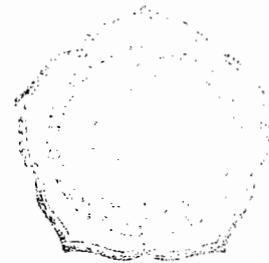


**EVALUASI PENENTUAN TARIF KURSUS BAHASA INGGRIS  
DI YOGYAKARTA**

**Studi Kasus Pada Lembaga Bahasa Inggris X dan Lembaga Bahasa Inggris Y**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**BEATRIK NILASARI ARTATI CAHYARINI**

**NIM : 982114065**

**NIRM : 980051121303120064**

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

**2003**

**Skripsi**  
**EVALUASI PENENTUAN TARIF KURSUS BAHASA INGGRIS**  
**DI YOGYAKARTA**  
**Studi Kasus Pada Lembaga Bahasa Inggris X dan Lembaga Bahasa Inggris Y**

Oleh :  
BEATRIK NILASARI ARTATI CAHYARINI  
NIM : 982114065  
NIRM : 980051121303120064

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Tanggal : 16 Desember 2002



Drs. Y.P. Supardiyono, M.Si., Ak.

Pembimbing II

Tanggal : 9 Januari 2003



Drs. Edi Kustanto, M.M.

**Skripsi**  
**EVALUASI PENENTUAN TARIF KURSUS BAHASA INGGRIS**  
**DI YOGYAKARTA**  
**Studi Kasus Pada Lembaga Bahasa Inggris X dan Lembaga Bahasa Inggris Y**

Dipersiapkan dan ditulis oleh :  
Beatrik Nilasari Artati Cahyarini  
NIM : 982114065  
NIRM : 980051121303120064

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 20 Januari 2003  
Dan dinyatakan memenuhi syarat

**Susunan Panitia Penguji**

	Nama Lengkap
Ketua	Dra. Y.F. Gien Agustinawansari, M.M., Ak.
Sekretaris	Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M. Si., Ak.
Anggota	Drs. Y.P. Supardiyono, M. Si., Ak.
Anggota	Drs. Edi Kustanto, M. M.
Anggota	Drs. P. Rubiyatno, M. M.

Tanda tangan

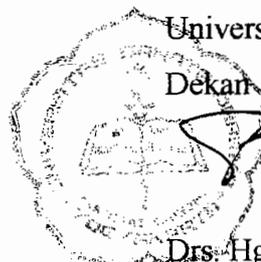


Yogyakarta, 31 Januari 2003

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan



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

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“ Salam Maria Penuh Rahmat Tuhan Sertamu Terpujilah Engkau Diantara Wanita dan Terpujilah Buah Tubuhmu Yesus”.*

*“Santa Maria Bunda Allah Doakanlah Kami yang Berdosa ini Sekarang dan Waktu Kami Mati. Amin “*

*“ Serahkanlah Segala Kekuatiranmu KepadaNya, sebab Ia Yang memelihara Kamu”. (Petrus)*

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bunda Maria, terima kasih atas segala kekuatan doa yang selalu memberikan semangat dan pengharapan selama ini.
- Papa dan mama, terima kasih atas segala doa dan dukungan baik moril maupun materiil, serta segala cinta yang kauberikan.
- Mbak Nines, De' Na, Ria dan Edo atas segala keceriaan yang menumbuhkan semangat untuk melangkah.
- Aloysius Wiriantoko, terima kasih karena telah mendampingi dan memberikan dukungan dalam setiap langkah yang kujalani.

## **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, 31 Januari 2003

Penulis,



Beatrik Nilasari Artati Cahyarini

## ABSTRAK

### EVALUASI PENENTUAN TARIF KURSUS BAHASA INGGRIS DI YOGYAKARTA

BEATRIK NILASARI ARTATI CAHYARINI  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketepatan tarif yang ditetapkan oleh Lembaga Kursus Bahasa Inggris yang ada di Yogyakarta yakni tempat Kursus X (yang sudah berdiri 20 tahun ) dan tempat Kursus Y ( yang baru berdiri lebih kurang satu tahun), selain itu juga untuk mengetahui perbedaan jumlah siswa tempat Kursus X dibanding tempat Kursus Y. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Untuk menjawab masalah di atas digunakan alat analisis Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon dan Uji Mann Whitney. Dari analisis diperoleh hasil :

1. Jika dilihat dengan menggunakan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon, tarif yang ditetapkan oleh tempat kursus X maupun tempat kursus Y tidak tepat jika dibandingkan dengan hasil perhitungan tarif berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
2. Dengan menggunakan Uji Mann Whitney tampak bahwa jumlah siswa pada tempat kursus X lebih banyak dibanding dengan tempat kursus Y.

**ABSTRACT**  
**THE EVALUATION OF ENGLISH COURSE PRICE DETERMINATION**  
**IN YOGYAKARTA**

Beatrik Nilasari Artati Cahyarini

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2002

The aim of this research was to know the accuracy of price that has been resolved by English Course League in Yogyakarta. It was X course (that has been established for twenty years) and Y course (that has been established for one year). And also to know the difference of the amount students in X course compared Y course. The gathering data technique used in this research were interview, observation and documentation.

To answer the problems, the research used the Rank Signed Wilcoxon and Rank Mann Whitney. The result of this analyzis were :

1. Rank signed Wilcoxon showed that, the price that resolved by X course and Y course were not accurate if compared with the price calculation result based on cost plus pricing method with full costing approximation.
2. Rank Mann Whitney showed that the number of students at X course were more than Y course.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala rahmat dan berkat karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “EVALUASI PENENTUAN TARIF KURSUS BAHASA INGGRIS DI YOGYAKARTA “.

Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Di samping itu, skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang berkepentingan yaitu Lembaga Kursus Bahasa Inggris “X” dan Lembaga Kursus “Y” yang bergerak dalam bidang bahasa Inggris di Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini selayaknya penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Drs. Y. Supardiyono, M.si, Ak., sebagai dosen pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing dan memberi dorongan yang sangat membantu demi terwujudnya skripsi ini.
2. Drs. Edi Kustanto, M. M., sebagai dosen pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing dan memberi dorongan an masukan yang sangat membantu demi terselesaikannya skripsi ini.

3. Lilis Setiawati, S.E., M. Si., Akt yang telah memberikan dukungan, dorongan serta dengan sabar membimbing saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Eduardus Maryarsanto. P, S.E., Ak yang telah membantu dalam ujian akhir dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan karyawan-karyawan Fakultas Ekonomi, Bp. Wakijan, dan perpustakaan atas pelayanan yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bp. Herrimawan Djarot. P, S.H dan Bp. Drs. P. Haryanta, selaku pimpinan Lembaga kursus bahasa Inggris yang ada di Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan, dan bersedia memberi keterangan yang dibutuhkan penulis.
7. Para karyawan kursus “X” dan kursus “Y” yang banyak membantu selama proses penelitian berlangsung.
8. Keluarga Bp. Sugiraharjo yang telah mengizinkan penulis untuk menggunakan komputer hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Aloysius Wiriantoko, terima kasih atas segala dukungan dan dorongan yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Rm Darmo Wijoyo, Pr dan Drs. Budi Priyatmo atas segala bantuan dan dukungan serta doa yang selama ini selalu memberi kekuatan.

11. Papa, mama, mbak Nines, De'Na, Ria dan Edo yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materiil dan doa yang mengiringi setiap langkahku.
12. Sahabat-sahabatku Mia, Ning, Tari, Lela yang telah memberikan begitu besar dukungan, semangat, dorongan dan kebersamaan yang membuatku tidak patah semangat dan putus asa. Thanks Friend.
13. Teman-temanku Yussie, Yeni, Vita, Monte, Dedi, Sigit, Alex, Maria, Paul, Budi, Yuni, Eni, Andi, dan seluruh teman-teman akuntansi A, B, C yang tidak dapat disebut satu persatu, terima kasih atas segala dukungan kalian.
14. Serta semua pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat bersama penulis dan memberi dukungan baik moril maupun materiil.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II</b>	
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	8
A. HARGA JUAL .....	8
1. Pengertian Harga Jual .....	8
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual .....	8
3. Tujuan Penetapan Harga .....	9
4. Metode Penentuan Harga Jual.....	18
5. Manfaat Informasi Biaya Penuh .....	27
Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual	

	B. BIAYA .....	30
	1. Pengertian Biaya .....	30
	2. Penggolongan Biaya .....	31
	C. Jasa .....	33
	1. Pengertian Jasa .....	33
	2. Karakteristik Jasa .....	33
	3. Macam-macam Jasa .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
	A. Jenis Penelitian .....	36
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
	C. Subyek Penelitian .....	36
	D. Data yang Dicari .....	36
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
	F. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>44</b>
	A. KURSUS X .....	44
	1. Sejarah Singkat .....	44
	2. Tujuan Perusahaan .....	45
	3. Struktur Perusahaan .....	46
	4. Personalia .....	47
	5. Program yang Ditawarkan .....	48
	B. KURSUS Y .....	49
	1. Sejarah Perusahaan .....	49
	2. Visi dan Misi .....	49
	3. Lokasi Perusahaan .....	50
	4. Struktur Organisasi .....	51
	5. Personalia .....	52
	6. Fasilitas .....	52

	7. Program Yang Ditawarkan.....	53
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
	A. Deskripsi Data.....	55
	B. Analisis Data .....	60
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
	A. Kesimpulan .....	89
	B. Keterbatasan Penelitian.....	90
	C. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V. 1 Daftar Tabel Biaya Kursus X.....	55
Tabel V. 2 Daftar Paket, Jumlah Peserta, dan Waktu yang Dibutuhkan kursus X.....	56
Tabel V. 3 Informasi Tarif Kursus per Paket Kursus X.....	56
Tabel V. 4 Data Biaya Kursus Y.....	57
Tabel V. 5 Data Paket, Jumlah Peserta dan Waktu yang Dibutuhkan Kursus Y.....	57
Tabel V. 6 Informasi Tarif Kursus per Paket Kursus Y.....	58
Tabel V. 7 Data Biaya Produksi dan Non Produksi Kursus X.....	59
Tabel V. 8 Data Biaya Produksi dan Non Produksi Kursus Y.....	59
Tabel V. 9 Hasil Perhitungan Prosentase Penjualan Kursus X.....	64
Tabel V. 10 Hasil Perhitungan Alokasi Biaya Non Produksi Kursus X.....	65
Tabel V. 11 Hasil Perhitungan Biaya Non Produksi per Siswa Kursus X.....	66
Tabel V. 12 Hasil Perhitungan Biaya Gaji Pengajar per Siswa Kursus X.....	67
Tabel V. 13 Hasil Perhitungan Biaya Pengajaran per Siswa Kursus X.....	68
Tabel V. 14 Hasil Perhitungan Total Biaya Produksi per Siswa Kursus X.....	69
Tabel V. 15 Hasil Perhitungan Biaya Penuh per Siswa Kursus X.....	70
Tabel V. 16 Hasil Perhitungan Laba yang Diharapkan per Siswa Kursus X...	71
Tabel V. 17 Hasil Perhitungan Prosentase Mark Up per Siswa Kursus X.....	72
Tabel V. 18 Hasil Perhitungan Jumlah Mark Up per Siswa Kursus X.....	73
Tabel V. 19 Hasil Perhitungan Tarif per Siswa Kursus X.....	74
Tabel V. 20 Hasil Perhitungan Prosentase Penjualan Kursus Y.....	75
Tabel V. 21 Hasil Perhitungan Alokasi Biaya Non Produksi Kursus Y.....	75
Tabel V. 22 Hasil Perhitungan Biaya Non Produksi per Siswa Kursus Y.....	76
Tabel V. 23 Hasil Perhitungan Biaya Gaji Instruktur per Siswa Kursus Y.....	77
Tabel V. 24 Hasil Perhitungan Biaya Penggunaan Ruangan per Siswa Kursus Y.....	78
Tabel V. 25 Hasil Perhitungan Total Biaya Produksi per Siswa Kursus Y.....	78
Tabel V. 26 Hasil Perhitungan Biaya Penuh per Siswa Kursus Y.....	79

Tabel V. 27 Hasil Perhitungan Laba yang Diharapkan per Siswa Kursus Y ...	80
Tabel V. 28 Hasil Perhitungan Prosentase Mark Up per Siswa Kursus Y.....	81
Tabel V. 29 Hasil Perhitungan Jumlah Mark Up per Siswa Kursus Y.....	82
Tabel V. 30 Hasil Perhitungan Tarif per Siswa Kursus Y.....	83
Tabel V. 31 Perhitungan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Kursus X.....	84
Tabel V. 32 Perhitungan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Kursus Y.....	85
Tabel V. 33 Tabel Rank Mann Whitney.....	87

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Bagan Struktur Organisasi Kursus “X” .....	44
Gambar 2 Bagan Struktur Organisasi Kursus “Y” .....	49

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Saat ini Indonesia sudah memasuki era global. Kita mulai menjalin hubungan kerja sama antar bangsa baik dalam hal perdagangan, pendidikan dan sebagainya. Dengan adanya hubungan kerjasama antar bangsa tersebut disertai pula bahwa semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, ini menuntut kita agar kita dapat menyesuaikan diri dengan bahasa mereka. Selain itu perusahaan-perusahaan besar pun akan menuntut para karyawannya agar setidaknya dapat menguasai satu bahasa asing. Dengan adanya hal tersebut memberi peluang kepada para pengusaha dan ahli-ahli bahasa untuk membuka bidang usaha kursus bahasa.

Dengan semakin banyaknya tempat-tempat kursus bahasa maka akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga para pengusaha harus merencanakan strategi-strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan tersebut.

Salah satu strategi tersebut dapat dilakukan dengan menetapkan harga jual yang tepat karena itu akan mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang dicapai perusahaan. Namun perlu diperhatikan juga selera masyarakat dalam menentukan harga jual, pembeli akan menerima harga tersebut jika harga yang ditawarkan dianggap wajar. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka

pembeli tidak akan membeli produk tersebut dan ini akan mempengaruhi jumlah pendapatan dan laba, sebaliknya bila harga yang ditetapkan terlalu rendah akan dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Untuk dapat menetapkan harga jual tersebut perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi antara lain tujuan perusahaan, selera atau citra masyarakat, kondisi perekonomian, pendapatan yang diharapkan, biaya, manajemen, dan sebagainya.

Penentuan harga jual pada perusahaan jasa lebih sulit daripada perusahaan yang menghasilkan produk barang. Untuk perusahaan jasa cenderung menetapkan harga jual menurut kebiasaan yang berlaku dan harga jual yang ditetapkan cenderung tinggi, ini disebabkan antara lain: ( Anthoni, dkk, 1993: 373 )

- a. Perusahaan membutuhkan waktu dan usaha untuk melaksanakan proses perekrutan tenaga kerja yang berkemampuan.
- b. Perusahaan memerlukan biaya tambahan untuk meningkatkan ketrampilan melalui pelatihan.
- c. Perusahaan harus menyerap biaya personil profesional di saat mereka tidak mempunyai tugas yang menghasilkan pendapatan, karena gaji karyawan profesional hanya untuk kepentingan yang terbatas dan selama waktu yang terbatas, dan membayar hanya untuk waktu yang digunakan.

