

EVALUASI TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

Studi Kasus pada PT Pusakamitra Nusapertiwi

SKRIPSI

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

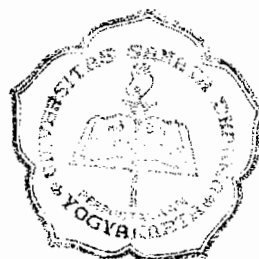


Oleh:

Aloysius Arif Rahardjo

NIM : 98 2114 080

NIRM : 980051121303120079



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

PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

Studi Kasus pada PT Pusakamitra Nusapertiwi

Oleh:

Aloysius Arif Rahardjo

NIM : 98 2114 080

NIRM : 980051121303120079

Telah disetujui oleh:

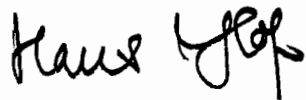
Pembimbing I



Lilis Setiawati, S.E. M.Si., Akt.

Tanggal : 06 Mei 2004

Pembimbing II



Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt.

Tanggal : 30 Juli 2004

PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA

Studi Kasus pada PT Pusakamitra Nusapertiwi

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Aloysius Arif Rahardjo

NIM : 98 2114 080

NIRM : 980051121303120079

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 23 September 2004
dan dinyatakan memenuhi syarat

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua : Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si.
Sekretaris : Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.
Anggota : Lilis Setiawati, S.E. M.Si., Akt.
Anggota : Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt.
Anggota : Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.

Firma
.....
Lisia Apriani
.....
Lilis Setiawati
.....
Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto
.....
Lisia Apriani
.....

Yogyakarta, 30 September 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Drs. Alex Kahu Lantum, M.S.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Jika dunia menertawakan Anda, balik tertawakan kembali dunia, karena dunia sama lucunya seperti Anda ”

(Robert Lorence)

Selalu ada alasan untuk sebuah harapan, selama kita masih mau mensyukurinya.

“ Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur ”

(Filipi 4 : 6)

Dengan setulus hati dan untaian kasih yang terindah

Kupersembahkan karya ini kepada:

Jesus Kristus

Ayah dan Ibu serta adik-adikku yang Ter cinta

Almamaterku

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

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

Yogyakarta, 31 September 2004

Penulis

Aloysius Arif Rahardjo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kasih atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “EVALUASI TARIF PAKET PERJALANAN WISATA”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Terlaksananya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dalam kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Paulus Suparno, S.J., MST., selaku Rektor Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Ibu Lilis Setiawati, S.E. M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan dari awal hingga akhir terselesainya skripsi ini.
3. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah memberikan segala bekal pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
4. Seluruh Staf dan Karyawan PT Pusakamitra Nusapertiwi yang telah membantu proses pengerjaan skripsi ini sampai selesai.

5. Bapak, Ibu dan adik-adikku tercinta yang selama ini selalu memberi dorongan semangat serta doa untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Saudara-saudaraku yang selama ini selalu memberikan dukungan sampai dengan skripsi ini selesai.
7. Teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberi motivasi dan dukungan serta doanya hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 31 September 2004

Penulis

Aloysius Arif Rahardjo

ABSTRAK

Evaluasi Tarif Paket Perjalanan Wisata Studi Kasus pada PT Pusakamitra Nusapertiwi

Aloysius Arif Rahardjo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di PT Pusakamitra Nusapertiwi sudah tepat.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan mengambil tempat di PT Pusakamitra Nusapertiwi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Perbedaan rata-rata tarif paket perjalanan wisata menurut biro perjalanan wisata PT Pusakamitra Nusapertiwi dan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* diuji dengan uji statistik beda dua rata-rata berpasangan.

Hasil analisis menyimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada perbedaan rata-rata kedua tarif atau dengan kata lain penentuan tarif paket perjalanan wisata PT Pusakamitra Nusapertiwi kurang tepat menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

ABSTRACT

An Evaluation on The Fare of Tour Package

A Case Study at PT Pusakamitra Nusapertiwi

Aloysius Arif Rahardjo
Sanata Dharma University
Yogyakarta

This research attempted to reveal whether the pricing of tour package in PT Pusakamitra Nusapertiwi was precise.

The research was a case study which took place in PT Pusakamitra Nusapertiwi. Data collecting techniques were interview and documentation.

