawan sangatlah penting dalam maju mundurnya perusahaan. Dalam hal ini tenaga kerja PO Langen Mulya mempunyai karyawan sebanyak 110 orang, yang terdiri dari:

- a. Staf urusan kantor : 5 orang
- b. Staf urusan perizinan : 1 orang
- c. Staf urusan setoran : 1 orang
- d. Staf keuangan : 1 orang
- e. Staf bagian teknik : 4 orang

- f. Staf keamanan jalan : 1 orang
- g. Sopir : 36 orang
- h. Kernet : 43 orang
- i. Kondektur : 17 orang
- j. Penjaga garasi : 5 orang

Pengaturan jam kerja untuk pengemudi, kernet, kondektur untuk yang menjalankan pariwisata jumlah jam kerjanya tidak tentu tergantung pada berapa lama penyewa menggunakan kendaraan tersebut. Untuk karyawan yang bekerja pada staf urusan kantor jumlah jam kerjanya rata-rata 8 jam, yaitu pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 WIB.

2. Kompensasi

Pembagian upah/ gaji karyawan sebagai berikut:

- a. Gaji bulanan, diberikan kepada:
 - a) Pimpinan perusahaan
 - b) Bagian administrasi dan keuangan
 - c) Bagian operasional dan teknik
 - d) Seluruh karyawan yang bertugas di kantor
- b. Upah langsung, diberikan kepada:
 - a) Pengemudi/ sopir
 - b) Kondektur
 - c) Kernet

- c. Upah mingguan, diberikan kepada bengkel.

3. Kesejahteraan Karyawan

Salah satu upaya memberikan motivasi kepada karyawan adalah dengan tunjangan atau jaminan social bagi karyawan. Adapun jaminan social yang diberikan perusahaan adalah memberikan:

- a. Asuransi tenaga kerja, ini dimaksudkan untuk memberikan rasa aman serta kesejahteraan agar bekerja secara tenang dan bertanggung jawab.
- b. Mendapat bantuan dalam pembiayaan pengobatan jika terjadi kecelakaan.
- c. Selain gaji/ upah yang diberikan , karyawan juga mendapat bingkisan yang diberikan menjelang hari raya serta bonus gaji bilamana perusahaan memperoleh keuntungan yang melebihi target terutama pada saat penumpang melonjak.
- d. Memberikan seragam kerja pada karyawan dalam melakukan tugasnya.

F. Pemasaran

Pemasaran merupakan langkah awal yang diberikan perusahaan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat umum. Untuk itu PO Langen Mulya melakukan beberapa usaha:

1. Web Site

Membuat situs di internet yang memuat informasi mengenai perusahaan dan produk yang dimiliki.

2. *Sales Visit*

Dengan mendatangi perusahaan-perusahaan ataupun sekolah-sekolah

3. Iklan

Memasang iklan di surat kabar. majalah.

4. *Compact Disc*

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Menurut PO. Langen Mulya

PO. Langen Mulya adalah perusahaan perseorangan yang bergerak dalam bidang angkutan penumpang. Dalam menawarkan perjalanannya sangat ditentukan oleh faktor pelayanan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan kepada konsumen. Dengan pelayanan tersebut diharapkan konsumen akan merasa puas dan akan menjadi pelanggan.

Bagi konsumen yang pernah menggunakan bus wisata tentunya akan mudah membandingkan antar perusahaan bus wisata. Akan tetapi bagi konsumen yang belum pernah menggunakan jasa perjalanan wisata, pertama kali yang ia lihat adalah tarif sewa bus wisata yang ditawarkan sebelum mereka menggunakan jasa dari perusahaan bus wisata tersebut.

PO. Langen Mulya mempunyai kebijakan sendiri dalam penentuan tarif sewa bus. Akan tetapi dalam pengambilan kebijakan tersebut PO. Langen Mulya mempertimbangkan faktor-faktor di bawah ini:

1. Faktor biaya

Yaitu biaya yang dikeluarkan oleh PO. Langen Mulya di masa lalu yang akan menjadi pertimbangan dalam menentukan tarif sewa saat ini.

2. Faktor kondisi dan situasi jalan yang dilalui

PO. Langen Mulya harus mempertimbangkan jalan raya yang akan dilaluinya apakah banyak tanjakan ataupun turunan yang menyebabkan adanya resiko bagi bus.

3. Faktor fasilitas yang diberikan

Apa saja fasilitas yang diberikan dalam bus wisata.