- d. Perusahaan memikul resiko terhadap reputasinya jika pekerjaan tidak terlaksana dengan baik. Bila perusahaan tersebut tidak melakukan tugasnya dengan baik, misalnya tenaga pengajar sering tidak datang seperti di perusahaan yang bergerak dalam bidang pendidikan, maka akan mempengaruhi reputasi perusahaan tersebut dan akan berpengaruh terhadap pendapatan, pendapatan mungkin akan turun.

Dengan demikian keputusan mengenai penentuan harga jual merupakan salah satu tugas manajer yang sangat penting, karena akan berpengaruh terhadap lakunya produk di pasaran dan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan dua kursus bahasa yang ada di Yogyakarta yakni kursus bahasa yang sudah berdiri 20 tahun dan kursus bahasa yang berdiri lebih kurang satu tahun. Penulis mengambil dua tempat tersebut karena menurut peneliti kursus yang sudah berdiri 20 tahun sudah banyak dikenal oleh masyarakat dan mereka percaya bahwa tempat kursus yang sudah lama berdiri memberikan kualitas yang baik pula. Sedangkan untuk tempat kursus yang baru berdiri lebih kurang satu tahun biasanya belum banyak dikenal oleh masyarakat dan orang masih mempertanyakan kualitas tempat tersebut. Dengan adanya perbedaan pandangan masyarakat tersebut penulis ingin melihat apakah tempat kursus yang sudah berdiri 20 tahun, yang sudah banyak dikenal dan dianggap memiliki kualitas bagus, akan memiliki jumlah siswa yang relatif lebih banyak dan biaya kursusnya semakin kecil. Karena dengan jumlah siswa yang banyak

tersebut maka pembebanan biaya kursus pada masing-masing siswa pun akan semakin kecil, karena biaya yang telah dikeluarkan selama proses belajar akan dibebankan ke dalam jumlah siswa yang relatif banyak. Sedangkan tempat kursus yang baru berdiri lebih kurang satu tahun, yang belum banyak dikenal dan masyarakat masih meragukan kualitasnya, akan memiliki jumlah siswa yang lebih sedikit. Dengan jumlah siswa yang sedikit ini maka jumlah tarif kursusnya pun akan semakin besar, karena digunakan untuk menutup biaya yang dikeluarkan selama proses belajar dan juga menutup modal yang dikeluarkan selama proses pembangunan tempat tersebut. Atas dasar latar belakang di atas, penulis juga ingin melihat apakah tarif yang ditetapkan oleh kedua tempat kursus tersebut sudah tepat.

## **B. Batasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ketepatan dalam penentuan tarif kursus yang diterapkan pada kursus bahasa yang berdiri 20 tahun dan yang berdiri lebih kurang satu tahun dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* pendekatan *full costing* karena dalam metode *cost plus pricing* biaya yang digunakan untuk menetapkan harga jual adalah biaya masa depan bukan biaya masa lalu, sebab biaya masa lalu sudah tidak relevan lagi untuk menentukan harga jual untuk tahun berikutnya karena kondisi perekonomian yang berubah-ubah. Dan dengan pendekatan *full costing* akan dapat mengetahui besarnya biaya

yang akan dikeluarkan sehingga dapat menutup biaya-biaya tersebut, manajer penentu harga jual harus dapat menetapkan harga yang tepat yang akan dibebankan kepada konsumen agar tidak rugi.

### **C. Rumusan Masalah :**

1. Apakah tarif kursus yang ditetapkan di tempat kursus “X” (yang sudah berdiri 20 tahun) sudah tepat jika dibandingkan dengan penentuan tarif berdasarkan metode *full costing* ?
2. Apakah tarif kursus yang ditetapkan di tempat kursus “Y” (yang berdiri lebih kurang satu tahun) sudah tepat, jika dibandingkan dengan penentuan tarif berdasarkan metode *full costing* ?
3. Apakah ada perbedaan jumlah siswa antara kursus “X” dan kursus “Y” , mengingat adanya perbedaan pandangan masyarakat terhadap kedua tempat kursus tersebut ?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui ketepatan penentuan tarif kursus dalam kursus “X”.
2. Untuk mengetahui ketepatan penentuan tarif kursus dalam kursus “Y”.
3. Untuk mengetahui perbedaan jumlah siswa dalam kursus “X” dan kursus “Y”, mengingat adanya perbedaan pandangan masyarakat terhadap kualitas.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Perusahaan

Dapat membantu memberikan sumbangan saran dan bahasan terhadap masalah penentuan harga jual.

### 2. Bagi Universitas

Menambah bahan studi kepustakaan dan referensi di Universitas Sanata Dharma.

### 3. Bagi Penulis

Mendapat pengalaman dalam hal penetapan harga jual dan menerapkan teori – teori yang sudah didapat saat kuliah.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi teori teori yang menjadi acuan dalam penulisan usulan proyek penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, lokasi 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 tentang Sejarah berdirinya perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi, tugas dan wewenang masing-masing jabatan, jumlah personalia, dan program-program yang ditawarkan oleh perusahaan.

### BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data- data yang diperoleh dari perusahaan, penentuan tarif berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan tabel-tabel perhitungan.

### BAB VI PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, apa yang menjadi kekurangan penulis dalam melakukan penelitian, dan saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. HARGA JUAL**

##### **1. Pengertian Harga Jual**

Suatu perusahaan, apabila menginginkan produknya (barang dan jasa) laku dijual maka perusahaan tersebut harus menetapkan harga yang wajar, dan harus memperhatikan harga jual dari pesaing karena harga pesaing akan berpengaruh terhadap pembuatan keputusan konsumen untuk membeli atau tidak.

Pengertian harga jual menurut Supriyono (1991: 332) adalah sejumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Sedangkan menurut Swasta (1985: 241) harga jual diartikan jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Tjiptono (1995: 118) harga jual “ merupakan satuan moneter atau urusan lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang atau suatu jasa”.

Keputusan mengenai harga jual ini akan mempengaruhi tingkat penjualan atau penawaran atas produk atau jasa karena penentuan harga akan mempengaruhi selera atau daya tarik konsumen atas produk yang ditawarkan.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi keputusan dalam penentuan harga jual, baik faktor intern maupun faktor ekstern. Swasta dan Irawan merumuskan (1984: 242) faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual antara lain:

### a. Kondisi perekonomian

Kondisi perekonomian akan sangat berpengaruh dalam penentuan harga jual suatu produk atau jasa. Seperti pada saat krisis yang kita alami saat ini harga-harga yang ditetapkan sangat tinggi dan ini mempengaruhi bahwa permintaan masyarakat atas produk tertentu menjadi menurun, dan mereka cenderung untuk membeli barang-barang primer untuk mencukupi kebutuhan hidup mereka.

### b. Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Semakin tinggi harga semakin sedikit jumlah unit produk yang ingin dibeli, sebaliknya semakin rendah harga semakin banyak jumlah unit produk yang ingin dibeli.

Penawaran adalah jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu, pada tingkat harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Sebaliknya pada tingkat harga yang rendah jumlah produk yang ditawarkan semakin sedikit. Harga akan ditentukan

dalam pertemuan antara penjual dan pembeli (penawaran dan permintaan) di pasar yang disebut harga keseimbangan atau *equilibrium price*.

c. Elastisitas permintaan

Elastisitas permintaan adalah reaksi atau kepekaan dari konsumen (permintaan) dan produsen (penawaran) atau derajat kepekaan relatif jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga. Elastisitas permintaan dihitung sebesar persentase perubahan volume penjualan dibagi persentase perubahan harga. Apabila terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Jika permintaan bersifat inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualan. Apabila permintaan itu bersifat elastis, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang besar. Apabila permintaan itu bersifat *unitary elasticity*, maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama.

d. Biaya

Untuk menentukan harga atas suatu produk perlu dipertimbangkan pula biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Karena ini akan mempengaruhi laba yang diinginkan. Apabila perusahaan menetapkan harga jual lebih kecil dari biaya yang telah dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Apabila perusahaan menetapkan harga jual lebih

besar dari biaya yang telah dikeluarkan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau laba.

e. Persaingan

Dalam penentuan harga jual dipengaruhi oleh adanya kondisi persaingan, sehingga perusahaan dituntut untuk mengetahui kondisi pasar atas produk yang dijualnya :

1) Persaingan sempurna

Dalam kondisi ini terdapat jumlah penjual dan pembeli yang sama banyak. Dengan banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga jual yang lebih tinggi kepada pembeli lain.

Pengaruh persaingan sempurna terhadap penentuan harga jual barang atau jasa adalah sebagai berikut :

- a). Harga ditentukan oleh penawaran dan permintaan.
- b). Semakin tinggi harga jual maka semakin banyak barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.
- c). Semakin rendah harga jual maka semakin banyak barang atau jasa yang diminta oleh pembeli.

2) Oligopoli

Dalam pasar oligopoli terdapat satu penjual tunggal yang cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar. Pada pasar ini terdapat

pemimpin harga (*price leader*) dan pengikut harga (*price follower*). Pemimpin harga harus menentukan harga jual agar labanya maksimum dan agar harga yang ditentukan tersebut diikuti oleh pengikut harga.

Karakteristik pasar oligopoli :

- a). Terdapat beberapa produsen besar yang saling bersaing pada pasar tersebut, dan satu produsen besar yang sangat mempengaruhi pasar.
- b). Terdapat beberapa pemimpin harga dan perubahan harga yang dilakukan oleh satu penjual segera diikuti oleh penjual yang lain.

### 3) Monopoli

Dalam pasar ini hanya terdapat satu penjual yang melayani permintaan barang atau jasa dan produsen tersebut memegang kendali harga barang atau jasa yang bersangkutan. Dalam pasar monopoli terdapat pemasok tunggal dan tidak ada persaingan.

Karakteristik pasar monopoli :

- a). pemegang monopoli dalam suatu negara biasanya menghadapi pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah.

b). Perusahaan monopoli biasanya berusaha dalam bidang usaha yang menguasai hajat hidup masyarakat. Contoh Pertamina, PLN.

Dalam pasar ini pemegang monopoli tidak bebas menentukan harga jual produk atau jasanya. Jika harga jual yang ditentukan terlalu tinggi maka permintaan terhadap produk atau jasa tersebut berkurang dan jika barang atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat maka umumnya pemerintah akan berusaha mengendalikan harga barang atau jasa tersebut ke arah harga yang wajar.

4) Persaingan tidak sempurna

Keadaan pasar dikatakan tidak sempurna apabila barang yang dihasilkan dengan merk tertentu mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis dengan merk lain.

f. Tujuan Perusahaan

Penetapan harga seringkali dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lain. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

g. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

Harga jual adalah salah satu faktor penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Menurut Supriyono (1989:333) faktor faktor yang mempengaruhi harga jual adalah :

- 1) Tujuan perusahaan
- 2) Biaya, khususnya biaya masa depan
- 3) Citra dan kesan masyarakat

Produk yang sudah dikenal oleh masyarakat biasanya harganya cenderung tinggi dibandingkan produk-produk yang baru saja beredar. Sehingga perusahaan yang mengedarkan produk baru biasanya melakukan promosi atau iklan, discount terhadap produk-produk baru tersebut sehingga menarik citra dan kesan masyarakat atas produk tersebut.

- 4) Jenis produk (barang dan jasa) yang dijual
- 5) Pendapatan yang diharapkan

Harga jual sangat dipengaruhi oleh pendapatan yang diharapkan. Apabila pendapatan tersebut tidak dapat menutup biaya yang telah

dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian dan sebaliknya.

- 6) Pengaruh pemerintah, khususnya Undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijaksanaan pemerintah.
- 7) Tindakan atau reaksi pesaing
- 8) Tipe pasar yang dihadapi
- 9) Trend ekonomi
- 10) Gaya manajemen
- 11) Tujuan nonlaba (nirlaba)

Tujuan non laba biasanya terdapat pada perusahaan-perusahaan jasa. Dalam perusahaan jasa laba bukanlah merupakan tujuan utama, tetapi lebih berorientasi pada pelayanan kepada kebutuhan masyarakat agar kehidupannya lebih sejahtera. Perusahaan yang berbentuk jasa ini akan menentukan harga jual sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, biaya bunga yang ditanggung serta sebagian dana untuk memungut jasa pelayanan maupun perluasan operasi.

- 12) Tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab etis untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman, menghindari pencemaran udara atau air dan memproduksi barang-barang yang aman. Kegiatan

akan tanggung jawab sosial ini membutuhkan biaya sehingga untuk menutup biaya tersebut perusahaan harus menentukan harga jual yang tepat.

### **3. Tujuan Penetapan Harga**

Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga.

Tujuan tersebut antara lain :

a. Mendapatkan laba maksimum

Dalam praktek, terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

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

c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan

harga dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga, tetapi dengan servis lain. Persaingan seperti itu disebut persaingan bukan harga.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

*Market share* adalah persentase jumlah unit yang terjual untuk suatu produk dihitung dari jumlah unit yang terjual untuk industri dan produk-produk saingan. Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilaksanakan apabila memiliki kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan *market share*. Perbaikan *market share* kurang diutamakan, lebih-lebih apabila persaingan sangat ketat.

#### **4. Metode Penentuan Harga Jual**

Dalam menetapkan harga jual, harga yang ditetapkan harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba. Ada beberapa metode dalam penentuan harga jual yaitu harga jual normal, harga jual waktu dan bahan, *cost type contract*, berdasarkan pesanan khusus, dan berdasarkan peraturan pemerintah. Dalam penentuan harga jual tersebut, biaya merupakan titik tolak untuk perumusan kebijakan harga jual.

## **Metode-metode penentuan harga jual :**

### **1) Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)**

Metode ini sering disebut dengan istilah *Cost-Plus Pricing*, dimana harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa depan atau yang akan datang dengan suatu persentase mark up.

Atau dapat pula diartikan “ penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk”.

Harga jual produk dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Dalam metode ini dibedakan dalam dua pendekatan:

#### **a). Pendekatan *Full Costing***

Pendekatan *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel. Disini BOP tetap dan BOP variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar BOP sesungguhnya. Oleh karena itu biaya BOP tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk jadi yang belum laku dijual dan baru dianggap sebagai biaya bila produk tersebut telah terjual.