The data analyzing technique used was *cost plus pricing* method with *full costing* approach. The difference between the average of the fare of tour package charged by the company and the one calculated using *cost plus pricing* method with *full costing* was tested using the difference at two means using paired t-test.

The analysis result concluded that there was a significant difference between the fare charged by the company and the one calculated using the *cost plus pricing* method with *full costing* approach.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Pariwisata	6
1. Definisi dan Industri Pariwisata	6



2. Pengertian Pariwisata Sebagai Industri.....	7
3. Pengertian dan Fungsi Biro Perjalanan Wisata.....	8
4. Paket Tour.....	10
B. Harga Jual.....	11
1. Pengertian Harga Jual	11
2. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	12
3. Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual	13
4. Metode Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa.....	15
C. Biaya	21
1. Pengertian Biaya	21
2. Penggolongan Biaya	21
D. <i>Confidential Tarif</i>	26
E. Review Penelitian Sebelumnya.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
D. Data Yang Dicari.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	38
A. Sejarah Singkat Perusahaan	38
B. Lokasi	41
C. Struktur Organisasi.....	41
D. Personalia	43
E. Produksi.....	45
F. Pemasaran	46
BAB V ANALISIS DATA	49
A. Diskripsi Data.....	49
1. Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata pada PT Pusakamitra Nusapertiwi	49
2. Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan pendekatan <i>Full Costing</i>	73
3. Analisis Kritis.....	90
4. Perbandingan Tarif.....	90
BAB VI KESIMPULAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Keterbatasan Penelitian.....	98
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1. Tarif Sesungguhnya Paket Tour tahun 2003	51
Tabel 5.2. Penjualan Tarif Paket Perjalanan Wisata tahun 2002	73
Tabel 5.3. Alokasi Biaya Gaji Karyawan tahun 2002.....	74
Tabel 5.4. Alokasi Biaya Pemasaran tahun 2002.....	75
Tabel 5.5. Alokasi Biaya Telepon tahun 2002.....	76
Tabel 5.6. Alokasi Biaya Listrik dan Air tahun 2002	77
Tabel 5.7. Alokasi Biaya Administrasi dan Umum tahun 2002.....	78
Tabel 5.8. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Package 2 Days (PSK 01)	79
Tabel 5.9. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Package 3 Days (PSK 02)	80
Tabel 5.10. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Solo Package 3 Days (PSK 03).....	81
Tabel 5.11. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Dieng Plateau Package 3 Days (PSK 04).....	82
Tabel 5.12. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Solo Package 4 Days (PSK 05).....	83
Tabel 5.13. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Dieng Plateau Package 4 Days (PSK 06).....	84
Tabel 5.14. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Solo Dieng Plateau Package 4 Days (PSK 07)	85
Tabel 5.15. Total biaya Penuh.....	86
Tabel 5.16. Laba Yang Diharapkan	87
Tabel 5.17. Mark-up.....	89
Tabel 5.18. Tarif Paket per Seat.....	90
Tabel 5.19. Perhitungan Nilai t.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinasi sumber-sumber ekonomi untuk memenuhi kebutuhan yang dapat menghasilkan laba. Menurut outputnya perusahaan dibagi menjadi dua bagian yaitu, perusahaan yang menghasilkan produk atau barang dan perusahaan yang menghasilkan jasa. Pada penulisan ini, penulis akan membahas mengenai perusahaan yang menghasilkan jasa.

Industri jasa pada saat ini berkembang sangat pesat baik dalam bidang hiburan, jasa reparasi, perhotelan, perhubungan maupun pariwisata. Sektor yang diharapkan berpotensi untuk dikembangkan menjadi penghasil devisa adalah sektor pariwisata. (Spillane, 1987: 57). Untuk itu perlu adanya upaya-upaya terobosan di bidang pemasaran, promosi dan pengembangan produk wisata, seperti renovasi tempat wisata, pendirian hotel-hotel serta restoran-restoran dan biro perjalanan wisata yang mendukung. Untuk dapat menarik perhatian wisatawan maka perlu pelayanan yang memuaskan dari pihak-pihak yang terkait dengan sektor pariwisata.