4. Faktor tarif dari perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama.

PO. Langen Mulya harus menyesuaikan dengan tarif yang ditetapkan oleh pesaing

5. Peraturan dari pemerintah yang masih berlaku

Baik pemerintah pusat maupun daerah menetapkan peraturan yang harus dipenuhi oleh PO. Langen Mulya

Berikut ini volume penjualan (km) PO. Langen Mulya yang menggunakan fasilitas AC tahun 1998-2002:

Tabel V. 1
Volume Penjualan PO. Langen Mulya
Tahun 1998-2002

Tahun	Jumlah Km
1998	9.728.805
1999	10.662.669
2000	12.326.165
2001	13.819.808
2002	12.740.454

Sumber: PO. Langen Mulya

Adapun langkah-langkah PO. Langen Mulya dalam menentukan tarif sewa bus wisata yang menggunakan fasilitas AC adalah:

1. Membuat anggaran biaya bus wisata:

Mengenai dari mana perhitungan besarnya taksiran biaya, peneliti tidak dapat menyajikan karena keterbatasan yang ada dari peneliti.

Tabel V. 2
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut PO. Langen Mulya
Tahun 1998 – 2002
(Rupiah)

Elemen Biaya	1998	1999	2000	2001	2002
Upah	119.198.700,00	135.504.250,00	131.670.400,00	111.061.500,00	153.446.000,00
Solar	143.204.260,00	165.074.700,00	181.475.700,00	166.374.200,00	235.031.650,00
Olie	15.196.350,00	18.409.200,00	10.805.050,00	25.145.250,00	46.342.050,00
Ijin dan Retribusi	15.981.200,00	29.764.450,00	39.118.500,00	30.042.285,00	16.915.950,00
Ban	35.443.250,00	44.806.100,00	47.201.200,00	124.928.950,00	172.734.500,00
Onderdil dan Pemeliharaan	96.462.300,00	103.990.400,00	114.986.600,00	157.538.050,00	293.246.100,00
Depr Kendaraan	59.802.750,00	66.816.850,00	91.933.593,00	100.739.393,00	
Adm Kendaraan	9.809.500,00	1.637.500,00	36.000,00	330.000,00	
Asuransi	9.025.100,00	16.192.584,00	17.897.550,00	12.840.000,00	13.840.000,00
Lain-Lain Kend	16.962.550,00	8.774.550,00	14.894.200,00	11.386.500,00	19.188.200,00
Listrik	2.552.100,00	3.522.000,00	4.980.500,00	4.527.000,00	4.607.000,00
Depr Bangunan	10.500.000,00	10.578.200,00	10.578.200,00	10.578.200,00	
Gaji Pengelola	23.370.000,00	31.025.000,00	56.955.000,00	64.115.000,00	66.255.000,00
Depr Inventaris	1.120.500,00	1.579.900,00	1.637.400,00	1.637.400,00	
Pajak	5.911.598,00	3.310.026,00	9.374.139,00	5.994.095,00	10.485.267,00
Adm Kantor	6.596.500,00	2.535.400,00	2.362.650,00	6.170.700,00	6.328.750,00
Lain-Lain Kantor	34.807.000,00	14.146.200,00	20.697.300,00	18.957.000,00	14.679.500,00
Telepon	4.973.500,00	7.902.800,00	11.113.000,00	14.790.000,00	18.301.500,00
	610.917.158,00	665.570.110,00	767.716.982,00	867.155.523,00	1.071.401.467,00

Sumber: PO. Langen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

2. Menentukan laba yang diharapkan yaitu sebesar 35 %

Tabel V. 3
Laba Yang Diharapkan

Tahun	Total Biaya	Mark Up	Laba yang diharapkan
1998	Rp 610.917.158,00	35 %	Rp 213.821.005,30
1999	Rp 665.570.110,00	35 %	Rp 232.949.538,50
2000	Rp 767.716.982,00	35 %	Rp 268.700.943,70
2001	Rp 867.155.523,00	35 %	Rp 303.504.433,10
2002	Rp 1.071.401.467,00	35 %	Rp 374.990.513,50

3. Menentukan tarif sewa bus wisata per tahun

Tabel V.4
Tarif Sewa Bus Wisata / tahun
Menurut PO. Langen Mulya

Tahun	Total Biaya	Laba yang diharapkan	Tarif / tahun
1998	Rp 610.917.158,00	Rp 213.821.005,30	Rp 824.738.163,30
1999	Rp 665.570.110,00	Rp 232.949.538,50	Rp 898.519.648,50
2000	Rp 767.716.982,00	Rp 268.700.943,70	Rp 1.036.419.925,70
2001	Rp 867.155.523,00	Rp 303.504.433,10	Rp 1.170.659.956,10
2002	Rp 1.071.401.467,00	Rp 374.990.513,50	Rp 1.345.391.980,50

4. Menentukan Tarif sewa bus wisata per kilo meter (km)

Tabel V. 5
Tarif Sewa Bus Wisata / km
Menurut PO. Langen Mulya

Tahun	Tarif / tahun	Jumlah km	Tarif / km (*)
1998	Rp 824.738.163,30	9.728.805	Rp 84,77
1999	Rp 898.519.648,50	10.662.669	Rp 84,26
2000	Rp 1.036.419.925,70	12.326.165	Rp 84,08
2001	Rp 1.170.659.956,10	13.819.808	Rp 84,70
2002	Rp 1.345.391.980,50	12.740.454	Rp 105,60