Cara menghitung taksiran biaya penuh :

## Biaya Produksi :

Biaya bahan baku	xx	
Biaya Tenaga kerja langsung	xx	
Biaya Overhead Pabrik (variabel + tetap)	<u>xx</u>	
Total biaya produksi		xx

## Biaya non produksi :

Biaya Administrasi dan Umum	xx	
Biaya Pemasaran	<u>xx</u>	
Total biaya non produksi		<u>xx</u>
Taksiran Biaya Penuh		xx

b). Pendekatan *variable costing*

Pendekatan *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya produksi variabel ke dalam harga pokok produksi sedangkan biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai period cost, sehingga BOP tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode dimana BOP tetap tersebut terjadi. BOP tetap dalam pendekatan ini tidak melihat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Cara menghitung taksiran biaya penuh :

## Biaya Variabel :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx

Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya produksi variabel		xx
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	xx	
Biaya Pemasaran Variabel	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya variabel		xx
Biaya Tetap :		
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya tetap		<u>xx</u>
Taksiran biaya penuh		xx

Persamaan dari kedua pendekatan tersebut adalah :

- a. Biaya-biaya pemasaran, penjualan, administrasi selalu dibebankan ke periode terjadinya dan tidak pernah tampak dalam neraca.
- b. Harga pokok produk barang yang dijual yang bersifat variabel.

Perbedaan antara pendekatan variabel costing dengan *full costing* adalah dalam pengakuan biaya yang berhubungan dengan biaya overhead tetap, dimana dalam *full costing* biaya overhead tetap harus dibebankan ke jumlah unit yang diproduksi.

**Laba yang Diharapkan :**

Dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk (barang atau jasa).

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan yaitu :

a. *Cost of capital* (biaya investasi)

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

b. Resiko bisnis

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

c. Besarnya *capital employed* (jumlah investasi)

Jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan faktor yang menentukan besarnya laba yang diharapkan, yang diperhitungkan dalam harga jual. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi produk mengakibatkan besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

Dalam penentuan harga jual ini diperlukan pula laporan keuangan yang akan dapat memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan yaitu dengan mencari *Return On Investment (ROI)*. Analisa ROI dalam keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh. Analisa ini sudah merupakan teknik yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

ROI merupakan pengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROI dapat digunakan untuk menentukan besarnya mark up.

$$\text{ROI} = \text{Laba operasi} / \text{total aktiva}$$

$$\text{Laba operasi} = \text{laba sebelum biaya bunga dan pajak}$$

$$\text{Asset operasi} = \text{semua asset yang diperlukan untuk memperoleh laba operasi}$$

Manfaat-manfaat pengukuran dengan ROI :

- a. Berguna untuk keperluan perencanaan dan pengambilan keputusan.

Misalnya suatu perusahaan akan mengadakan ekspansi dan menetapkan ROI 30% sebagai target yang harus dicapai oleh bagian mesin atau produksi.

Dengan melihat penjualan dan biaya maka perusahaan akan dapat memperkirakan besarnya ROI yang dapat dicapai, bila sesuai target maka perusahaan dapat melakukan ekspansi.

- b. Mendorong efisiensi biaya.

Semakin tinggi ROI maka akan semakin baik. ROI akan tinggi bila laba yang dihasilkan semakin tinggi pula. Dan untuk menghasilkan laba yang tinggi perusahaan harus dapat mengurangi biaya-biaya yang tidak menghasilkan nilai penuh. Sehingga terjadi efisiensi biaya dan laba semakin baik, ROI semakin baik.

- c. Mendorong efisiensi penggunaan operating assets.

Bila suatu perusahaan sudah menetapkan standar operating asset tapi ternyata perusahaan tersebut masih di bawah standar dan ROI sudah sesuai dengan

standar yang ditetapkan perusahaan, maka perusahaan harus mencari penyebab mengapa operating asset tersebut masih di bawah standar, mungkin disebabkan karena kesalahan politik pembelian bahan mentah sehingga menumpuk di gudang dalam jumlah yang besar. Untuk itu perhatian manajemen dapat lebih dicurahkan untuk perbaikan kebijakan dalam modal kerja maupun persediaan.

### **Penentuan Mark up**

Mark up adalah jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dalam persentase tertentu dari suatu produk yang menghasilkan harga jual.

#### *Pendekatan Full Costing*

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{volume penjualan} \times \text{biaya produksi}}$$

#### *Pendekatan Variable Costing*

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{Volume penjualan} \times \text{biaya variabel}}$$

Keunggulan metode *cost plus pricing* :

- a. Dalam pembuatan keputusan harga jual, manajemen dihadapkan kepada banyak sekali ketidakpastian sehingga harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dapat merupakan titik awal ke arah harga jual yang dapat diterima sesuai dengan kendala-kendala tertentu yang ada.

- b. Formula target harga jual berdasar *cost plus pricing* dapat digunakan untuk mempelajari secara mendalam biaya para pesaingnya atau dapat membantu manajemen untuk memprediksi keputusan harga yang akan dibuat oleh para pesaing. Jika harga jual dan biaya para pesaing relatif sama dengan perusahaan, maka manajemen dapat memusatkan strategi pemasarannya pada usaha atau cara-cara lainnya. Misalnya pelayanan purna jual, kredit.
- c. Suatu perusahaan mungkin mempunyai berbagai kelompok produk dan tidak mempunyai waktu untuk menyusun analisis hubungan biaya-volume –laba secara rinci untuk setiap kelompok produk. Untuk mengatasi masalah tersebut, manajemen dapat dengan cepat dan secara langsung mungkin sifatnya sementara dan akan diubah jika waktu, situasi dan kondisi sudah memungkinkan.
- d. Dalam metode ini biaya yang digunakan adalah biaya masa depan dan bukan biaya sesungguhnya atau biaya masa lalu. Karena biaya masa lalu atau biaya sesungguhnya tidak lagi relevan untuk menentukan harga jual.

Kelemahan dari metode *cost plus pricing* antara lain :

- a. Model tersebut mengabaikan faktor permintaan dan penawaran dan seringkali harga jual tidak mempunyai hubungan erat dengan biaya.
- b. Besarnya biaya per satuan berubah-ubah dipengaruhi oleh volume produksi. Semakin besar volume produksi maka semakin rendah biaya per satuannya, akibatnya harga jual produk dipengaruhi oleh perubahan volume produksi.

Kenyataannya seringkali penjual secara individual tidak mampu mempengaruhi harga jual.

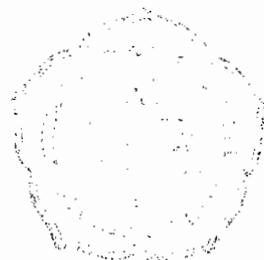
- c. Model tersebut tidak menggambarkan persaingan. Kenyataannya, harga jual tidak hanya dipengaruhi oleh biaya namun juga dipengaruhi oleh persaingan dan tersedianya produk-produk alternatif beserta harganya.
- d. Model ini tidak mempertimbangkan berbagai taksiran atau tujuan perusahaan selain laba. Misalnya : Undang-undang dan peraturan pemerintah lainnya, tanggung jawab sosial, kepuasan pelanggan, kesejahteraan masyarakat.

## 2) Penetapan Harga Jual Waktu dan Bahan ( *Time and Material Pricing* )

Pendekatan *time and material pricing* menggunakan dua buah tarif penentuan harga jual. Tarif pertama mendasarkan pada **waktu** tenaga kerja langsung, dan yang kedua mendasarkan pada **bahan**. Tarif tersebut dibentuk untuk menutup biaya administrasi dan penjualan, biaya tak langsung lainnya, dan laba yang diinginkan. Penentuan harga jual dengan metode ini lazim digunakan oleh bengkel reparasi jam, bengkel reparasi mobil dan motor, perusahaan percetakan, perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa. Metode ini juga dipergunakan oleh pelbagai persekutuan para ahli, seperti akuntan, pengacara, dokter, dan konsultan.

Yang dimaksud **waktu** disini dinyatakan secara khusus sebagai tarif per jam atau per waktu dari tenaga kerja langsung, tarif pekerja ini merupakan jumlah dari :

- a). Biaya tenaga kerja langsung, termasuk gaji dan tunjangan tambahan
- b). Biaya penjualan dan administrasi



c). Laba yang diinginkan

Yang dimaksud **bahan** meliputi harga beli bahan yang digunakan selama pengerjaan ditambah *material loading charge*. *Material loading charge* dimaksudkan untuk menutup biaya-biaya pemasaran, *handling* dan penyimpanan bahan, plus *profit margin* untuk bahan itu sendiri. Beban-beban material ini biasanya ditentukan dengan prosentase tertentu dari *cost material*. Dengan menentukan *time dan material* tersebut maka dengan mudah perusahaan bisa menentukan harga jual produk perusahaan.

**3) Metode Cost Type Contract**

Adalah kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pihak pembeli setuju untuk membeli produk (barang atau jasa) pada harga yang didasarkan pada total biaya sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

Harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

**4) Berdasar Pesanan Khusus**

Perusahaan mengirimkan pesanan sesuai dengan jumlah pemesanan diluar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta untuk konsumen berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Informasi akuntansi diferensial merupakan dasar

yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus. Jika harga jual yang diminta untuk pemesanan lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus tersebut dapat dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, saat pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menyebabkan biaya tetap bertambah.

#### **5) Berdasar Peraturan Pemerintah**

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur pemerintah adalah yang memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, misalnya listrik, air, telepon, transportasi, jasa pos. Harga jual produk tersebut ditentukan berdasar biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang ditargetkan.

### **5. MANFAAT INFORMASI BIAYA PENUH DALAM KEPUTUSAN PENENTUAN HARGA JUAL**

Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentu harga jual :

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.

Satu-satunya informasi yang memberikan kepastian yang relatif tinggi, yang ada di tangan manajer penentu harga jual adalah biaya. Biasanya bagi manajer penentu harga jual, meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh dibutuhkan oleh manajer tersebut sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada konsumen di masa yang akan datang. Dengan informasi biaya penuh produk atau jasa dengan cermat (*accurate*) di tangannya, manajer penentu harga jual memiliki dasar untuk menetapkan kebijakan penentuan harga jual dengan aman.

- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutup biaya penuh. Dengan demikian, adalah merupakan tanggung jawab manajer penentu harga jual, untuk menetapkan harga jual produk atau jasa yang dapat memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Untuk memungkinkan manajer melakukan penentuan harga jual tersebut, ia memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang yang bersangkutan dengan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.

Jika perusahaan ingin memenangkan persaingan di pasar, salah satu nasihat yang harus dipertimbangkan adalah : “ fahami pesaingmu “ jika pesaing menurunkan harga jual produknya, tanpa memiliki informasi biaya penuh produknya, manajer penentu harga jual akan dibuat terperanjat dan bingung dengan tindakan perusahaan pesaing tersebut. Berdasarkan informasi ini, ia akan memiliki data pembandingan struktur biaya produk saingannya, sehingga berdasarkan informasi biaya tersebut ia akan mampu memperkirakan tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan pesaingnya.

- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

Berdasarkan perbandingan harga jual yang terbentuk di pasar dengan biaya penuh produk atau jasa, manajer penentu harga jual akan menghadapi tiga kemungkinan berikut ini :

- 1). Jika biaya penuh produk barang atau jasa perusahaan melebihi harga jual yang terbentuk di pasar tertentu, perusahaan tidak mungkin memasuki pasar karena kerugian akan terjadi.
- 2). Jika biaya penuh produk atau jasa dapat ditutup dengan harga jual yang terbentuk di pasar, namun harga jual tersebut belum mampu

menghasilkan laba yang memadai jika dibandingkan dengan investasi, maka perusahaan tidak mungkin memasuki pasar tersebut.

- 3). Perusahaan dapat merancang program untuk mengubah proses produksi dan kegiatan pemasaran agar dengan harga jual tertentu yang terbentuk di pasar, perusahaan akan mampu menutup seluruh biaya penuh dan mampu menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi.

## **B. BIAYA**

### **1. Pengertian Biaya**

Definisi biaya menurut Mulyadi (1993: 3) adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan definisi biaya menurut Supriyono (1991: 18) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan adanya empat unsur pokok yang penting yaitu:

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- b. Diukur dalam satuan uang.
- c. Yang terjadi atau secara potensial akan terjadi.
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

## 2. Penggolongan Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”. Menurut Supriyono (1991: 14) biaya digolongkan menjadi:

- 1). Menurut fungsi pokok dalam perusahaan :
  - a. **Biaya Produksi** merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.
  - b. **Biaya Pemasaran** merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh : biaya iklan, gaji karyawan bagian pemasaran, biaya promosi.
  - c. **Biaya Administrasi dan Umum** merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh : biaya fotocopy, biaya gaji karyawan bagian keuangan.
- 2). Menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan :
  - a. **Biaya Variabel** adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, contoh : biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku.

- b. **Biaya Semivariabel** adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
  - c. **Biaya semifixed** adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
  - d. **Biaya Tetap** adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.
- 3). Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai:
- a. **Biaya langsung** adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku.
  - b. **Biaya tidak langsung** adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai yaitu biaya overhead pabrik.
- 4). Atas dasar jangka waktu manfaatnya:
- a. **Pengeluaran Modal** adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara depresiasi dan amortisasi.
  - b. **Pengeluaran pendapatan** adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

## C. JASA

### 1. Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 1995:107). Maksud dari kepemilikan disini adalah tidak berwujud fisik sehingga tidak bisa memiliki tetapi hanya bisa dirasakan atau dinikmati kepuasannya.

### 2. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang membedakannya dengan produk atau barang (Tjiptono, 1995:105) :

#### a. *Intangibility*

Konsep *intangibility* pada jasa memiliki dua pengertian :

- 1). Sesuatu yang tidak dapat disentuh.
- 2). Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah dideteksi, diformulasikan atau dipahami.

*b. Inseparability*

Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Umumnya jasa dijual lebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi. Lain dengan barang, barang umumnya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan adalah salah satu ciri khusus dalam pemasaran jasa.

*c. Variability*

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

*d. Perishability*

Jasa tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaan tetap, karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut.

### **3. Macam-macam Jasa**

Menurut Swasta (1985:319) jasa dapat digolongkan ke dalam dua golongan besar, yaitu:

a. Jasa Industri (*industrial service*)

Jasa industri ini disediakan untuk organisasi dalam lingkup yang luas, termasuk pengolahan, pertambangan, pertanian, organisasi non laba, dan pemerintah.

b. Jasa Konsumen (*consumer service*)

Jasa konsumen ini banyak digunakan secara luas dalam masyarakat. Jasa konsumen dibagi ke dalam tiga golongan :

1) Jasa konvenien (*convenience service*)

Jasa konvenien adalah jasa konsumsi yang pembeliannya sering dan masyarakat membelinya dengan melakukan usaha yang minimal. Jasa konvenien antara lain salon, jasa reparasi televisi dan radio.

2) Jasa shopping

Jasa shopping adalah jasa konsumsi yang dipilih atau dibeli oleh masyarakat sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga, reputasi. Jasa shopping meliputi jasa persewaan dan jasa asuransi.

3) Jasa special

Jasa special adalah jasa konsumsi dimana dalam pembeliannya pembeli harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar. Jasa special meliputi jasa dokter spesialis, advokat, akuntan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus yaitu penelitian tentang obyek tertentu yang populasinya terbatas dan kesimpulan yang diambil hanya terbatas pada obyek yang diteliti.

#### **2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi Penelitian : Penelitian dilakukan pada kursus X dan kursus Y.