Meningkatnya kemajuan sektor pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan, harus diimbangi dengan peningkatan biro perjalanan wisata baik dalam kualitas maupun kuantitas. Hal ini perlu didorong

terus dalam kaitannya untuk memberikan jasa pelayanan pada wisatawan. Semakin banyak berdiri biro perjalanan wisata, maka kondisi tersebut akan menyebabkan persaingan antar biro perjalanan yang sangat ketat.

Untuk itu kemampuan manajemen dalam menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan perusahaan akan mempengaruhi kelangsungan hidup biro perjalanan wisata tersebut. Kebijakan-kebijakan tersebut tertuang dalam *marketing mix* yang mencakup kebijakan perencanaan produk, kebijakan penentuan harga, kebijakan penyaluran fisik, serta kebijakan promosi penjualan. Dari kebijakan yang ada penulis hanya mengkhususkan pada salah satu kebijakan yaitu kebijakan penentuan harga.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang tidak dapat diabaikan oleh manajemen, sebab salah satu faktor jadi atau tidaknya seorang untuk mengkonsumsi adalah besarnya harga jual yang ditawarkan. Untuk itu biro perjalanan wisata harus dapat menetapkan harga jual yang paling tepat dalam arti dapat memberikan manfaat atas suatu barang atau jasa kepada konsumen (Tjiptono, 1995: 118). Harga jual yang harus ditetapkan perusahaan harus dapat mencakup semua biaya yang dikeluarkan bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan (Swasta, 1993: 211). Maka sebelum menentukan besarnya harga jual yang ditetapkan perlu mengetahui perkiraan biaya yang dikeluarkan. Apabila harga jual yang ditetapkan tidak dapat

menutup biaya yang dikorbankan maka perusahaan akan mengalami kerugian dan kelangsungan hidup perusahaan akan terancam.

Untuk itu pemerintah selalu memperhatikan perkembangan pariwisata antara lain dengan keputusan penentuan harga jual menjadi hal terpenting. Oleh karena itu banyak faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Di samping itu unsur pembentuk harga jual perusahaan jasa tidak sama dengan perusahaan manufaktur. Hal ini mendorong penulis untuk meneliti masalah penentuan harga jual, khususnya harga jual untuk perusahaan jasa. Penelitian mengenai harga jual paket perjalanan wisata ini dilakukan pada perusahaan jasa biro perjalanan wisata.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang disampaikan penulis, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Apakah tarif paket perjalanan wisata di PT Pusakamitra Nusapetiwi sudah tepat jika dibandingkan dengan tarif yang dihitung menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan tarif paket perjalanan wisata di PT Pusakamitra Nusapertiwi sudah tepat.

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi Perusahaan .

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadikan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijakan terutama dalam menentukan kebijakan tarif paket perjalanan wisata.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis dan dapat menambah referensi ilmiah di Perpustakaan Universitas Sanata Dharma.

3. Bagi Penulis.

Dengan dilakukannya penelitian ini penulis dapat menerapkan teori yang telah diterima dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan definisi pariwisata dan industri, pengertian dan fungsi biro perjalanan wisata, paket tour, pengertian harga,

metode penetapan harga jual, manfaat informasi biaya penuh dalam keputusan penentuan harga jual, dan laba yang diharapkan, pengertian biaya, dan penggolongan biaya.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum perusahaan yang meliputi: sejarah berdirinya, tujuan didirikan, struktur organisasi, personalia pemasaran dan jasa.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan disajikan hasil penelitian lapangan, kemudian dianalisis untuk menentukan apakah langkah-langkah penentuan dan besarnya tarif pada perusahaan yang diteliti sudah tepat.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diusulkan pada manajemen perusahaan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PARIWISATA

1. Definisi Pariwisata dan Industri Pariwisata

Menurut beberapa ahli, pengertian pariwisata adalah sebagai berikut:

E. Guyer Feuler merumuskan batasan pariwisata adalah (Yoeti, 1996: 115):

“Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomena dari jaman yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat sebagai hasil daripada perkembangan serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan”

Sedangkan Hunziker dan K. Krapp dari Swiss, memberikan batasan yang bersifat teknis.

“Pengertian pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing, asalkan pendiamannya tidak menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara (Yoeti, 1996: 115).”