(*) Hasil perhitungan adalah tarif rata-rata karena ada faktor situasi kondisi jalan yang menyebabkan perbedaan tarif

B. Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Menurut Metode *Cost Plus Pricing*

Pendekatan *Full Costing*

Pembahasan masalah ini akan digunakan dari data biaya yang ada di PO. Langen Mulya untuk menghitung tarif sewa bus wisata, berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Adapun langkah-langkah perhitungan tarif sewa bus wisata sebagai berikut:

- a. Menghitung tarif sewa bus wisata dari data PO. Langen Mulya dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. dengan memisahkan biaya langsung dan biaya tidak langsung.

Tabel V. 6
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut Kajian Teori
Tahun 1998

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1	Biaya Upah	Rp 119.198.700,00	
2	Biaya Solar	Rp 143.204.260,00	
3	Biaya Olie	Rp 15.196.350,00	
4	Biaya Ijin dan Retribusi	Rp 15.981.200,00	
5	Biaya Ban	Rp 35.443.250,00	
6	Biaya Onderdil dan Pemeliharaan	Rp 96.462.300,00	
7	Biaya Depresiasi Kendaraan	Rp 59.802.750,00	
8	Biaya Administrasi Kendaraan	Rp 9.809.500,00	
9	Biaya Asuransi	Rp 9.025.100,00	
10	Biaya Lain-Lain Kendaraan (*)	Rp 16.962.550,00	
11	Biaya Listrik		Rp 2.552.100,00
12	Biaya Depresiasi Bangunan		Rp 10.500.000,00
13	Biaya Gaji Pengelola		Rp 23.370.000,00
14	Biaya Depresiasi Inventaris		Rp 1.120.500,00
15	Biaya Pajak		Rp 5.911.598,00
16	Biaya Administrasi Kantor		Rp 6.596.500,00
17	Biaya Lain-Lain Kantor (**)		Rp 34.807.000,00
18	Biaya Telepon		Rp 4.973.500,00
		Rp 521.085.960,00	Rp 89.831.198,00

Sumber: PO. Langen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

Tabel V. 7
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut Kajian Teori
Tahun 1999

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1	Biaya Upah	Rp 135.504.250,00	
2	Biaya Solar	Rp 165.074.700,00	
3	Biaya Olie	Rp 18.409.200,00	
4	Biaya Ijin dan Retribusi	Rp 29.764.450,00	
5	Biaya Ban	Rp 44.806.100,00	
6	Biaya Onderdil dan Pemeliharaan	Rp 103.990.400,00	
7	Biaya Depresiasi Kendaraan	Rp 66.816.850,00	
8	Biaya Administrasi Kendaraan	Rp 1.637.500,00	
9	Biaya Asuransi	Rp 16.192.584,00	
10	Biaya Lain-Lain Kendaraan (*)	Rp 8.774.550,00	
11	Biaya Listrik		Rp 3.522.000,00
12	Biaya Depresiasi Bangunan		Rp 10.578.200,00
13	Biaya Gaji Pengelola		Rp 31.025.000,00
14	Biaya Depresiasi Inventaris		Rp 1.579.900,00
15	Biaya Pajak		Rp 3.310.026,00
16	Biaya Administrasi Kantor		Rp 2.535.400,00
17	Biaya Lain-Lain Kantor (**)		Rp 14.146.200,00
18	Biaya Telepon		Rp 7.902.800,00
		Rp 590.970.584,00	Rp 74.599.526,00

Sumber: PO.Langgen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

Tabel V. 8
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut Kajian Teori
Tahun 2000

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1	Biaya Upah	Rp 131.670.400,00	
2	Biaya Solar	Rp 181.475.700,00	
3	Biaya Olie	Rp 10.805.050,00	
4	Biaya Ijin dan Retribusi	Rp 39.118.500,00	
5	Biaya Ban	Rp 47.201.200,00	
6	Biaya Onderdil dan Pemeliharaan	Rp 114.986.600,00	
7	Biaya Depresiasi Kendaraan	Rp 91.933.593,00	
8	Biaya Administrasi Kendaraan	Rp 36.000,00	
9	Biaya Asuransi	Rp 17.897.550,00	
10	Biaya Lain-Lain Kendaraan (*)	Rp 14.894.200,00	
11	Biaya Listrik		Rp 4.980.500,00
12	Biaya Depresiasi Bangunan		Rp 10.578.200,00
13	Biaya Gaji Pengelola		Rp 56.955.000,00
14	Biaya Depresiasi Inventaris		Rp 1.637.400,00
15	Biaya Pajak		Rp 9.374.139,00
16	Biaya Administrasi Kantor		Rp 2.362.650,00
17	Biaya Lain-Lain Kantor (**)		Rp 20.697.300,00
18	Biaya Telepon		Rp 11.113.000,00
		Rp 650.018.793,00	Rp 117.689.189,00