Waktu Penelitian : Penelitian dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September tahun 2002.

#### **3. Subyek**

Subyek Penelitian :

- a. Kepala Bagian Penjualan
- b. Kepala Bagian Pemasaran
- c. Kepala Bagian Akuntansi
- d. Pihak-pihak yang berkaitan dengan penentuan harga jual.

#### **4. Data yang dicari**

- a. Gambaran Umum Perusahaan
- b. Struktur Organisasi
- c. Data Penjualan

- d. Laporan Keuangan
- e. Informasi biaya yang dikeluarkan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

##### a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam penentuan tarif.

##### b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan jalan melakukan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti.

##### c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah :

- a. Teknik deskriptif yaitu menyajikan data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penentuan tarif.
- b. Teknik komparatif yaitu dengan memahami data-data dan membandingkan antara hasil temuan dengan teori yang ada.

6A. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dan kedua yaitu untuk mengetahui apakah penentuan tarif kursus “X” dan kursus “Y” sudah tepat.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan tarif yang ditetapkan dalam kursus “X” dan kursus ”Y”.
- b. Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori dengan pendekatan *full costing* baik di kursus “X” maupun kursus ”Y”.

Metode *full costing* ini adalah rumus dalam perusahaan manufaktur namun dapat juga digunakan dalam perusahaan jasa, bahwa dalam perusahaan jasa biaya dapat dibedakan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead ( Hilton, 1994 : 38 )

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Memisahkan biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam biaya produksi dan non produksi.

Biaya produksi :

Biaya Bahan baku langsung	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead (variable dan tetap)	<u>xx</u>	
Total biaya produksi		xx

Biaya non produksi :

Biaya administrasi dan umum	xx
Biaya pemasaran	<u>xx</u>
Total biaya non produksi	<u>xx</u>

## 2. Menghitung Prosentase Penjualan

Setelah diketahui jumlah biaya non produksi, maka selanjutnya dilakukan perhitungan mengenai prosentase penjualan dengan cara mengalikan jumlah jam pertemuan dengan paket penjualan dan kemudian hasilnya dibagi dengan total penjualan. Perhitungan ini berguna untuk mengetahui berapa alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level.

## 3. Menghitung alokasi biaya non produksi

Perhitungan alokasi biaya non produksi didasarkan pada prosentase penjualan dan jumlah total biaya non produksi. Dengan cara prosentase penjualan dari masing-masing level dikalikan dengan total biaya non produksi sehingga diketahui berapa jumlah alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level.

## 4. Menghitung pembebanan biaya non produksi untuk masing-masing peserta

Setelah diketahui jumlah alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level maka dapat dihitung pembebanan biaya non produksi

untuk masing-masing peserta dengan cara membagi alokasi biaya non produksi dengan jumlah peserta pada masing-masing level.

5. Menghitung pembebanan biaya produksi

Biaya produksi dihitung berdasar jumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam tiap pertemuan atau berapa biaya yang dibebankan kepada tiap siswa dalam tiap levelnya.

6. Mengitung biaya penuh

Setelah diketahui berapa pembebanan biaya non produksi dan biaya pembebanan biaya produksi maka dapat diketahui jumlah biaya penuh untuk masing-masing level dengan cara menjumlahkan biaya non produksi dan biaya produksi tiap levelnya.

7. Laba yang diharapkan

Untuk mengetahui berapa jumlah laba yang diharapkan, perlu diketahui terlebih dahulu berapa prosentase *Return on Investment*.

Perhitungan ROI sebagai berikut :

$$\text{ROI per tahun} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Total Aktiva}}$$

Setelah diketahui berapa prosentase ROI maka dapat dihitung besarnya laba yang diharapkan dengan mengalikan total biaya penuh dengan ROI.

8. Menghitung besarnya prosentase mark up :

Perhitungan mark up didasarkan pada jumlah biaya produksi, non produksi dan laba yang diharapkan. Cara menentukan mark up adalah dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dan biaya non produksi kemudian membagi hasilnya dengan biaya produksi maka akan didapatkan prosentase mark up.

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{biaya produksi}}$$

9. Menghitung tarif kursus per paket

Dari langkah-langkah perhitungan di atas maka akan didapat tarif berdasarkan kajian teori yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi dengan jumlah mark up. Jumlah mark up didapat dengan mengalikan prosentase mark up dengan biaya produksi, sehingga didapat berapa tarif yang seharusnya ditetapkan untuk masing-masing level.

10. Membandingkan hasil penentuan tarif kursus yang dilakukan oleh:

- a. Kursus "X" dengan hasil perhitungan berdasar metode *full costing*.
- b. Kursus "Y" dengan hasil perhitungan berdasar metode *full costing*.

Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon akan digunakan untuk mengetahui ketepatan tarif yang ditetapkan kedua kursus tersebut. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon ini digunakan untuk dua sampel berpasangan dengan skor yang berskala ordinal. Dalam uji ini bukan hanya memperhatikan arah perbedaan tapi juga besar perbedaan. Berikut langkah-langkah pengujian yang dilakukan:

- a) Menyatakan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- b) Menetapkan taraf signifikansi 5 %.
- c) Menentukan besar dan tanda perbedaan antara pasangan data yaitu dengan mencari selisih untuk setiap pasang dan beda ini bisa positif dan bisa negatif.
- d) Menyusun peringkat perbedaan tanpa memperhatikan tandanya dari yang terkecil sampai yang terbesar. Peringkat 1 diberikan untuk perbedaan yang terkecil, peringkat 2 diberikan untuk nilai terkecil selanjutnya, dan seterusnya.
- e) Pemberian tanda positif atau negatif atas peringkat yang telah ditetapkan. Beda 0 tidak diperhatikan.
- f) Menjumlahkan semua peringkat positif dan semua tanda negatif. Nilai yang terkecil dari kedua hasil penjumlahan ditetapkan sebagai nilai hitung T.
- g) Penarikan kesimpulan, jika nilai hitung T sama atau lebih kecil dari nilai tabel T maka hipotesis nol harus ditolak.

6B. Untuk menjawab rumusan masalah ketiga yakni mencari perbedaan antara jumlah siswa pada kursus “X” dan jumlah siswa pada kursus “Y” dengan menggunakan uji Mann-Whitney. Langkah-langkah pengujian :

- a. Menyatakan  $H_0$  dan  $H_1$
- b. Menetapkan taraf signifikansi : 5%
- c. Menyusun peringkat data tanpa memperhatikan kategori sampel dari taraf yang terkecil diberi angka 1 dan yang lebih besar diberi angka 2 dan seterusnya.
- d. Menjumlahkan peringkat menurut tipe kategori sampel.

Misal  $R_1$  : jumlah urutan sampel  $n_1$

$R_2$  : jumlah urutan sampel  $n_2$

- e. Menghitung statistik U melalui 2 rumus :

$$1. U = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$2. U = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Nilai U yang dipilih dalam pengujian hipotesa adalah nilai U yang lebih kecil.

- f. Penarikan kesimpulan statistik mengenai hipotesis nol.

Aturannya ialah tolak  $H_0$  jika test statistik U sama atau lebih kecil dari nilai dalam tabel U.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Kursus X**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris “X” mulanya diprakarsai oleh Drs. Eduardus Vincentius Surardjo dan Drs. Sardjono. Intensive English Course ini mulanya didirikan di Ujung Pandang pada tanggal 1 Oktober 1958 dengan nama “Lembaga Pendidikan Surardjo” yang didirikan sendiri oleh Drs. E.V. Surardjo. Kemudian pada tanggal 12 Maret 1968 mulai dikembangkan di Jakarta dan sebagai lembaga pendidikan yang mengkhususkan diri pada pemberian pelatihan bahasa Inggris dengan nama Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris “X”.

Dalam perkembangannya Lembaga ini mulai membuka cabang, lebih dari 20 cabang di seluruh Indonesia dan pusatnya dipindahkan ke Jakarta. Cabang-cabangnya antara lain di Banda Aceh, Lampung, Bandung, Denpasar, Palembang, Makasar, Medan, Magelang, Purwokerto, Solo, Semarang, Surabaya, Bekasi, Tangerang, Depok, Gianyar, dan Yogyakarta.

Lembaga “X” cabang Yogyakarta berdiri pada tanggal 6 Mei 1982 yang berlokasi di Jl. Hadidarsono no.2 Kotabaru dengan pimpinan saat ini Bp. Purwadi. Tenaga pengajar di Lembaga “X” ini adalah tenaga pengajar profesional yang memang benar-benar ahli dalam bidang bahasa Inggris sehingga diharapkan pula akan mencetak generasi yang berkualitas.

## **2. Tujuan Perusahaan**

### **a. Umum**

Ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa terhadap Tuhan yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan.

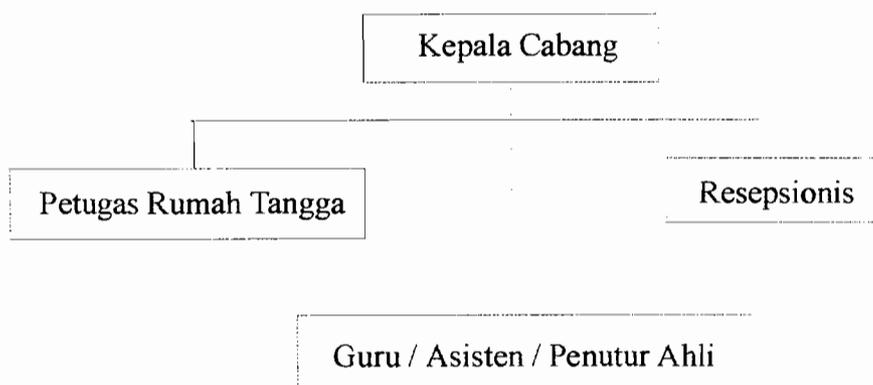
### **b. Khusus**

1. Membantu warga masyarakat untuk meningkatkan kecakapan bahasa Inggris secara menyeluruh dengan menitikberatkan pada kemampuan berkomunikasi baik secara lisan maupun tulisan.
2. Melaksanakan usaha pengembangan dan inovasi di bidang pendidikan bahasa Inggris.
3. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan karyawan .

## **3. Struktur Organisasi**

Dalam sebuah perusahaan haruslah memiliki struktur organisasi yang jelas untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, karena struktur organisasi merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Struktur organisasi ini menunjukkan pola hubungan antara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi dan menunjukkan tugas, kedudukan, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Tujuan dari pembagian tugas dan,

kewajiban dan wewenang ini adalah agar supaya tidak terjadi kesimpangsiuran dalam pelaksanaannya. Karena akan diketahui tugas dan wewenang yang harus dilaksanakan oleh tiap bagian. Dalam Lembaga ini susunan organisasinya masih sangat sederhana karena disini hanya terdiri dari kepala cabang dan beberapa pengajar dan karyawan yang mengurus kegiatan administrasi lembaga tersebut. Berikut Bagan Struktur Organisasi:



Adapun tugas dan wewenang dari masing masing jabatan adalah sebagai berikut :

1). Kepala Cabang

- a. Menjaga kelancaran jalannya kursus .
- b. Menjamin kelancaran administrasi yang mendukung kelancaran jalannya kursus.
- c. Mengusahakan pembinaan dan pengembangan guru, asisten, dan karyawan lainnya menuju ke arah peningkatan kualitatif dan kuantitatif kursus.

2). Guru/ asisten

- a. Memimpin proses belajar mengajar di kelas/ di luar kelas.
- b. Membantu warga belajar yang menghadapi kesulitan dalam belajarnya.
- c. Melakukan penilaian terhadap proses dan prestasi warga belajar.
- d. Mencatat kehadiran warga belajar.
- e. Mengecek dan mengusahakan informasi mengenai warga belajar yang absen.

3). Receptionis bertugas melayani tamu dan mengurus administrasi kantor cabang.

4). Petugas rumah tangga bertugas mengurus kebersihan, kerapian, keindahan, ketertiban, dan keamanan bangunan, ruang kelas, halaman, dan tempat parkir di lingkungan lembaga X.

#### **4. PERSONALIA**

Saat ini jumlah karyawan yang bekerja pada lembaga pendidikan bahasa Inggris "X" cabang Yogyakarta adalah 27 orang dan semua karyawan disini adalah karyawan tetap, dengan perincian 21 tenaga pengajar, 4 resepsionis, dan 2 petugas rumah tangga.

Usaha-usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh Lembaga "X" adalah :

- a. Workshop, seminar, dan kegiatan lain yang sejenis yang bertalian dengan bidang pendidikan Bahasa Inggris.

- b. Penerbitan buku-buku di bidang bahasa Inggris
- c. Penerjemahan buku-buku di bidang pendidikan Bahasa Inggris
- d. Kerjasama dengan instansi lain baik Pemerintah maupun swasta yang mempunyai kaitan profesi di bidang pendidikan Bahasa Inggris.

**5. Program-program yang ditawarkan :**

1. *English Conversation*

Dalam *English conversation* ini dirancang untuk meningkatkan kelancaran dalam berkomunikasi secara lisan, tanpa mengabaikan ketepatan bahasa Inggris yang dikuasai. Program ini ditujukan untuk segala usia terutama untuk orang yang sudah mengerti bahasa Inggris namun kurang cakap berkomunikasi secara lisan. Jumlah minimal kelas ini adalah 13 orang, jumlah pertemuan 25 pertemuan 37,5 jam.

2. *General English Class*

Tujuan dalam program ini adalah untuk meletakkan dasar berkomunikasi secara umum, baik lisan maupun tulisan. Metode yang digunakan berdasarkan pada pendekatan komunikatif. Melalui teknik pengajaran yang interaktif dan guru sebagai fasilitator. Jumlah siswa minimal 15, jumlah pertemuan 27 pertemuan 40,5 jam. Untuk program ini untuk segala usia.

3. *TOEFL Preparation Course (TPC)*

TPC terbuka untuk umum, asal skor hasil pre-test minimal 375, Jumlah siswa dalam kelas ini minimal 7 orang. TPC ini akan membantu peserta program dalam hal meningkatkan pengetahuan *grammar* dan *written expression*,

meningkatkan kecakapan dan ketepatan reading comprehension dan sekaligus pengayaan kosakata, meningkatkan kecakapan dan ketepatan *listening comprehension*, meningkatkan strategi dalam menjawab soal-soal ujian. Waktu kursus total 60 jam dan diselenggarakan 4 kali seminggu.

## **B. Kursus Y**

### **1. Sejarah Perusahaan**

Lembaga Bahasa Inggris “Y” pertama kali didirikan oleh H.M. Syahrial Yusuf, S.E, M.M, MBA pada tanggal 22 September 1997 di Jakarta. Pemilihan nama Lembaga Bahasa ini dimaksudkan agar supaya mampu menjadi lembaga kursus bahasa Inggris yang menjadi pusat belajar bahasa Inggris. Dalam perkembangannya kemudian lembaga “Y” mulai membuka cabang di Yogyakarta pada bulan November 2000. Namun lembaga ini mulai menerima siswa pada bulan Februari 2001 karena harus mempersiapkan administrasi dan tempat kursus yang nyaman. Lembaga “Y” cabang Yogyakarta ini didirikan oleh Ir. Prabowo. Cabang-cabang lembaga selain di Yogyakarta antara lain :Balikpapan, Makassar, Bandung, Surabaya, dan wilayah Jakarta.