Dari berbagai batasan masalah di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia untuk melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk kegiatan bisnis tetapi itu dilakukan untuk sementara waktu dan perjalanan itu berkaitan dengan rekreasi.

2. Pengertian Pariwisata Sebagai Industri

Industri pariwisata di Indonesia mulai dikenal setelah keluar Instruksi Presiden RI No. 09 tahun 1996.

Industri pariwisata menurut RS. Darmadjati adalah:

“Industri pariwisata merupakan suatu rangkaian dari berbagai macam bidang usaha secara bersama-sama menghasilkan produk-produk/barang-barang maupun jasa-jasa/*service* yang nantinya baik secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perbuatannya”

Kelompok-kelompok perusahaan yang termasuk dalam industri pariwisata adalah:

a. *Travel Agent Tour Operator* (Biro Perjalanan)

Biro perjalanan yaitu perusahaan yang telah memberi informasi, mengurus tiket, serta melakukan dokumen perjalanan sehubungan dengan perjalanannya.

b. Perusahaan Pengangkutan

Perusahaan pengangkutan dapat berupa angkutan darat, angkutan laut maupun angkutan udara yang akan mengantar ke tujuan wisata.

c. Akomodasi atau Perhotelan

Akomodasi merupakan tempat di mana orang akan menginap untuk sementara waktu selama orang tersebut berada di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

d. Restoran dan Bar

Restoran atau bar merupakan tempat untuk memesan makanan dan minuman sesuai dengan selera.

e. *Souvenir dan Handicraft*

Souvenir dan handicraft merupakan tempat di mana wisatawan dapat berbelanja atau membeli cinderamata sebagai kenangan untuk dibawa pulang.

f. Perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan

Perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan merupakan perusahaan seperti tempat menjual dan mencetak film, *camera*, *post card*, *money changer*, dan bank.

g. *Travel Agent*

Travel agent perusahaan yang akan menyelenggarakan *sightseeing/tour*, *entertainment* dan atraksi wisata lainnya.

3. Pengertian Biro Perjalanan Wisata dan Fungsi Biro Perjalanan Wisata

a. Pengertian Biro Perjalanan Wisata

Menurut Nyoman S (sebagai mana dikutip oleh Yoeti, 1996: 236), perusahaan wisata atau *travel agent* adalah:

“ perusahaan yang mempunyai tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan (tour) bagi seseorang yang merencanakan untuk mengadakan perjalanan”.

Sementara itu R.S Damardjati mengartikan perusahaan wisata sebagai perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, baik dari dalam negeri maupun diluar negeri, dari luar negeri ke dalam negeri, maupun sebaliknya dari dalam negeri ke luar negeri.

b. Fungsi Biro Perjalanan Wisata

Fungsi biro perjalanan wisata dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Fungsi Umum

Dalam hal ini, *travel agency* merupakan suatu badan yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

2. Fungsi Khusus

- a. Sebagai perantara dapat disamakan dengan *broker* (perantara) dalam dunia perdagangan. Dalam kegiatannya perantara bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakili.
- b. Sebagai suatu badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resiko.
- c. Sebagai pengorganisasi aktif bekerjasama dengan perusahaan lain dalam dan luar negeri. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan ini dimanfaatkan untuk barang dagangan yang akan

ditawarkan pada wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata.

4. Paket Tour (*Package Tour*)

Aktivitas biro perjalanan wisata meliputi produksi paket-paket wisata (*Package Tour*) yang disebut sebagai produknya yang khas. Untuk menciptakan produk tersebut, biro perjalanan harus memiliki perencana tour yang ahli dan mempunyai hubungan dengan biro-biro terkait atau koresponden. Hal ini menunjukkan bahwa biro perjalanan hanya mengandalkan sumber daya objeknya saja, tetapi juga kemampuan karyawan atau sumber daya manusianya.