Sumber: PO. Langen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

Tabel V. 9
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut Kajian Teori
Tahun 2001

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1	Biaya Upah	Rp 111.061.500,00	
2	Biaya Solar	Rp 166.374.200,00	
3	Biaya Olie	Rp 25.145.250,00	
4	Biaya Ijin dan Retribusi	Rp 30.042.285,00	
5	Biaya Ban	Rp 124.928.950,00	
6	Biaya Onderdil dan Pemeliharaan	Rp 157.538.050,00	
7	Biaya Depresiasi Kendaraan	Rp 100.739.393,00	
8	Biaya Administrasi Kendaraan	Rp 330.000,00	
9	Biaya Asuransi	Rp 12.840.000,00	
10	Biaya Lain-Lain Kendaraan (*)	Rp 11.386.500,00	
11	Biaya Listrik		Rp 4.527.000,00
12	Biaya Depresiasi Bangunan		Rp 10.578.200,00
13	Biaya Gaji Pengelola		Rp 64.115.000,00
14	Biaya Depresiasi Inventaris		Rp 1.637.400,00
15	Biaya Pajak		Rp 5.994.095,00
16	Biaya Administrasi Kantor		Rp 6.170.700,00
17	Biaya Lain-Lain Kantor (**)		Rp 18.957.000,00
18	Biaya Telepon		Rp 14.790.000,00
		Rp 740.386.128,00	Rp 126.769.395,00

Sumber: PO. Langen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

Tabel V. 10
Biaya Sewa Bus Wisata
Menurut Kajian Teori
Tahun 2002

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1	Biaya Upah	Rp 153.446.000,00	
2	Biaya Solar	Rp 235.031.650,00	
3	Biaya Olie	Rp 46.342.050,00	
4	Biaya Ijin dan Retribusi	Rp 16.915.950,00	
5	Biaya Ban	Rp 172.734.500,00	
6	Biaya Onderdil dan Pemeliharaan	Rp 293.246.100,00	
7	Biaya Asuransi	Rp 13.840.000,00	
8	Biaya Lain-Lain Kendaraan (*)	Rp 19.188.200,00	
9	Biaya Listrik		Rp 4.607.000,00
10	Biaya Gaji Pengelola		Rp 66.255.000,00
11	Biaya Pajak		Rp 10.485.267,00
12	Biaya Administrasi Kantor		Rp 6.328.750,00
13	Biaya Lain-Lain Kantor (**)		Rp 17.955.000,00
14	Biaya Telepon		Rp 18.301.500,00
		Rp 950.744.450,00	Rp 120.657.017,00

Sumber: PO. Langen Mulya

(*) = Parkir, tol, masuk obyek wisata, mel polisi, masuk kapal dll.

(**) = Sumbangan, Parsel lebaran / natal, perjalanan dinas, pemasaran dll.

Selanjutnya biaya langsung dan biaya tidak langsung dijumlahkan untuk mendapatkan biaya penuh. Adapun tabel biaya penuh dapat dilihat dalam tabel V.11

Tabel V.11
Biaya Penuh Tarif Sewa Bus Wisata

Tahun	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung	Biaya Penuh
1998	Rp 521.085.960,00	Rp 89.831.198,00	Rp 610.917.158,00
1999	Rp 590.970.584,00	Rp 74.599.526,00	Rp 665.570.110,00
2000	Rp 650.018.793,00	Rp 117.689.189,00	Rp 767.716.982,00
2001	Rp 740.386.128,00	Rp 126.769.395,00	Rp 867.155.523,00
2002	Rp 950.744.450,00	Rp 120.657.017,00	Rp 1.071.401.467,00

b. Persentase *mark-up*, dapat dihitung dengan:

Tarif sewa bus wisata menggunakan *cost-plus pricing* ditentukan sebesar biaya langsung ditambah *mark up* yang diinginkan. Dalam menentukan besarnya *mark up* digunakan pendekatan ROI. *Mark up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya tidak langsung yang harus ditutup dengan *return* yang diinginkan perusahaan (penghitung ROI pada lampiran). Adapun aktiva yang ditanamkan perusahaan untuk sewa bus wisata yang menggunakan fasilitas AC sebesar 60 % dari aktiva operasi tahun sebelumnya (penghitungan Investasi pada lampiran). Maka penghitungan *mark up* yang diharapkan dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up} &= \frac{\text{Return yang diinginkan} \\
 &\quad \text{atas aktiva yang ditanam} \quad + \quad \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung}} \\
 \\
 \text{Mark up 1998} &= \frac{(9,19\%) (60\% \times 2.447.842.509,45) + 89.831.198,00}{521.085.960,00} \\
 &= 43,14\% \\
 \\
 \text{Mark up 1999} &= \frac{(9,63\%) (60\% \times 2.075.489.723,00) + 74.599.526,00}{590.970.584,00} \\
 &= 32,91\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up 2000} &= \frac{(12,72\%) (60\% \times 2.261.530.615,92) + 117.689.189,00}{650.018.793,00} \\ &= 44,65\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up 2001} &= \frac{(6,31\%) (60\% \times 2.574.432.892,55) + 126.769.395,00}{740.386.128,00} \\ &= 30,28\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up 2002} &= \frac{(3,05\%) (60\% \times 2.490.607.498,10) + 120.657.017,00}{950.744.450,00} \\ &= 17,48\% \end{aligned}$$

- c. Menghitung tarif sewa bus wisata per-km, dengan cara menambahkan biaya langsung dengan *mark-up*. Untuk mendapatkan *mark-up* dalam satuan rupiah, maka *mark-up* dikalikan dengan biaya langsung.

Tabel V. 12
Tarif sewa bus wisata / tahun
Menurut Kajian Teori

Tahun	Biaya Langsung	Markup (%) (2)	Mark-up (Rp) (3) =(2) x (1)	Tarif / Tahun (4) =(3) + (1)
1998	Rp 521.085.960,00	43,14	Rp 224.796.483,10	Rp 745.882.443,10
1999	Rp 590.970.584,00	32,91	Rp 194.488.419,20	Rp 785.459.003,20
2000	Rp 650.018.793,00	44,65	Rp 290.233.391,10	Rp 940.252.184,10
2001	Rp 740.386.128,00	30,28	Rp 224.188.919,60	Rp 964.575.047,60
2002	Rp 950.744.450,00	17,48	Rp 166.190.129,90	Rp 1.116.934.579,90

Tabel V. 13
Tarif sewa bus wisata per-km
Menurut Kajian Teori

Tahun	Tarif / Tahun (1)	Jumlah km (2)	Tarif / km (3) = (1) / (2)
1998	Rp 745.882.443,10	9.728.805	Rp 76,66
1999	Rp 785.459.003,20	10.662.669	Rp 73,66
2000	Rp 940.252.184,10	12.326.165	Rp 76,28
2001	Rp 964.575.047,60	13.819.808	Rp 69,79
2002	Rp 1.116.934.579,90	12.740.454	Rp 87,66

d. Setelah diketahui tarif per km, maka dilakukan perbandingan antara tarif sewa bus wisata menurut PO. Langen Mulya dengan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* biaya harus dipisahkan menjadi dua, yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Dalam penelitian ini yang termasuk biaya langsung adalah: upah, solar, olie, ijin dan retribusi, ban, onderdil dan pemeliharaan, depresiasi kendaraan, administrasi kendaraan, asuransi dan lain-lain kendaraan.

Sedangkan yang termasuk biaya tidak langsung adalah: gaji pengelola, listrik, telepon, depresiasi inventaris kantor, depresiasi bangunan, pajak, administrasi kantor, dan lain-lain kantor.

Dari perbedaan cara perhitungan diatas mengakibatkan tarif sewa bus wisata yang dihitung dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* berbeda dengan tarif yang ditetapkan PO. Langen Mulya. Selisih tarif sewa bus wisata secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel V. 14 dibawah ini.

Tabel V. 14
Selisih Tarif Sewa Bus Wisata Antara PO. Langen Mulya
Dengan Perhitungan Menurut Kajian Teori

Tahun	PO. Langen Mulya	Cost Plus Pricing	Selisih Tarif
1998	Rp 84,77	Rp 76,66	Rp 8,11
1999	Rp 84,26	Rp 73,66	Rp 10,60
2000	Rp 84,08	Rp 76,28	Rp 7,80
2001	Rp 84,70	Rp 69,79	Rp 14,91
2002	Rp 105,60	Rp 87,66	Rp 17,94

Tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ternyata berbeda. Untuk melihat perbedaan ini signifikan atau tidak maka diuji dengan menggunakan test hipotesa 2 mean, dengan tingkat kepercayaan 5 %

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

a) Membuat hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

1. $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
2. $H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ = Terdapat perbedaan yang signifikan dalam tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