### **2. Visi dan Misi**

Visi : mengembangkan diri menjadi *Center of Excellence* bagi pembelajaran dan pengajaran bahasa Inggris dengan reputasi dunia.

Misi :

- a. Memberikan layanan terbaik kepada semua orang dalam pendidikan bahasa Inggris.
- b. Mengembangkan program-program bahasa Inggris yang berorientasi pasar dan dibutuhkan masyarakat, terutama kalangan bisnis dan industri.
- c. Mengembangkan kemitraan strategis dengan kalangan bisnis dan industri nasional maupun Internasional.
- d. Menjadi lembaga yang memberikan motivasi kepada karyawan dan memberikan kesejahteraan bagi mereka dan keluarga mereka.

Tujuan :

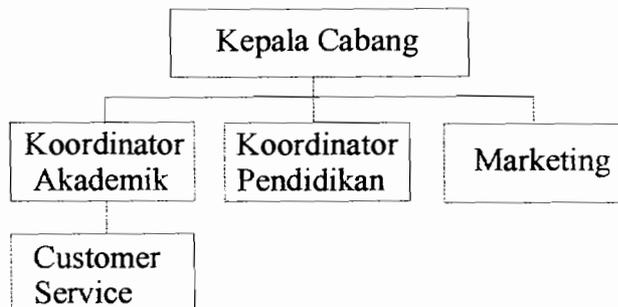
- a. Membantu siswa dalam studinya.
- b. Membantu karyawan, eksekutif, pengusaha, dan profesional dalam melaksanakan tugasnya.
- c. Membantu para pencari kerja dan lulusan sekolah menengah maupun perguruan tinggi mendapatkan peluang kerja.

### **3. Lokasi Perusahaan**

Lembaga “Y” berlokasi di Jalan Kaliurang km 5,5 no. 13 Yogyakarta karena merupakan jalur yang strategis dan ramai dilewati. Luas tanah 900 m dan bangunannya 150 m.



#### 4. Struktur Organisasi



Dalam Lembaga ini susunan organisasinya tidak jauh berbeda dengan Lembaga X. Struktur organisasinya masih sangat sederhana karena hanya difokuskan pada bagian bagian yang penting yang dibutuhkan oleh kantor cabang tersebut namun tetap diharapkan kantor cabang tersebut memberikan laporan kepada kantor pusat secara jelas dan cepat. Berikut adalah beberapa deskripsi tugas dari masing-masing jabatan :

a. Kepala Cabang :

1. Bertanggung jawab atas keuangan program marketing dan program akademik.
2. Berwenang membuat kebijakan-kebijakan.

b. Koordinator Akademik :

1. Mengkoordinasikan program-program kursus.
2. Membuat program-program kursus.
3. Bertanggung jawab atas operasional harian.

c. Koordinator Pendidikan :

1. Mengatur Administrasi operasional.

2. Mengatur lokasi instruktur.
  3. Bertanggung jawab atas operasional harian.
- d. *Customer Service* :
1. Memberi pelayanan kepada *customer*.
  2. Membuat alokasi jadwal kelas.
  3. Bertanggung jawab atas administrasi keuangan.

## 5. Personalia

Saat ini lembaga “Y” memiliki jumlah karyawan tetap sebanyak 6 orang dan tenaga pengajar sebanyak 20 orang. Lembaga ini tidak memiliki pegawai tidak tetap. Jumlah jam kerja untuk masing-masing karyawan adalah 8 jam dan untuk tenaga pengajar jam kerja disesuaikan dengan jadwal mengajar masing-masing.

## 6. Fasilitas

Untuk mendukung proses belajar mengajar di lembaga ini tidak hanya menyediakan tenaga pengajar profesional tetapi juga memberikan kenyamanan dalam bentuk lain antara lain :

- a) Ruangan kelas ber-AC sehingga akan menjadikan situasi belajar sejuk dan nyaman.
- b) Alat bantu belajar elektronik dan multimedia guna memperluas pengetahuan dan wawasan siswa.
- c) Terdapat 2 kali *native speaker classes*, 2 kali *multimedia classes*, dan 1 kali *movie class* untuk setiap program.

- d) Tersedia CD program komputer untuk menambah wawasan bahasa Inggris siswa.

## **7. Program-program yang ditawarkan**

### *1. Pre-School (TK)*

Program ini diperuntukkan untuk anak- anak TK atau berusia 4-5 tahun.

Dalam kelas ini terdiri dari 2 tingkat.

### *2. Elementary School*

Kelas ini dikhususkan untuk siswa-siswa SD atau anak berusia 6-12 tahun.

Dalam kelas ini terdapat 8 tingkatan dan untuk tingkat 1,2,3,4 waktu yang digunakan selama 18 pertemuan. Sedangkan untuk tingkat 5,6,7,8 jumlah pertemuan 20 pertemuan.

### *3. General English*

Dirancang dengan sistem pengajaran otomatis untuk kalangan umum membuat pemahaman berbahasa Inggris semakin optimal. Terdiri dari *Elementary, Pre Intermediate, Intermediate, Upper Intermediate, Advance dan Upper Advance*. Waktu pertemuan adalah 37,5 jam yang diadakan 2 hingga 3 kali dalam seminggu.

### *4. English For Teenagers*

Program ini diperuntukkan bagi siswa SLTP dengan metode belajar yang disesuaikan dengan minat para remaja sehingga mereka akan menikmati suasana belajar yang komunikatif. Waktu pertemuan 33 jam dan terdiri dari 4 level.

#### 5. *English Conversation*

Program ini diperuntukkan bagi yang telah memiliki dasar-dasar pengetahuan berbahasa Inggris dan ingin memperlancar percakapan dalam bahasa Inggris. Terdiri dari *Regular Conversation* yang terdiri dari 2 level dan *Intensive Conversation* yang terdiri dari 2 level. Waktu yang dibutuhkan dalam masing-masing level adalah 30 jam.

#### 6. *Business English*

Dalam program ini siswa dibekali dan dilatih untuk mahir berbahasa Inggris dengan materi-materi yang dipersiapkan untuk dunia bisnis. Waktu yang diperlukan untuk program ini adalah 30 jam.

#### 7. *TOEFL Preparation*

Program ini dirancang untuk membantu siswa dalam meningkatkan score *TOEFL*. Dengan pilihan kelas *Intoduction* atau *Preparation* serta pola pengajaran yang intensif, sehingga bisa memperoleh nilai *TOEFL* yang maksimal. Waktu yang diperlukan adalah 50 jam.

#### 8. *Job Interview*

Program ini dirancang untuk membantu siswa menghadapi wawancara kerja. Waktu yang dibutuhkan adalah 22,5 jam.

## BAB V

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengenai evaluasi ketepatan penentuan tarif kursus, penulis akan mendeskripsikan data-data yang diperlukan dan telah diperoleh dari kursus “X” dan “Y”. Berikut ini akan penulis sajikan data-data mengenai paket penjualan kursus, jumlah daftar peserta kursus, data biaya tahun 2001, jumlah pertemuan masing-masing program, dan data tarif yang telah ditetapkan.

##### I. Kursus X

Tabel V.1

Daftar Tabel Biaya

Program *English Conversation* dan *General English*

Tahun 2001

Biaya-biaya yang terjadi	Jumlah ( dalam Rp)
Biaya gaji pengajar	141.699.600
Biaya Pengajaran	6.909.980
Pemeliharaan Gedung A&U	1.250.650
Listrik dan air	4.451.300
Administrasi Umum	15.583.170
Biaya Telepon	2.558.500
Promosi pemasaran	18.130.050
Biaya bunga	568.999
Penyusutan Gedung A&U	3.499.200
Amortisasi Biaya ditangguhkan	2.400.000
Gaji karyawan	22.486.750

Sumber : Kursus X

Tabel V.2

Daftar Paket, Jumlah Peserta, dan Waktu yang Dibutuhkan  
Program *English Conversation* dan *General English*  
Tahun 2001

Level	Kode	Paket Penjualan	Jumlah siswa	Waktu yang Dibutuhkan (dalam jam)
Elementary	EC	16	343	37,5
Intermediate	EC	14	255	37,5
Pre-Advance	EC	12	182	37,5
Advance	EC	12	151	22,5
I	GE	20	398	40,5
II	GE	22	413	40,5
III	GE	20	381	40,5
IV	GE	18	355	40,5
V	GE	14	270	40,5
VI	GE	12	242	40,5

Sumber : Kursus X

Keterangan :

Kode EC : *English Conversation*

Kode GE : *General English*

Tabel V. 3

Program *English Conversation* dan *General English*

Informasi Tarif kursus per paket

Tahun 2001

Level	Kode	Tarif kursus (dalam Rp)
Elementary	EC	160.000
Intermediate	EC	170.000
Pre-Advance	EC	180.000
Advance	EC	130.000
I	GE	110.000
II	GE	110.000
III	GE	120.000
IV	GE	120.000
V	GE	130.000
VI	GE	130.000

Sumber : Kursus X

## II. KURSUS Y

Tabel V. 4

Data Biaya

Program *English Conversation* dan *General English*

Tahun 2001

Biaya-Biaya	Jumlah (dalam Rp)
Biaya gaji Instruktur	24.000.000
Biaya Penggunaan Ruangan	20.000.000
Biaya Marketing	2.000.000
Biaya gaji karyawan tetap	15.000.000
Biaya operasional dan administrasi	10.000.000

Sumber : Kursus Y

Tabel V. 5

Program *English Conversation* dan *General English*

Data Paket, Jumlah peserta, Waktu yang dibutuhkan

Tahun 2001

Level	Kode	Paket	Jumlah	Waktu yang Dibutuhkan (dalam jam)
		Penjualan	Siswa	
I	EC	64	382	30
II	EC	62	374	30
III	EC	30	189	30
IV	EC	9	52	30
I	GE	28	196	37,5
II	GE	28	194	37,5
III	GE	8	47	37,5
IV	GE	8	47	37,5
V	GE	6	34	37,5
VI	GE	4	21	37,5

Sumber : Kursus Y

Keterangan :

EC : *English Conversation*GE : *General English*

Tabel V. 6  
 Program *English Conversation* dan *General English*  
 Informasi tarif kursus per paket  
 Tahun 2001

Level	Kode	Tarif (dalam Rp)
I	EC	225.000
II	EC	225.000
III	EC	250.000
IV	EC	250.000
I	GE	200.000
II	GE	200.000
III	GE	225.000
IV	GE	225.000
V	GE	250.000
VI	GE	250.000

Sumber : Kursus Y

Sebelum menganalisis data dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, terlebih dahulu biaya-biaya yang ada dikelompokkan ke dalam biaya produksi dan biaya non produksi. Yang dimaksud biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan yang berhubungan langsung dalam proses belajar mengajar, sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan namun tidak secara langsung berhubungan dalam proses belajar mengajar. Berikut ini tabel pemisahan biaya produksi dan non produksi pada kursus "X" pada Tabel V.7, data- data biaya sebelumnya dapat dilihat pada Tabel V. 1:

Tabel V. 7

Data Biaya Produksi dan Non Produksi  
Program *English Conversation* dan *General English*

Biaya-biaya yang terjadi	Biaya Produksi (dalam Rp)	Biaya non Produksi (dalam Rp)
Biaya gaji pengajar	141.699.600	
Biaya Pengajaran	6.909.980	
Pemeliharaan Gedung A&U		1.250.650
Listrik dan air		4.451.300
Administrasi Umum		15.583.170
Biaya Telepon		2.558.500
Promosi pemasaran		18.130.050
Biaya bunga		568.999
Penyusutan Gedung A&U		3.499.200
Amortisasi Biaya ditangguhkan		2.400.000
Gaji karyawan tetap		22.486.750
Jumlah	148.609.580	70.928.619

Berikut ini adalah tabel pemisahan biaya produksi dan biaya non produksi untuk kursus “Y” dapat dilihat pada tabel V. 8 :

Tabel V. 8

Data Biaya Produksi dan Non Produksi  
Program *English Conversation* dan *General English*

Biaya-Biaya	Biaya Produksi (dalam Rp)	Biaya Non Produksi (dalam Rp)
Biaya gaji Instruktur	24.000.000	
Biaya penggunaan ruangan	20.000.000	
Biaya Marketing		2.000000
Biaya gaji karyawan tetap		15.000.000
Biaya Operasional dan Administrasi		10.000.000
Jumlah	44.000.000	27.000.000

Sumber : Kursus Y

## B. ANALISIS DATA

I. Untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua adalah sebagai berikut:

Langkah- langkah penentuan tarif berdasarkan kajian teori :

1. Menghitung prosentase penjualan

Setelah diketahui jumlah biaya non produksi, maka selanjutnya dilakukan perhitungan mengenai prosentase penjualan dengan cara mengalikan jumlah jam pertemuan dengan paket penjualan dan kemudian hasilnya dibagi dengan total penjualan. Perhitungan ini berguna untuk mengetahui berapa alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level.

2. Menghitung alokasi biaya non produksi

Perhitungan alokasi biaya non produksi didasarkan pada prosentase penjualan dan jumlah total biaya non produksi. Dengan cara prosentase penjualan dari masing-masing level dikalikan dengan total biaya non produksi sehingga diketahui berapa jumlah alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level.

3. Menghitung pembebanan biaya non produksi untuk masing-masing peserta.

Setelah diketahui jumlah alokasi biaya non produksi untuk masing-masing level maka dapat dihitung pembebanan biaya non produksi untuk masing-masing peserta dengan cara membagi alokasi biaya dengan jumlah peserta pada masing-masing level.

4. Menghitung pembebanan biaya non produksi.

Biaya produksi dihitung berdasar jumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam tiap pertemuan atau berapa biaya yang dibebankan kepada siswa dalam tiap levelnya.

5. Menghitung biaya penuh.

Setelah diketahui berapa pembebanan biaya non produksi dan pembebanan biaya produksi maka dapat diketahui jumlah biaya penuh untuk masing-masing level.

6. Laba yang diharapkan.

Untuk mengetahui berapa jumlah laba yang diharapkan, perlu diketahui terlebih dahulu berapa prosentase *Return on investment* dari kursus X dan Y.

Perhitungan ROI sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Total aktiva}}$$

Setelah diketahui berapa prosentase ROI maka dapat dihitung besarnya laba yang diharapkan dengan mengalikan total biaya penuh dengan prosentase ROI.

7. Menghitung Besarnya prosentase mark up

Perhitungan mark up didasarkan pada jumlah biaya produksi, non produksi dan laba yang diharapkan. Cara menentukan mark up adalah

dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dan biaya non produksi kemudian membagi hasilnya dengan biaya produksi maka akan didapatkan prosentase mark up.