Paket wisata dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. *Paket tour tailor-made* (perseorangan maupun group)

Paket tour tailor-made dipersiapkan sesuai dengan keinginan calon pembeli yang disesuaikan dengan permintaan, baik perseorangan maupun kelompok. Pemesanannya dapat dilakukan langsung oleh calon pembeli atau melalui biro lain (koresponden), hal itu berlaku juga untuk rencana perjalanan *tour tailor-made*. Perencana tour, setelah mendapat data yang dibutuhkan beserta dengan semua informasi yang dibutuhkan, akan mencoba untuk menawarkan harga yang bersaing kepada pembeli.

b. Paket tour terencana (*ready-made package tour*)

Paket tour terencana harus mengikuti trend pasar juga rencana perjalanan dan pelayanan yang diberikan biro perjalanan, ditetapkan

setelah meneliti keadaan pasar. Tuntutan pasar saat ini harus dipelajari sepenuhnya dengan baik. Paket wisata yang ditawarkan pada masyarakat umumnya ditawarkan melalui pamflet, brosur dan katalog. Paket ini direncanakan untuk perorangan dan kelompok.

c. Paket Liburan

Paket liburan adalah periode tinggal disuatu daerah liburan yang pemesanan perjalanan, akomodasinya dilakukan oleh biro perjalanan dibayar oleh calon pembeli pada saat pemesanan. Paket liburan ini mencoba memuaskan keinginan orang akan olah raga, rekreasi, kesehatan, selain beristirahat dan penyembuhan. Paket ini biasanya ditawarkan oleh biro perjalanan, tetapi dapat juga diatur sesuai dengan saran-saran dari calon pembeli.

B. HARGA JUAL

1. Pengertian Harga Jual

Menurut beberapa ahli pengertian harga jual adalah:

- a. Harga jual merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang/jasa (Tjiptono, 1995: 118).
- b. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swasta, 1984: 147).

Sedangkan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh inti usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang/jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1993: 332).

2. Tujuan Penentuan Harga Jual

Manajemen perlu juga mengetahui informasi yang berhubungan dan membantu dalam penentuan harga jual. Sehingga harga yang ditetapkan merupakan harga yang benar-benar diharapkan.

Tujuan penentuan harga jual menurut Swastha (1984: 148) adalah:

a. Mendapatkan laba maksimal

Terjadinya harga dapat ditentukan oleh penjual dan pembeli. Penjual dapat menaikkan harga apabila daya beli konsumen makin besar. Dengan kondisi tersebut banyak penjual akan mempunyai harapan untuk mendapat laba yang diinginkan.

b. Mendapatkan pengembalian investasi yang diharapkan

Harga yang dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Pengembalian investasi tersebut berasal dari laba yang diperoleh perusahaan.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga.

Tetapi kadang para penjual menawarkan barang/jasa dengan harga sama, maka persaingan tidak hanya melalui kebijakan, tetapi bisa melalui pelayanan yang baik pada pembeli.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilakukan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih sangat longgar, kemampuan dibidang keuangan dan lain-lain. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas biasanya penentuan harga ditentukan untuk sekedar mempertahankan *market share*.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga

Penentuan harga jual perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

a. Kondisi perekonomian.

Kondisi perekonomian mempengaruhi tingkat harga yang berlaku seperti saat resesi, harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.

b. Penawaran dan permintaan.

Penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan pada penjual pada suatu tingkat tertentu. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh konsumen pada tingkat harga tertentu.

Apabila harga rendah maka konsumen akan membeli dalam jumlah yang besar, dan apabila harga tinggi mendorong penawaran yang tinggi pula.

c. Elastisitas permintaan.

Elastisitas permintaan dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Inelastis adalah perubahan yang akan mengakibatkan perubahan lebih kecil pada volume penjualan.
2. Elastis terjadi apabila terdapat volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.
3. Uniter adalah perubahan jumlah yang dijual dan proporsi yang sama.

d. Persaingan.

Dalam biro perjalanan wisata, harga yang ditawarkan harus dapat bersaing dengan biro perjalanan lainnya sehingga tidak akan kehilangan pelanggan.

e. Biaya.

Biaya merupakan dasar dalam menentukan harga. Harga jual yang ditetapkan seharusnya dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, harga jual yang ditetapkan melebihi biaya yang dikeluarkan.

f. Tujuan perusahaan.

Penentuan harga suatu barang seringkali dihubungkan dengan tujuan perusahaan. Tujuan untuk setiap perusahaan berbeda-beda, ada yang dimaksudkan untuk mencapai laba maksimal, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar atau pengembangan modal yang tertanam pada jangka waktu tertentu.

g. Peraturan pemerintah.