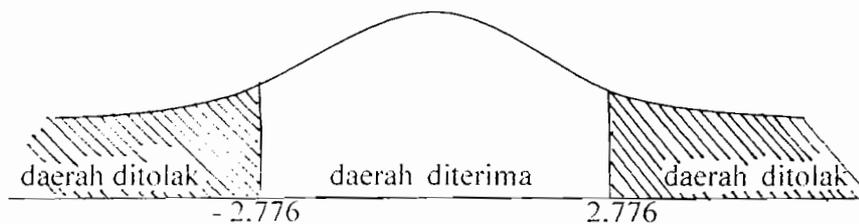
b) Menentukan *level of significance* (α) 5%

$$\alpha = 0,05$$

$$\text{Nilai } t_{(0,025; 5-1)} = 2,776$$

c) Kriteria pengujian

Gambar V. 1
Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho
Pada Pengujian 2 Sisi Dengan n = 5



Ho diterima apabila $-2,776 \leq t \text{ hitung} \leq 2,776$

Ho ditolak apabila $t \text{ hitung} < -2,776$ atau $t \text{ hitung} > 2,776$

d) Menghitung nilai t

Tabel V. 15
Tabel Nilai t

Tahun	Perusahaan (1)	Teori (2)	D (1-2)	$(D - \bar{D})$	$(D - \bar{D})^2$
1998	Rp 84,77	Rp 76,66	Rp 8,11	-3,76	14,13
1999	Rp 84,26	Rp 73,66	Rp 10,60	-1,27	1,61
2000	Rp 84,08	Rp 76,28	Rp 7,80	-4,07	16,56
2001	Rp 84,70	Rp 69,79	Rp 14,91	3,04	9,54
2002	Rp 105,60	Rp 87,66	Rp 17,94	6,07	36,84
			11,87		78,68

e) Menentukan daerah kritis penerimaan Ho dan penolakan berdasarkan rumus berikut:

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

$$\begin{aligned} \bar{D} &= \frac{59,36}{5} \\ &= 11,87 \end{aligned}$$

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

$$Sd = \sqrt{\frac{\sum (59,36 - 11,87)^2}{5-1}}$$

$$Sd = \sqrt{\frac{78,68}{4}}$$

$$= 4,43$$

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

$$t = \frac{11,87}{4,43 / \sqrt{5}}$$

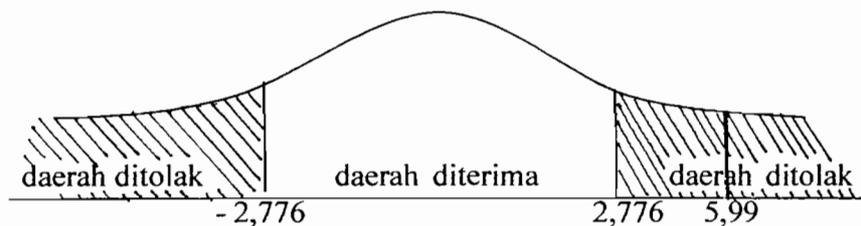
$$t = \frac{11,87}{4,43 / 2,23}$$

$$t = \frac{11,87}{1,98}$$

$$= 5,99$$

f) Daerah pengujian

Gambar V. 2
Daerah Penolakan Ho



g) Kesimpulan

Oleh karena $t = 5,99$ lebih besar dari $2,776$ maka H_0 ditolak. Berarti ada perbedaan tarif sewa bus wisata antara PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*

C. Pembahasan

Setelah dilakukan analisis data sampai dengan perhitungan tarif per km terdapat perbedaan antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori. Adapun perbedaan ini timbul karena prosedur perhitungan yang berbeda. Perbedaan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Perbedaan Dalam Menentukan Besarnya *Mark up*

Menurut perusahaan *mark up* ditentukan sama dalam per tahun yaitu sebesar 35 %. Sedangkan menurut kajian teori *mark up* ditentukan berdasarkan atas *return on investment* (ROI). Berdasarkan perhitungan kajian teori yang telah dilakukan, besarnya ROI pada tahun 1998 sebesar 9,19 %; tahun 1999 sebesar 9,63 %; tahun 2000 sebesar 12,72 %; tahun 2001 sebesar 6,31 % dan tahun 2002 sebesar 3,05 %. Sehingga besarnya *mark up* menurut kajian teori pada tahun 1998 sebesar 43,14 %; tahun 1999 sebesar 32,91 %; tahun 2000 sebesar 44,65 %; tahun 2001 sebesar 30,28 % dan tahun 2002 sebesar 17,48 %.

2. Perbedaan Dalam Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata

Perbedaan lain juga terdapat dalam penentuan tarif sewa bus wisata yaitu pada perusahaan menambahkan *mark up* pada total biaya, sedangkan menurut kajian teori *mark up* yang diperoleh ditambahkan ke dalam biaya langsung.