8. Menentukan tarif

Dari langkah-langkah perhitungan di atas maka akan didapat tarif berdasarkan kajian teori yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi dengan jumlah mark up. Jumlah mark up didapat dengan mengalikan prosentase mark up dengan biaya produksi, sehingga didapat berapa tarif yang seharusnya ditetapkan untuk masing-masing level.

- I. Untuk menjawab rumusan masalah pertama langkah-langkah perhitungan dapat dilihat dalam tabel- tabel yang telah disusun di bawah ini :

**KURSUS X**

Dalam menghitung jumlah prosentase penjualan selama tahun 2001 dapat dicari dengan mengalikan antara waktu yang dibutuhkan dengan jumlah paket yang terjual sehingga akan diketahui berapa penjualan selama tahun 2001. Prosentase penjualan kemudian dapat dihitung dengan membagi penjualan dari masing-masing level dengan jumlah total penjualan dikalikan 100%. Untuk informasi mengenai waktu yang dibutuhkan dan peket penjualan dapat dilihat pada Tabel V. 2. Berikut tabel perhitungan prosentase penjualan dapat dilihat pada Tabel V. 9 :

Tabel V. 9

## Hasil Perhitungan Prosentase Penjualan

Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Waktu yang Dibutuhkan (dalam jam ) (1)	Paket Penjualan (2)	Penjualan (dalam jam) (3)=(1)x(2)	Prosentase penjualan (dalam % ) (4)*
Elementary	37,5	16	600	9,78
Intermediate	37,5	14	525	8,55
Pre-Advance	37,5	12	450	7,33
Advance	22,5	12	270	4,40
I	40,5	20	810	13,20
II	40,5	22	891	14,52
III	40,5	20	810	13,20
IV	40,5	18	729	11,88
V	40,5	14	567	9,24
VI	40,5	12	486	7,92
		Jumlah	6.138	

$$(4)=(3) / 6.138 \times 100$$

Untuk mengetahui berapa alokasi biaya yang akan dibebankan kepada masing-masing siswa dapat dihitung dengan mengalikan prosentase penjualan dengan jumlah biaya non produksi. Jumlah biaya non produksi sebesar Rp. 70928619. Data jumlah biaya non produksi dapat dilihat pada tabel V. 7. Berikut tabel V.10 yang merupakan hasil perhitungan alokasi biaya non produksi :

Tabel V. 10  
 Hasil Perhitungan Alokasi Biaya non Produksi  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Prosentase Penjualan (dalam % ) (1)	Alokasi Biaya (dalam Rp) (3)=(1)x(2)*
Elementary	9,78	6.933.393,84
Intermediate	8,55	6.066.719,61
Pre-Advance	7,33	5.200.045,38
Advance	4,40	3.120.027,22
I	13,20	9.360.081,68
II	14,52	10.296.089,85
III	13,20	9.360.081,68
IV	11,88	8.424.073,51
V	9,24	6.552.057,18
VI	7,92	5.616.049,01

\* (2) = (1) x Rp. 70.928.619/100

Biaya non produksi per siswa dapat dihitung dengan membagi antara jumlah alokasi biaya dari masing-masing level dengan jumlah siswa seluruhnya. Data alokasi biaya dapat dilihat pada Tabel V. 10 dan data mengenai jumlah siswa dapat dilihat pada Tabel V. 2. Untuk perhitungan biaya non produksi per siswa dapat dilihat pada Tabel V. 11 berikut ini :

Tabel V. 11  
 Hasil Perhitungan Biaya Non Produksi per Siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Alokasi Biaya (dalam Rp) (1)	Jumlah Siswa (2)	Biaya Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)/(2)
Elementary	EC	6.933.393,84	343	20.213,98
Intermediate	EC	6.066.719,61	255	23.791,06
Pre-Advance	EC	5.200.045,38	182	28.571,68
Advance	EC	3.120.027,23	151	20.662,43
I	GE	9.360.081,69	398	23.517,79
II	GE	10.296.089,85	413	24.930,00
III	GE	9.360.081,69	281	33.309,90
IV	GE	8.424.073,52	355	23.729,78
V	GE	6.552.057,18	270	24.266,88
VI	GE	5.616.049,01	242	23.206,81

Perhitungan biaya produksi untuk biaya gaji pengajar dapat dihitung dengan mengalikan jumlah pertemuan dari masing-masing level dengan biaya gaji satu kali pertemuan untuk program *English Conversation* sebesar Rp. 30.000 dan untuk program *General English* yaitu sebesar Rp. 35.000, kemudian hasilnya dibagi dengan jumlah siswa rata-rata satu kelas yaitu 13 siswa untuk program *English Conversation* dan untuk program *General English* dibagi dengan 15 siswa . Peneliti membagi dengan jumlah rata-rata kelas dalam perhitungan ini karena dalam jumlah tenaga pengajar yang digunakan per level bukan hanya satu sehingga tidak mungkin bila harus dibagi dengan seluruh jumlah siswa. Berikut hasil perhitungan biaya yang dibebankan kepada masing-masing siswa untuk biaya gaji pengajar dapat dilihat pada Tabel V. 12 :

Tabel V. 12  
 Hasil Perhitungan Biaya Produksi  
 Biaya Gaji Pengajar per siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Jumlah Pertemuan	Biaya per level (dalam Rp)	Biaya per siswa (dalam Rp)
Elementary	EC	25	750.000	57.692,31
Intermediate	EC	25	750.000	57.692,31
Pre-Advance	EC	25	750.000	57.692,31
Advance	EC	15	450.000	34.615,38
I	GE	27	945.000	63.000
II	GE	27	945.000	63.000
III	GE	27	945.000	63.000
IV	GE	27	945.000	63.000
V	GE	27	945.000	63.000
VI	GE	27	945.000	63.000

Untuk biaya bagian pengajaran dibebankan ke masing-masing siswa untuk program *English Conversation* level Elementary, Intermediate, dan Pre Advance sebesar Rp. 5.000, sedangkan untuk level Advance dibebankan sebesar 10.000. Untuk program *General English* level I sampai IV sebesar Rp. 5.000 dan untuk level V dan VI dibebankan sebesar Rp. 10.000. Data biaya pengajaran dapat dilihat pada Tabel V. 13 berikut ini :

Tabel V. 13  
 Hasil Perhitungan Biaya Produksi  
 Bagian Pengajaran per Siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Pengajaran Per siswa (dalam Rp)
Elementary	EC	5.000
Intermediate	EC	5.000
Pre-Advance	EC	5.000
Advance	EC	10.000
I	GE	5.000
II	GE	5.000
III	GE	5.000
IV	GE	5.000
V	GE	10.000
VI	GE	10.000

Total biaya Produksi per siswa adalah jumlah dari biaya gaji pengajar per siswa yang ada pada Tabel V.12 dengan jumlah biaya pengajaran yang dapat dilihat pada Tabel V. 13. Hasil perhitungan total biaya produksi per siswa akan disajikan pada Tabel V. 14 dibawah berikut ini :

Tabel V. 14

Hasil Perhitungan Total Biaya Produksi per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Gaji Instruktur Per siswa (dalam Rp) (1)	Biaya Pengajaran Per siswa (dalam Rp) (2)	Total Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
Elementary	EC	57.692,31	5.000	62.692,31
Intermediate	EC	57.692,31	5.000	62.692,31
Pre-Advance	EC	57.692,31	5.000	62.692,31
Advance	EC	34.615,38	10.000	44.615,38
I	GE	63.000	5.000	68.000
II	GE	63.000	5.000	68.000
III	GE	63.000	5.000	68.000
IV	GE	63.000	5.000	68.000
V	GE	63.000	10.000	73.000
VI	GE	63.000	10.000	73.000

Biaya penuh adalah jumlah dari biaya produksi dan biaya non produksi. Untuk jumlah biaya produksi merupakan akumulasi dari biaya gaji pengajar dan biaya pengajaran per siswa yang dapat dilihat pada tabel V. 14. Untuk data biaya non produksi per siswa dapat dilihat pada Tabel V.11. Di bawah ini akan disajikan hasil perhitungan biaya penuh pada Tabel V. 15 :

Tabel V. 15  
 Hasil Perhitungan Biaya Penuh per Siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (1)	Biaya non produksi Per siswa (dalam Rp) (2)	Biaya Penuh Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
Elementary	EC	62.692,31	20.213,98	82.906,28
Intermediate	EC	62.692,31	23.791,06	86.483,36
Pre-Advance	EC	62.692,31	28.571,68	91.263,99
Advance	EC	44.615,38	20.662,43	65.277,82
I	GE	68.000	23.517,79	91.517,79
II	GE	68.000	24.930,00	92.930,00
III	GE	68.000	33.309,90	101.309,90
IV	GE	68.000	23.729,78	91.729,78
V	GE	73.000	24.266,88	97.266,88
VI	GE	73.000	23.206,81	96.206,81

Laba yang diharapkan dapat diperoleh dengan mengalikan ROI dengan biaya penuh. Untuk perhitungan biaya penuh dapat dilihat pada Tabel V. 15. ROI dapat diperoleh dari :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Total Aktiva}}$$

Berikut perhitungan ROI untuk program *English Conversation* dan *General English* :

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= 47.142.344,02 / 24.501.258 \times 100 \\ &= 192,407\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Laba yang diharapkan disajikan dalam Tabel V. 16 berikut ini :

Tabel V. 16

Hasil Perhitungan Laba yang diharapkan per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Penuh Per siswa (dalam Rp) (1)	Labanya yang Diharapkan Per siswa (dalam Rp) (2)=(1)x ROI
Elementary	EC	82.906,28	159.519,98
Intermediate	EC	86.483,36	166.402,64
Pre-Advance	EC	91.263,99	175.601,03
Advance	EC	65.277,82	125.601,05
I	GE	91.517,79	176.089,39
II	GE	92.930,00	178.806,61
III	GE	101.309,90	194.930,38
IV	GE	91.729,78	176.497,28
V	GE	97.266,88	187.151,20
VI	GE	96.206,81	185.111,53

$$\text{ROI} = 192,407\%$$

Perhitungan Mark Up per siswa adalah dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi per siswa kemudian hasilnya dibagi dengan biaya produksi per siswa. Untuk data laba yang diharapkan, biaya non produksi, dan biaya produksi dapat dilihat pada Tabel V. 16, Tabel V. 11 dan Tabel V. 14. Berikut ini disajikan hasil perhitungan mark up per siswa pada tabel V. 17:

Tabel V. 17  
 Hasil Perhitungan Prosentase Mark up per Siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Laba yang Diharapkan Per siswa (dalam Rp) (1)	Biaya non Produksi Per siswa (dalam Rp) (2)	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (3)	Mark Up Per siswa (dalam %) (4)=(1)+(2)/(3)
Elementary	EC	159.519,98	20.213,98	62.692,31	286,69
Intermediate	EC	166.402,64	23.791,06	62.692,31	303,38
Pre-Advance	EC	175.601,03	28.571,68	62.692,31	325,67
Advance	EC	125.601,05	20.662,43	44.615,38	327,83
I	GE	176.089,39	23.517,79	68.000	293,54
II	GE	178.806,61	24.930,00	68.000	299,61
III	GE	194.930,38	33.309,90	68.000	335,65
IV	GE	176.497,28	23.729,78	68.000	294,45
V	GE	187.151,20	24.266,88	73.000	289,61
VI	GE	185.111,53	23.206,81	73.000	285,37

Setelah dilakukan langkah-langkah dari tabel-tabel diatas, maka langkah berikutnya adalah menghitung jumlah mark up per siswa yaitu dengan mengalikan biaya produksi (Tabel V.14) dengan prosentase Mark up (Tabel V.17) per siswa. Untuk Tabel hasil perhitungan jumlah Mark up per siswa dapat dilihat pada Tabel V. 18 berikut ini :

Tabel V. 18

Hasil Perhitungan jumlah mark up per siswa

Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (1)	Mark Up Per siswa (dalam %) (2)	Jumlah Mark Up Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)x (2)
Elementary	EC	62.692,31	286,69	179.733,96
Intermediate	EC	62.692,31	303,38	190.193,70
Pre-Advance	EC	62.692,31	325,67	204.172,71
Advance	EC	44.615,38	327,83	146.263,48
I	GE	68.000	293,54	199.607,18
II	GE	68.000	299,61	203.736,61
III	GE	68.000	335,65	228.240,28
IV	GE	68.000	294,45	200.227,06
V	GE	73.000	289,61	211.418,08
VI	GE	73.000	285,37	208.318,35

Setelah dilakukan langkah-langkah dari tabel-tabel diatas, maka langkah terakhir adalah menghitung tarif. Yaitu dengan cara menjumlahkan antara biaya produksi dengan mark up. Perhitungan biaya produksi dan jumlah mark up sebelumnya dapat dilihat pada Tabel V 14. dan Tabel V. 18. Untuk tabel hasil perhitungan tarif yang harus dibebankan ke masing-masing siswa dapat dilihat pada Tabel V. 19 berikut ini :

Tabel V. 19  
 Hasil Perhitungan tarif per Siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (1)	Jumlah Mark up Per siswa (dalam Rp) (2)	Tarif Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
Elementary	EC	62.692,31	179.733,96	242.426,26
Intermediate	EC	62.692,31	190.193,70	252.886,01
Pre-Advance	EC	62.692,31	204.172,71	266.865,02
Advance	EC	44.615,38	146.263,48	190.878,86
I	GE	68.000	199.607,18	267.607,18
II	GE	68.000	203.736,61	271.736,61
III	GE	68.000	228.240,28	296.240,28
IV	GE	68.000	200.227,06	268.227,06
V	GE	73.000	211.418,08	284.418,08
VI	GE	73.000	208.318,35	281.318,35

II. Untuk menjawab rumusan masalah kedua langkah-langkah perhitungannya adalah sebagai berikut :

### **KURSUS Y**

Langkah- langkah perhitungan prosentase penjualan sama dengan langkah pada perhitungan Tabel V. 9. yaitu dengan mengalikan waktu yang dibutuhkan dengan paket penjualan sehingga diperoleh jumlah penjualan. Setelah itu mencari prosentase penjualan dengan cara membagi penjualan per level dengan Jumlah total penjualan. Informasi mengenai waktu yang dibutuhkan dan paket penjualan dapat dilihat pada Tabel V. 5. Berikut tabel perhitungan prosentase penjualan pada kursus Y pada Tabel V. 20 :

Tabel V. 20  
 Hasil Perhitungan Prosentase Penjualan  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Waktu yang dibutuhkan (dalam jam) (1)	Paket Penjualan (2)	Penjualan (dalam jam) (3)=(1)x (2)	Prosentase Penjualan (dalam %) (4)*
I	EC	30	64	1.920	23,93
II	EC	30	62	1.860	23,18
III	EC	30	30	900	11,21
IV	EC	30	9	270	3,36
I	GE	37,5	28	1.050	13,08
II	GE	37,5	28	1.050	13,08
III	GE	37,5	8	300	3,74
IV	GE	37,5	8	300	3,74
V	GE	37,5	6	225	2,80
VI	GE	37,5	4	150	1,87
				8.025	

$$*(4) = (3) / 8.025 \times 100$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung alokasi biaya non produksi dengan cara mengalikan prosentase penjualan dengan jumlah total biaya non produksi sebesar Rp. 27.000.000 (tabel V.8). Tabel hasil perhitungan biaya non produksi ada pada Tabel V. 21 berikut ini :

Tabel V. 21  
 Hasil Perhitungan Alokasi Biaya non Produksi  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Prosentase Penjualan (dalam %) (1)	Alokasi Biaya (dalam Rp) (3)=(1)x Rp.27.000.000
I	EC	23,93	6.459.813,08
II	EC	23,18	6.257.943,92
III	EC	11,21	3.028.037,38
IV	EC	3,36	908.411,21
I	GE	13,08	3.532.710,28
II	GE	13,08	3.532.710,28
III	GE	3,74	1.009.345,79
IV	GE	3,74	1.009.345,79
V	GE	2,80	757.009,34
VI	GE	1,87	504.672,89

Kemudian setelah diketahui jumlah alokasi biaya non produksi (Tabel V. 21). Langkah selanjutnya adalah menghitung berapa biaya non produksi yang dibebankan per siswa. Perhitungannya adalah dengan membagi jumlah alokasi biaya dengan jumlah siswa (Tabel V. 5), sehingga diketahui jumlah biaya non produksi yang harus dibebankan ke masing-masing siswa. Berikut tabel hasil perhitungan biaya non produksi per siswa pada Tabel V. 22 :

Tabel V. 22

Hasil Perhitungan Biaya Non produksi per siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Alokasi Biaya (dalam Rp) (1)	Jumlah siswa (2)	Biaya per siswa (dalam Rp) (3)=(1)/(2)
I	EC	6.459.813,08	382	16.910,51
II	EC	6.257.943,92	374	16.732,47
III	EC	3.028.037,38	189	16.021,36
IV	EC	908.411,21	52	17.469,45
I	GE	3.532.710,28	196	18.024,03
II	GE	3.532.710,28	194	18.209,85
III	GE	1.009.345,79	47	21.475,44
IV	GE	1.009.345,79	47	21.475,44
V	GE	757.009,34	34	22.264,98
VI	GE	504.672,89	21	24.032,04

Setelah diketahui biaya non produksi yang harus dibebankan per siswa, langkah selanjutnya adalah menghitung biaya produksi. Disini biaya produksi ada dua yaitu pada biaya gaji instruktur dan biaya penggunaan ruangan. Untuk perhitungan biaya gaji instruktur yang harus dibebankan ke masing-masing siswa yaitu dengan mengalikan jumlah pertemuan dengan gaji instruktur. Gaji instruktur dalam setiap



pertemuan untuk program *English Conversation* sebesar Rp. 10.000 dan untuk program *General English* sebesar Rp. 15.000. Setelah itu hasil perkalian tersebut dibagi dengan jumlah rata-rata kelas yaitu sebanyak 10 siswa untuk dua program tersebut. Berikut tabel perhitungan biaya gaji instruktur Tabel V. 23 :

Tabel V. 23  
 Hasil Perhitungan Biaya Produksi  
 Untuk biaya Gaji Instruktur per siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Jumlah Pertemuan	Biaya gaji instruktur (dalam Rp)	Biaya Per siswa (dalam Rp)
I	EC	20	200.000	20.000
II	EC	20	200.000	20.000
III	EC	20	200.000	20.000
IV	EC	20	200.000	20.000
I	GE	22	330.000	33.000
II	GE	22	330.000	33.000
III	GE	22	330.000	33.000
IV	GE	22	330.000	33.000
V	GE	22	330.000	33.000
VI	GE	22	330.000	33.000

Perhitungan biaya produksi selanjutnya adalah untuk biaya penggunaan ruangan. Untuk biaya penggunaan ruangan ini telah ditetapkan untuk masing-masing siswa dibebankan sesuai dengan yang dibebankan oleh kursus Y. Untuk lebih jelasnya mengenai pembebanan biaya penggunaan ruangan dapat dilihat pada Tabel V. 24

Tabel V. 24  
 Hasil Perhitungan Biaya Produksi  
 Bagian Penggunaan Ruang per siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Penggunaan Ruang Per siswa (dalam Rp)
I	EC	20.000
II	EC	20.000
III	EC	30.000
IV	EC	30.000
I	GE	15.000
II	GE	15.000
III	GE	17.000
IV	GE	17.000
V	GE	18.000
VI	GE	18.000

Total biaya produksi ini merupakan jumlah dari pembebanan biaya gaji instruktur yang dapat dilihat pada Tabel V. 23 dan pembebanan biaya penggunaan ruangan yang dapat dilihat pada Tabel V. 24. Sedangkan untuk hasil perhitungan total biaya produksi dapat dilihat pada Tabel V. 25 berikut ini :

Tabel V. 25  
 Hasil Perhitungan Total Biaya Produksi per siswa  
 Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Gaji Instruktur Per siswa (dalam Rp) (1)	Biaya penggunaan ruangan per siswa (dalam Rp) (2)	Total Biaya produksi Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
I	EC	20.000	20.000	40.000
II	EC	20.000	20.000	40.000
III	EC	20.000	30.000	50.000
IV	EC	20.000	30.000	50.000
I	GE	33.000	15.000	48.000
II	GE	33.000	15.000	48.000
III	GE	33.000	17.000	50.000
IV	GE	33.000	17.000	50.000
V	GE	33.000	18.000	51.000
VI	GE	33.000	18.000	51.000

Langkah selanjutnya adalah menghitung biaya penuh yaitu jumlah biaya non produksi per siswa dengan total biaya produksi. Informasi mengenai jumlah biaya non produksi per siswa dapat dilihat pada Tabel V.22 dan untuk informasi total biaya produksi dapat dilihat pada Tabel V. 25. Berikut hasil perhitungan biaya penuh per siswa dapat dilihat pada Tabel V. 26 :

Tabel V. 26  
Hasil Perhitungan Biaya Penuh per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Total biaya produksi per siswa (dalam Rp) (1)	Total biaya non produksi per siswa (dalam Rp) (2)	Biaya Penuh Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
I	EC	40.000	16.910,51	56.910,51
II	EC	40.000	16.732,47	56.732,47
III	EC	50.000	16.021,36	66.021,36
IV	EC	50.000	17.469,45	67.469,45
I	GE	48.000	18.024,03	66.024,03
II	GE	48.000	18.209,85	66.209,85
III	GE	50.000	21.475,44	71.475,44
IV	GE	50.000	21.475,44	71.475,44
V	GE	51.000	22.264,98	73.264,98
VI	GE	51.000	24.032,04	75.032,04

Setelah diketahui jumlah biaya penuh (Tabel V. 26), kemudian dapat dicari berapa laba yang diharapkan yaitu dihitung dengan mengalikan jumlah biaya penuh dengan ROI. Perhitungan ROI adalah sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Total aktiva}}$$

$$\text{ROI} = 150.000.000 / 145.000.000 \times 100$$

$$= 103.45 \%$$

Berikut Tabel hasil perhitungan laba yang diharapkan per siswa :

Tabel V. 27

Hasil Perhitungan Laba yang diharapkan per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Penuh Per siswa (dalam Rp) (1)	Laba Yang diharapkan Per siswa (dalam Rp) (2)=(1)x ROI
I	EC	56.910,51	58873,92
II	EC	56.732,47	58.689,74
III	EC	66.021,36	68.299,10
IV	EC	67.469,45	69.797,14
I	GE	66.024,03	68.301,86
II	GE	66.209,85	68.494,09
III	GE	71.475,44	73.941,35
IV	GE	71.475,44	73.941,35
V	GE	73.264,98	75.792,62
VI	GE	75.032,04	77.620,65

$$\text{ROI} = 103,45\%$$

Setelah diketahui jumlah laba yang diharapkan, dapat dihitung berapa jumlah prosentase mark up. Prosentase Mark up ini nantinya akan digunakan untuk menghitung tarif dengan menjumlahkannya dengan biaya produksi. Prosentase Mark up dihitung dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi

kemudian hasilnya dibagi dengan biaya produksi. Data mengenai laba yang diharapkan dapat dilihat pada Tabel V. 28 dan untuk data biaya non produksi dapat dilihat pada Tabel V. 23, sedangkan informasi mengenai total biaya produksi ada pada Tabel V. 25. Berikut disajikan hasil perhitungan prosentase Mark up per siswa pada Tabel V. 28 :

Tabel V. 28  
Hasil Perhitungan Prosentase Mark up per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Laba yang diharapkan per siswa (dalam Rp) (1)	Biaya non produksi per siswa (dalam Rp) (2)	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (3)	Prosentase Mark up per siswa (dalam %) (4)=(1)+(2)/(3)
I	EC	58873,92	16.910,51	40.000	189,46
II	EC	58.689,74	16.732,47	40.000	188,56
III	EC	68.299,10	16.021,36	50.000	168,64
IV	EC	69.797,14	17.469,45	50.000	174,53
I	GE	68.301,86	18.024,03	48.000	179,85
II	GE	68.494,09	18.209,85	48.000	180,63
III	GE	73.941,35	21.475,44	50.000	190,83
IV	GE	73.941,35	21.475,44	50.000	190,83
V	GE	75.792,62	22.264,98	51.000	192,27
VI	GE	77.620,65	24.032,04	51.000	199,32

Jumlah Mark up adalah hasil dari biaya produksi dikalikan dengan prosentase Mark up, sehingga diketahui berapa jumlah Mark up dalam rupiah yang nantinya akan digunakan sebagai penambah biaya produksi untuk menghasilkan jumlah tarif berdasarkan kajian teori. Informasi mengenai biaya produksi dapat dilihat pada Tabel

V. 25 dan prosentase Mark up dapat dilihat pada Tabel V. 28. Berikut adalah hasil perhitungan jumlah Mark up per siswa pada Tabel V. 29 :

Tabel V. 29  
Hasil Perhitungan jumlah Mark up per Siswa  
Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (1)	Prosentase mark up per siswa (dalam %) (2)	Jumlah Mark up Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)x(2)
I	EC	40.000	189,46	75.784,42
II	EC	40.000	188,56	75.422,21
III	EC	50.000	168,64	84.320,46
IV	EC	50.000	174,53	87.266,59
I	GE	48.000	179,85	86.325,89
II	GE	48.000	180,63	86.703,93
III	GE	50.000	190,83	95.416,79
IV	GE	50.000	190,83	95.416,79
V	GE	51.000	192,27	98.057,60
VI	GE	51.000	199,32	101.652,69

Langkah terakhir adalah mencari jumlah tarif berdasarkan hasil perhitungan-perhitungan di atas. Perhitungan tarif per siswa dapat dicari dengan menjumlahkan biaya produksi dengan jumlah Mark up per siswa. Tabel biaya produksi per siswa sebelumnya dapat dilihat pada Tabel V. 25, untuk jumlah mark up per siswa terdapat pada Tabel V. 29. Berikut hasil perhitungan tarif per siswa berdasarkan kajian teori dapat dilihat pada Tabel V. 30 :

Tabel V. 30  
 Hasil Perhitungan Tarif per Siswa

Program *English Conversation* dan *General English*

Level	Kode	Biaya Produksi Per siswa (dalam Rp) (1)	Jumlah Mark up Per siswa (dalam Rp) (2)	Tarif Per siswa (dalam Rp) (3)=(1)+(2)
I	EC	40.000	75.784,42	115.784,42
II	EC	40.000	75.422,21	115.422,21
III	EC	50.000	84.320,46	134.320,46
IV	EC	50.000	87.266,59	137.266,59
I	GE	48.000	86.325,89	134.325,89
II	GE	48.000	86.703,93	134.703,93
III	GE	50.000	95.416,79	145.416,79
IV	GE	50.000	95.416,79	145.416,79
V	GE	51.000	98.057,60	149.057,60
VI	GE	51.000	101.652,69	152.652,69

Selanjutnya setelah didapat hasil perhitungan tarif berdasarkan metode *cost plus pricing*. Kita akan melihat apakah tarif yang ditetapkan oleh kursus “X” dan kursus “Y” sudah tepat yaitu dengan menggunakan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.

Berikut langkah-langkah pengujian yang dilakukan :

- a) Menyatakan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$H_0$  menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara tarif yang ditetapkan kursus X dengan kajian teori.

$H_1$  menyatakan ada perbedaan yang signifikan antara tarif yang ditetapkan kursus X dengan kajian teori.

- b) Menetapkan taraf signifikansi 5 %.

- c) Menentukan besar dan tanda perbedaan antara pasangan data yaitu dengan mencari selisih untuk setiap pasang dan beda ini bisa positif dan bisa negatif.
- d) Menyusun peringkat perbedaan tanpa memperhatikan tandanya dari yang terkecil sampai yang terbesar. Peringkat 1 diberikan untuk perbedaan yang terkecil, peringkat 2 diberikan untuk nilai terkecil selanjutnya, dan seterusnya.
- e) Pemberian tanda positif atau negatif atas peringkat yang telah ditetapkan. Beda 0 tidak diperhatikan.
- f) Menjumlahkan semua peringkat positif dan semua tanda negatif. Nilai yang terkecil dari kedua hasil penjumlahan ditetapkan sebagai nilai hitung T.
- g) Penarikan kesimpulan, jika nilai hitung T sama atau lebih kecil dari nilai tabel T maka hipotesis nol harus ditolak.

A. Berikut tabel perhitungan ketepatan tarif kursus “X” untuk program *General English* dan *English Conversation*.

Tabel V. 31  
Perhitungan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Level	Tarif yang ditetapkan kursus X (dalam Rp) (1)	Tarif berdasarkan Kajian teori (dalam Rp) (2)	Perbedaan Nilai (dalam Rp) (3)=(1)-(2)	Peringkat data tanpa tanda	Peringkat Bertanda positif	Peringkat Bertanda negatif
Elementary	160.000	242.426,26	-82.426,26	2		-2
Intermediate	170.000	252.886,01	-82.886,01	3		-3
Pre-Advance	180.000	266.865,02	-86.865,02	4		-4
Advance	130.000	190.878,86	-60.878,86	1		-1
I	110.000	267.607,18	-157.607,18	8		-8
II	110.000	271.736,61	-161.736,61	9		-9
III	120.000	296.240,28	-176.240,28	10		-10
IV	120.000	268.227,06	-148.227,06	5		-5
V	130.000	284.418,08	-154.418,08	7		-7
VI	130.000	281.318,35	-151.318,35	6		-6
			Jumlah		0	55

Nilai T hitung yang digunakan adalah nilai yang terkecil yaitu 0. Karena nilai T hitung lebih kecil dari tabel  $T_{0,05;10} = 8$ , maka hipotesis nol harus ditolak.

Kesimpulan : tarif yang ditetapkan oleh kursus X tidak tepat jika dibandingkan dengan kajian teori. Tarif yang ditetapkan oleh kursus X terlalu rendah jika dibandingkan tarif yang diperoleh berdasarkan kajian teori.