Perbedaan tarif sewa bus wisata per-km antara perusahaan dan kajian teori tersebut adalah pada tahun 1998 sebesar Rp 8,11; tahun 1999 sebesar Rp 10,60; tahun 2000 sebesar Rp 7,80; tahun 2001 sebesar Rp 14,91; dan tahun 2002 sebesar Rp 17,94. Karena adanya selisih tarif sewa bus wisata kemudian dilakukan analisis statistik untuk pengujian ketepatan penentuan tarif sewa bus wisata diperoleh *t* hitung sebesar 5,99. Berdasarkan kriteria pengujian yang sudah ditentukan maka nilai *t* hitung lebih besar dari 2,776; dengan demikian disimpulkan ada perbedaan antara tarif sewa bus wisata yang ditentukan PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. PO. Langen Mulya dalam menentukan kebijakan penentuan tarif sewa bus wisata dengan mempertimbangkan: peraturan pemerintah yang masih berlaku, faktor biaya dimasa lalu, faktor kondisi dan situasi jalan yang dilalui, fasilitas yang diberikan dalam bus, faktor dari tarif yang ditetapkan perusahaan pesaing. Adapun langkah-langkah penentuan tarif sewa bus wisata menurut PO. Langen Mulya adalah:
 - a. Menghitung total biaya penuh
 - b. Menentukan *mark up* sebesar 35 %
 - c. Menghitung tarif sewa per-tahun
 - d. Menentukan tarif sewa per-km

Sedangkan langkah-langkah penentuan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* adalah:

- a. Menghitung biaya langsung dan tidak langsung
- b. Menghitung biaya penuh

- c. Menentukan *mark up* berdasarkan ROI
 - d. Menentukan tarif sewa per-km
2. Dari penentuan tarif sewa bus wisata yang ditetapkan oleh PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ternyata ada perbedaan. Perbedaan tersebut adalah:
- a. Perbedaan dalam menentukan persentase *mark up*. Menurut PO. Langen Mulya besarnya *mark up* ditentukan per tahunnya sama. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, *mark up* ditentukan berdasarkan atas *Return On Investment* (ROI). Penentuan *mark up* dihitung dengan cara menambahkan biaya tidak langsung pada *return* yang diinginkan atas investasi dibagi biaya langsung.
 - b. Adapun perbedaan lain juga terdapat dalam penentuan tarif sewa bus wisata yaitu pada PO. Langen Mulya menambahkan *mark up* pada total biaya, sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, *mark up* yang ditambahkan ke dalam biaya langsung.
3. Dari perbedaan penentuan tarif sewa bus wisata yang ditentukan oleh PO. Langen Mulya dengan penentuan tarif sewa bus wisata menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* menyebabkan ada perbedaan tarif per-km.

Karena adanya perbedaan tarif sewa bus wisata per-km kemudian dilakukan analisis statistik untuk menguji perbedaan tarif sewa bus wisata diperoleh *t* hitung sebesar 5,99. Berdasarkan kriteria pengujian yang sudah

ditentukan maka nilai t hitung lebih besar dari 2,776; dengan demikian disimpulkan ada perbedaan tarif sewa bus wisata yang ditentukan PO. Langen Mulya dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

B. Keterbatasan

Selama menyusun skripsi ini, penulis memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut adalah:

1. Penulis kurang dapat melacak kebenaran data-data yang diperoleh dari perusahaan.
2. Tidak dapat mengetahui prosedur dalam menentukan tarif sewa bus wisata yang ditentukan secara lebih rinci.

C. Saran

Setelah menyimpulkan hasil analisis data, penulis perlu memberikan saran yang sekiranya dapat berguna dan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk pihak PO. Langen Mulya. Saran tersebut adalah PO. Langen Mulya dapat mempertimbangkan kembali dalam menentukan tarif sewa bus wisata yang telah ditentukan dan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan tarif sewa bus wisata pada masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Budiyuwono, Nugroho. (1993). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Jilid 2, Edisi Revisi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Gito Sudarmo, Indriyo (1994). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta: BPFE
- Lie Joen, Hioe (1999). *Evaluasi Penentuan Tarif Makan Pasien*, Yogyakarta: USD
- Mulyadi (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Munawir (1983) *Analisis Laporan Keuangan*.disi 2, Yogyakarta: Liberty
- Perangin Angin, P (1999). *Penentuan Tarif Kamar Inap Rumah Sakit Berdasarkan Metode Cost Plus Pricing*, Yogyakarta: USD
- Tjiptono, Fandy (1995). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Setia Ningrum, Mimin (2000). *Evaluasi Penentuan Tarif Kamar Rumah Sakit Dengan Metode Cost Plus Pricing*. Yogyakarta: USD
- Slamet, Sugiri (1994). *Akuntansi Manajemen*, Edisi 1, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Supriyono, RA (1993). *Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen*, Yogyakarta: BPFE UGM & STIE Yogyakarta.
- Spillane, JJ. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Swastha, Basu (1984). *Asas-Asas Marketing*, Edisi III. Cetakan 1. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo (1993). *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Edisi III. Yogyakarta: Liberty.
- Wijayanti, Danik (2002). *Evaluasi Penentuan Tarif Iklan. Studi Kasus Pada PT Radio Roro Jonggrang*, Yogyakarta: USD
- Yoety, A. Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Edisi Refisi). Bandung: Penerbit Angkasa.

LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Apa nama perusahaan ini ?
2. Kapan, di mana, siapa yang mendirikan perusahaan ini ?
3. Kapan biro perusahaan ini didirikan ?
4. Bagaimana struktur organisasi ?
5. Apa yang menjadi dasar pemilihan lokasi ?
6. Apa bentuk usaha perusahaan ?

B. Perkembangan Perusahaan

1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di perusahaan ini ?
2. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ?
3. Bagaimana membagi tugas antar karyawan ?
4. Siapa saja konsumen yang dilayani ?
5. Fasilitas apa saja yang diberikan perusahaan ?
6. Bagaimana menentukan tarif sewa bus ?
7. Berapa persentase laba yang diharapkan ?
8. Berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing sewa bus ?

Table 1

Year	1990	1991	1992	1993
1	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
2	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
3	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
4	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
5	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
6	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
7	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
8	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
9	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
10	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
11	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
12	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
13	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
14	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
15	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
16	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
17	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
18	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
19	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

**PENGHITUNGAN INVESTASI YANG DITANAMKAN
MENURUT PERUSAHAAN**

Investasi = 60 % x Aktiva Operasi Tahun Sebelumnya

$$\begin{aligned}\text{Investasi 1998} &= 60 \% \times \text{Rp } 2.447.842.509,45 \\ &= \text{Rp } 1.468.705.505,00\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Investasi 1999} &= 60 \% \times \text{Rp } 2.075.489.723,00 \\ &= \text{Rp } 1.245.293.834,00\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Investasi 2000} &= 60 \% \times \text{Rp } 2.261.530.615,00 \\ &= \text{Rp } 1.356.918.369,00\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Investasi 2001} &= 60 \% \times \text{Rp } 2.574.432.892,55 \\ &= \text{Rp } 1.544.659.735,00\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Investasi 2002} &= 60 \% \times \text{Rp } 2.490.607.498,10 \\ &= \text{Rp } 1.494.364.499,00\end{aligned}$$

PERHITUNGAN *RETURN ON INVESTMEN*

MENURUT TEORI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba}}{\text{Aktiva Operasi}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{ROI 1997} &= \frac{\text{Rp } 225.199.845,00}{\text{Rp } 2.447842.509,45} \\ &= 9,19 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ROI 1998} &= \frac{\text{Rp } 200.008.538,00}{\text{Rp } 2.075.489.723,00} \\ &= 9,63 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ROI 1999} &= \frac{\text{Rp } 287.831.975,92}{\text{Rp } 2.261.530.615,00} \\ &= 12,72 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ROI 2000} &= \frac{\text{Rp } 162.567.721,55}{\text{Rp } 2.574.432.892,55} \\ &= 6,31 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ROI 2001} &= \frac{\text{Rp } 76.072.319,00}{\text{Rp } 2.490.607.498,10} \\ &= 3,05 \% \end{aligned}$$



P.O. LANGEN MULYA

Tour & Travel

JASA TRANSPORTASI BUS PARIWISATA
SUMATERA, JAWA, BALI - LOMBOK

SURAT KETERANGAN

008/DIR/LM-OPS/IV/2004

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Agus Andrianto SE
Jabatan : Kabag Operational PO Langen Mulya
Alamat : Jl Brigjen Katamsa Nb 55
Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Stefanus Yussie Paripurna
No Mahasiswa : 982114045
Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Pada bulan Februari s/d Maret 2004 telah benar-benar melakukan penelitian di PO Langen Mulya Yogyakarta guna kepentingan penulisan Skripsinya yang berjudul "*Analisis Penentuan Tarif Sewa Bus Wisata Dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing*".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 6 April 2004

PO Langen Mulya,
**PERUSAHAAN OTOBIS
LANGEN MULYA**
Jl Brigjen Katamsa Nb 55 Telp. 374054
YOGYAKARTA
(Agus Andrianto SE)

KANTOR PUSAT : Jl. Brigjend. Katamsa 55 Telp / Fax. (0274) 374054 Yogyakarta 55121

GARASI : Jl. Imogiri 215 Giwangan, Umbulharjo, Telp. (0274) 376974

www.langenmulya.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Stefanus Yussie Paripurna
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 21 Januari 1980
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Tegalrejo TR III No. 398 Yogyakarta
Agama : Katolik



Pendidikan

SD	: SD Tarakanita I Bumijo Yogyakarta	Lulus 1992
SLTP	: SMP N 7 Yogyakarta	Lulus 1995
SMU	: SMU Pangudi Luhur Yogyakarta	Lulus 1998
PT	: Universitas Sanata Dharma	Lulus 2004