B. Untuk mengetahui ketepatan tarif pada kursus “Y” langkah-langkah yang dilakukan sama dengan langkah-langkah pada kursus “X”. Berikut tabel perhitungan untuk program *General English* dan *English Conversation* :

Tabel V. 32  
Tabel Perhitungan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Level	Tarif yang ditetapkan kursus Y (dalam Rp)	Tarif berdasarkan kajian teori (dalam Rp)	Perbedaan Nilai (dalam Rp)	Peringkat data tanpa tanda	Peringkat Bertanda positif	Peringkat Bertanda negatif
I	225.000	115.784,42	109.215,58	7	7	
II	225.000	115.422,21	109.577,79	8	8	
III	250.000	134.320,46	115.679,54	10	10	
IV	250.000	137.266,59	112.733,41	9	9	
I	200.000	134.325,89	65.674,11	2	2	
II	200.000	134.703,93	65.296,07	1	1	
III	225.000	145.416,79	79.583,21	3,5	3,5	
IV	225.000	145.416,79	79.583,21	3,5	3,5	
V	250.000	149.057,60	100.942,40	6	6	
VI	250.000	152.652,69	97.347,31	5	5	
			Jumlah		55	0

Karena nilai T hitung yang terkecil adalah 0 dan nilai ini lebih kecil dari nilai T tabel  $T_{0,05;10} = 8$ , maka hipotesis nol harus ditolak.

Kesimpulannya : tarif yang ditetapkan oleh kursus Y tidak tepat jika dibandingkan dengan kajian teori. Tarif yang ditetapkan oleh kursus Y terlalu tinggi jika dibandingkan dengan perhitungan tarif berdasarkan hasil kajian teori.

II. Untuk menjawab rumusan masalah ketiga.

Menguji ketepatan tarif antara tarif yang ditetapkan kursus X dengan kajian teori berdasar Uji Mann Whitney:

a. Menyatakan hipotesis nol

$H_0$  menyatakan jumlah siswa kursus "X" tidak lebih banyak dibandingkan jumlah siswa kursus "Y".

$H_1$  menyatakan jumlah siswa kursus "X" lebih banyak dibandingkan jumlah siswa kursus "Y".

b. Menetapkan taraf signifikansi 5%

c. Menyusun peringkat data tanpa memperhatikan kategori sampel dari tarif yang terkecil diberi angka 1 dan yang lebih besar diberi angka 2 dan seterusnya.

d. Menjumlah peringkat data menurut kategori sampel.

e. Menghitung statistik U melalui rumus berikut :

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Nilai U yang dipilih dalam pengujian hipotesa adalah nilai U yang terkecil.

f. Penarikan kesimpulan statistik mengenai hipotesis nol

Aturannya ialah tolak  $H_0$  jika test statistik U sama atau lebih kecil dari nilai dalam table U.

Berikut tabel perhitungan data dapat dilihat pada Tabel V. 51 :

Tabel V. 51  
Tabel Rank Mann Whitney

Level		Kursus X	Rank	Level	Kursus Y	Rang
I	GE	398	19	I	196	6
II	GE	413	20	II	194	5
III	GE	381	17	III	47	3.5
IV	GE	355	15	IV	47	3.5
V	GE	270	13	V	34	2
VI	GE	242	11	VI	21	1
I	EC	343	14	I	382	18
II	EC	255	12	II	374	16
III	EC	182	7	III	189	8
IV	EC	151	6	IV	52	5
$n_1=10$			$R_1=134$	$N_2=10$		$R_2=76$

Nilai Statistik U :

$$\begin{aligned}
 U_1 &= 10 \times 10 + \frac{10(10+1)}{2} - 134 \\
 &= 100 + 55 - 134 \\
 &= 21
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}U_2 &= 10 \times 10 + \frac{10(10 + 1)}{2} - 76 \\ &= 100 + 55 - 76 \\ &= 79\end{aligned}$$

Keputusannya adalah  $H_0$  ditolak karena nilai statistik U yang terkecil = 21, lebih kecil dari nilai kritis  $U_{0,05;10;10}=27$ . Berarti jumlah siswa kursus X lebih banyak dibanding kursus Y.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data pada Lembaga kursus bahasa Inggris yakni tempat kursus X (yang sudah berdiri 20 tahun) dan tempat kursus Y (yang baru berdiri lebih kurang satu tahun) yang ada di Yogyakarta, penulis menarik kesimpulan bahwa tarif yang ditetapkan baik di tempat kursus X maupun tempat kursus Y tidak tepat. Bila dilihat dari data yang diperoleh tarif yang ditetapkan oleh kursus X terlalu rendah jika dibandingkan dengan hasil perhitungan berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Sedangkan pada tempat kursus Y tarif yang ditetapkan justru terlalu tinggi jika dibandingkan dengan hasil perhitungan berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Untuk jumlah siswa, dari hasil analisis Uji Mann Whitney tampak bahwa jumlah siswa di tempat kursus X lebih banyak dibanding tempat kursus Y.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih memiliki banyak keterbatasan, yaitu :

- a) Penulis tidak dapat memeriksa kebenaran data yang diperoleh dari kedua tempat kursus.
- b) Penulis tidak dapat menganalisis seluruh program yang ditawarkan oleh kedua tempat kursus.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penulis mencoba memberikan saran yang dapat digunakan sebagai acuan bagi kursus X dan kursus Y dalam penentuan tarif kursus bahasa Inggris. Kursus X dan kursus Y dapat tetap menggunakan tarif yang telah ditetapkan selama ini. Namun tidak ada salahnya apabila kursus X dan kursus Y mempertimbangkan besarnya tarif berdasarkan pendekatan *full costing* sebagai bahan perencanaan dan pengendalian biaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert.N; Dearden, John & Bedford, Norton.M. (1993). *Sistem Pengendalian Manajemen.*( Agus Maulana : Penterjemah). Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Garrison, Ray. H. (1989). *Akuntansi Manajemen : Konsep-konsep Untuk Perencanaan, Pengendalian, dan Pengambilan Keputusan.* ( Drs. Bambang Purnomosidhi, Ak : Penterjemah).Yogyakarta: AKI Group.
- Halim, Abdul & Supomo, Bambang. (1990). *Akuntansi Manajemen.* Yogyakarta: BPFE.
- Mas'Ud. MC. (1984). *Akuntansi Manajemen.* Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa.* Yogyakarta: STIE YKPN.
- Rayburn, Gayle. (1996). *Akuntansi Biaya.* (Alfonsus Sirait, S.E, M.Bus: Penterjemah). Jakarta: Erlangga.
- Sugiri, Slamet. (1994). *Akuntansi Manajemen.* Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Supriyono. (1997). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok.* Yogyakarta: BPFE.
- Supriyono, R.A. (1989). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen.* Yogyakarta : BPFE.
- Swasta, Basu. (1984). *Azas-Azas Marketing.* Jakarta: Liberty.
- Swasta, Basu & Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern.* Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Winardi. (1991). *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran.* Bandung: Citra Aditya Bakti.

Mulyono, Sri. (1992). *Statistika Untuk Ekonomi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Supranto, J. MA. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

# LAMPIRAN

Distribusi  $U$  dalam pengujian Mann-Whitney

Tabel pengujian satu arah

Nilai  $U$  kritis:  $\alpha = 0,05$  untuk pengujian satu-arah (dan  $\alpha = 0,10$  untuk pengujian dua-arah)

$n_1$	$n_2$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1																					0	0
2						0	0	0	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4
3				0	0	1	2	2	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9	9	10	11	
4			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	15	16	17	18		
5		0	1	2	4	5	6	8	9	11	12	13	15	16	18	19	20	22	23	25		
6		0	2	3	5	7	8	10	12	14	16	17	19	21	23	25	26	28	30	32		
7		0	2	4	6	8	11	13	15	17	19	21	24	26	28	30	33	35	37	39		
8		1	3	5	8	10	13	15	18	20	23	26	28	31	33	36	39	41	44	47		
9		1	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36	39	42	45	48	51	54		
10		1	4	7	11	14	17	20	24	27	31	34	37	41	44	48	51	55	58	62		
11		1	5	8	12	16	19	23	27	31	34	38	42	46	50	54	57	61	65	69		
12		2	5	9	13	17	21	26	30	34	38	42	47	51	55	60	64	68	72	77		
13		2	6	10	15	19	24	28	33	37	42	47	51	56	61	65	70	75	80	84		
14		2	7	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	77	82	87	92		
15		3	7	12	18	23	28	33	39	44	50	55	61	66	72	77	83	88	94	100		
16		3	8	14	19	25	30	36	42	48	54	60	65	71	77	83	89	95	101	107		
17		3	9	15	20	26	33	39	45	51	57	64	70	77	82	89	96	102	109	115		
18		4	9	16	22	28	35	41	48	55	61	68	75	82	88	95	102	109	116	123		
19	0	4	10	17	23	30	37	44	51	58	65	72	80	87	94	101	109	116	123	130		
20	0	4	11	18	25	32	39	47	54	62	69	77	84	92	100	107	115	123	130	138		

Nilai  $U$  kritis:  $\alpha = 0,01$  untuk pengujian satu-arah  
(dan  $\alpha = 0,02$  untuk pengujian dua-arah)

$n_1$	$n_2$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1																						
2														0	0	0	0	0	0	1	1	
3								0	0	1	1	1	2	2	3	3	4	4	4	5		
4						0	1	1	2	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9	10		
5					0	1	2	2	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12	14	16		
6					1	2	3	4	5	7	8	9	10	12	13	15	16	18	20	22		
7					0	1	2	3	5	7	8	11	12	14	16	17	20	22	25	28		
8					0	2	3	4	6	9	11	13	15	17	20	22	25	28	31	34		
9					1	3	4	5	7	11	14	16	18	21	24	27	31	34	38	41		
10					1	3	5	6	8	12	15	18	22	25	29	33	37	41	45	47		
11					1	4	7	8	11	15	18	22	25	31	34	38	42	46	50	53		
12					2	5	8	11	14	17	21	24	28	31	35	38	42	46	50	53		
13		0	2	5	9	12	16	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	63	67		
14		0	2	6	10	13	17	22	26	30	34	38	43	47	51	56	60	65	69	73		
15		0	3	7	11	15	19	24	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80		
16		0	3	7	12	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	82	87		
17		0	4	8	13	18	23	28	33	38	44	49	55	60	66	71	77	82	88	93		
18	0	4	9	14	19	24	30	36	41	47	53	59	65	70	76	82	88	94	100			
19		1	4	9	15	20	26	32	38	44	50	56	63	69	75	82	88	94	101	107		
20		1	5	10	16	22	28	34	40	47	53	60	67	73	80	87	93	100	107	114		

Lampiran 2

Tabel G: Tabel Harga-harga Kritis T Dalam Uji Ranking Bertanda Data Berpasangan Wilcoxon

n	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Sisi		
	.025	.01	.005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Sisi		
	.05	.02	.01
6	0	-	-
7	2	0	-
8	4	2	0
9	6	3	2
10	8	5	3
11	11	7	5
12	14	10	7
13	17	13	10
14	21	16	13
15	25	20	16
16	30	24	20
17	35	28	23
18	40	33	28
19	46	38	32
20	52	43	38
21	59	49	43
22	66	56	49
23	73	62	55
24	81	69	61
25	89	77	68

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Beatrik Nilasari Artati Cahyarini

NIM : 982114065

Adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, telah selesai penelitian di bagian administrasi Lembaga Bahasa Inggris X pada bulan Agustus 2002.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 Maret 2003


Drs. P. Haryanta

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

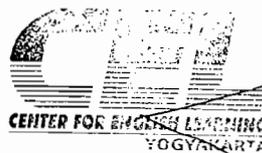
Nama : Beatrik Nilasari Artati Cahyarini

NIM : 982114065

Adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, telah selesai penelitian di bagian administrasi Lembaga Bahasa Inggris Y pada bulan September 2002.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 Maret 2003



*Herrimawan Djarot*  
Herrimawan Djarot. P, S.H

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

1. Nama lengkap : Beatrik Nilasari Artati. C
2. Tempat dan tanggal lahir : Bantul, 12 Agustus 1980
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Status Perkawinan : Belum Menikah
5. Agama : Katolik
6. Alamat Rumah : Jl. Wonosari km 11  
Babadan (01/01), Sitimulyo, Piyungan, Bantul 55792
7. No Telepon : 08121569165

### PENDIDIKAN

1. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 1998-sekarang
2. SMU Stella Duce 1 Yogyakarta 1995-1998
3. SMP Pangudi Luhur 1 Yogyakarta 1992-1995
4. SD Marsudirini Yogyakarta 1986-1992

### PENDIDIKAN LAIN

1. Kursus Komputer MS Excel  
di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2001

## **Daftar Pertanyaan**

### **A. Sejarah Perusahaan**

#### **1. Pendirian Perusahaan**

- a. Kapan perusahaan berdiri ?
- b. Alasan apa yang digunakan dalam pemilihan nama perusahaan ?
- c. Siapa pendiri perusahaan ?
- d. Apakah setelah didirikan perusahaan langsung beroperasi ?
- e. Apakah perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain?

#### **2. Letak Perusahaan**

- a. Apakah alasan perusahaan dalam pemilihan lokasi ?
- b. Berapa luas areal perusahaan ? berapa luas tanah dan luas bangunan?
- c. Apakah perusahaan memiliki lokasi tempat lain ?

#### **3. Bentuk Perusahaan**

- a. Apakah bentuk perusahaan ?
- b. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ?
- c. Bagaimana wewenang, tugas dan tanggung jawab bagian yang ada dalam organisasi ?

### **B. Personalia**

#### **1. Tenaga Kerja**

- a. Berapa jumlah karyawan tetap ?
- b. Berapa jumlah karyawan tidak tetap ?
- c. Berapa jumlah karyawan masing-masing bagian dalam perusahaan ?
- d. Berapa jumlah tenaga pengajar ?
- e. Usaha apa yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas karyawan ?
- f. Bagaimana ketentuan jam kerja karyawan dan tenaga pengajar ?

#### **2. Fasilitas**

- a. Apakah karyawan memperoleh jaminan sosial ?
- b. Apakah setiap karyawan memperoleh tunjangan ?
- c. Apakah ada premi asuransi bagi karyawan ?

### C. Biaya

- a. Bagaimana cara perusahaan menentukan tarif ?
- b. Berapa tarif yang ditetapkan untuk program English Conversation dan English for Children ?
- c. Berapa waktu yang dibutuhkan untuk masing masing program dan level dalam English Conversation dan English for Children ? .
- d. Berapa persentase laba yang diharapkan untuk tahun 2002 ?
- e. Bagaimana sistem penggajian yang digunakan ?
- f. Berapa jumlah gaji tenaga pengajar ?
- g. Berapa jumlah konsumen yang ditarik selama tahun 2001 untuk program English Conversation dan English for Children ?
- h. Biaya- biaya apa saja yang terjadi selama tahun 2001?
- i. Berapa laba operasi tahun 1996 dan persentase kenaikan setiap tahun ?
- j. Berapa jumlah total aktiva tahun 1996 dan kenaikannya setiap tahun ?