Pemerintah membuat aturan-aturan yang diwujudkan dalam bentuk ketentuan mengenai penentuan harga yang maksimum dan minimum serta diskriminasi harga dalam praktek lain yang mendorong kearah monopoli.

4. Metode Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa

Metode Penentuan Harga Jual dibagi menjadi empat yaitu:

a. Metode penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*)

Penentuan harga jual sering kali menggunakan metode harga jual normal (*normal pricing*). Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut sebagai *cost plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah jumlah biaya masa yang akan datang dengan suatu prosentase *mark-up*. *Mark-up* merupakan jumlah yang ditambahkan kepada harga pokok penjualan untuk mendapatkan harga jual. Jumlah *mark-up* yang ditambahkan kepada satu unit produk/jasa diharapkan akan menutup pengeluaran penjualan dan administrasi (Charthy, 1995: 196).

Sedangkan harga jual produk atau jasa dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Metode *cost plus pricing* dibedakan menjadi dua pendekatan yaitu:

1. Pendekatan *full costing*

Pada pendekatan ini harga jual produk harus dapat menutup biaya penuh dari jumlah biaya produksi yang merupakan penjumlahan dari biaya produksi dan biaya non produksi serta laba yang diinginkan.

Adapun rumus penentuan harga jual dengan pendekatan *full costing* adalah:

$$\text{Harga jual} = \text{biaya produksi} + \% \text{ mark-up}$$

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{laba yang diinginkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

2. Pendekatan *variable costing*

Pada pendekatan ini harga jual produk/jasa harus dapat menutup taksiran biaya penuh yang merupakan biaya tetap dan biaya variabel.

Rumus untuk pendekatan ini adalah:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel} + \% \text{ mark-up}$$

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Biaya Variabel}}$$

Jika dipakai sebagai penentuan harga, baik *variable costing* maupun *full costing* biaya penuh, dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produksi. Biaya ini dipakai sebagai penentuan dasar harga jual.
- b. Biaya tidak langsung yang dipengaruhi oleh volume produksi. Biaya ini ditambahkan dengan laba yang diharapkan untuk menghitung prosentase *mark-up*.

Manfaat Biaya Penuh Dalam Penentuan Harga Jual

Biaya penuh adalah total pengorbanan sumber ekonomi untuk menghasilkan produk/jasa sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk/jasa. Harga harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sebanding dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk/jasa.

Informasi biaya penuh yang memberikan manfaat bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 260):

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidak pastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
- b. Biaya penuh memberi perlindungan bagi perusahaan dalam kemungkinan kerugian.

- c. Biaya penuh memberi informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melihat struktur biaya perusahaan pesaing.
- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

Adapun kelebihan dari penentuan harga jual dengan pendekatan *full costing* (Supriyono, 1987: 469) adalah:

- a. Lebih mudah dari pada metode harga pokok variabel karena tidak perlu memisahkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
- b. Lebih bermanfaat untuk tujuan pelaporan jangka waktu yang relatif panjang (minimal satu tahun).
- c. Diterima umum sesuai dengan Standar Akuntansi Indonesia.
- d. Lebih bermanfaat untuk tujuan pelaporan pada pihak eksternal.

Kelemahan dari penentuan harga pokok penuh (Supriyono, 1987: 469) adalah:

- a. Tidak relevan untuk tujuan perencanaan laba bagi manajemen.
- b. Tidak relevan untuk pembuatan keputusan bagi manajemen.
- c. Tidak relevan untuk pengendalian kegiatan bagi manajemen.

Laba yang diharapkan.

Laba merupakan selisih lebih jumlah pendapatan dengan jumlah biaya dalam satu periode yang sama.

Terdapat tiga pendekatan dalam perencanaan tingkat laba bersih (Supriyono, 1993: 522):

1. Pencapaian tingkat laba bersih dari penjualan.

$$(\text{Laba Bersih} : \text{Penjualan}) \times 100\%$$

2. Pencapaian tingkat laba bersih dari biaya variabel.

$$(\text{Laba Bersih} : \text{Total Biaya Variabel}) \times 100\%$$

3. Pencapaian tingkat laba bersih dari total biaya.

$$\text{Laba Bersih} / (\text{Total Biaya Tetap} + \text{Total Biaya Variabel}) \times 100\%$$

Beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan laba yang diharapkan:

- a. *Cost of Capital*

Biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang diharapkan perusahaan besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

- b. Resiko Bisnis

Semakin besar resiko yang diharapkan maka prosentase yang ditanamkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan semakin besar

- c. Besarnya *Capital Employed*

Semakin besar yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk/jasa akan menyebabkan laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

Keunggulan dalam *cost plus pricing* (Kotler, 1989: 148) adalah:

- a. Penjual lebih pasti mengenai biaya dibandingkan dengan permintaan sebab adanya kepastian biaya, maka tidak perlu sering mengadakan perubahan permintaan.
 - b. Banyak orang merasa penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih adil bagi penjual dan pembeli.
- b. Penentuan Harga Jual Dalam *Cost Type Contract*.

Cost Type Contract adalah kontrak pembuatan produk/jasa yang pihak pembeli produk/jasa pada total biaya sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung dengan prosentase tertentu (Mulyadi, 1993: 364). Dalam *cost type contract*, harga jual dibebankan pada konsumen dihitung dengan berdasar biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk/jasa.

- c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Pesanan khusus dapat diartikan sebagai pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan ini meminta harga yang lebih rendah dari harga normal maupun harga penuh.

- d. Penentuan Harga Jual Produk/Jasa Oleh Perusahaan Yang Diatur Pemerintah.

Produk/jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk tersebut ditentukan dengan laba yang diharapkan. Dalam hal ini *full costing* digunakan untuk menghitung biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga.

C. BIAYA

1. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 1993: 8).

2. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya diketahui atas dasar tujuan yang hendak dicapai.

Penggolongan tersebut menurut (Mulyadi, 1990: 9):

- a. Biaya atas dasar objek pengeluaran.

Biaya atas dasar objek pengeluaran maksudnya adalah dasar yang dipakai dalam penggolongan biaya adalah nama objek pengeluaran.

b. Biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan.

Dalam perusahaan manufaktur dikelompokkan menurut fungsi yang ada dalam perusahaan, yaitu:

1. Biaya produksi yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk menolah bahan baku menjadi produk yang siap dijual. Biaya ini meliputi Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik.
2. Biaya pemasaran yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
3. Biaya administrasi dan umum yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan memasarkan produk.

c. Biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk/departemen, dalam kaitan tersebut biaya dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu:

1. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung merupakan biaya yang memiliki hubungan secara langsung dengan sesuatu yang dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung.

2. Biaya Tidak Langsung (*Indirect cost*)

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang tidak memiliki hubungan secara langsung dengan sesuatu yang dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk sering disebut dengan istilah Biaya Overhead Pabrik.

d. Biaya atas dasar volume kegiatan.

Biaya atas dasar volume kegiatan dapat dibedakan kedalam tiga bagian, yaitu:

1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas, sampai dengan tingkat tertentu. Yang termasuk dalam biaya tetap dalam tarif paket wisata adalah:

a. Biaya pemasaran.

Biaya pemasaran dalam biro perjalanan dilaksanakan bersama-sama tidak dilakukan paket demi paket. Untuk membebaskan biaya bersama kedalam paket suatu tour dapat ditempuh dengan membagi total penjualan biaya pemasaran dengan tour yang dilaksanakan selama periode yang sama.

b. Biaya transportasi.

Biaya transportasi merupakan biaya-biaya yang digunakan untuk menyewa kendaraan yang digunakan untuk tour ataupun milik

perusahaan. Bila menyewa hal yang diperhatikan adalah cara menyewa apakah berdasar jarak, jam, hari, atau lainnya. Bila milik perusahaan yang perlu diperhatikan adalah biaya operasionalnya seperti perawatan dan perbaikan, bahan bakar dan minyak pelumas, ban, dan pengeluaran para pengemudi (Woodward, 1986: 74-91).

c. Biaya sumber daya dan riset.

Biaya riset meliputi biaya penjelajahan awal tour, kontak/negosiasi dengan pihak-pihak terkait, misalnya hotel, lokasi wisata, mobil, dan sebagainya. Pembebanan biaya bias dipilih antara lain dengan cara membagikan seluruh biaya yang direncanakan akan dikeluarkan setiap bulannya dengan jumlah jam tour yang dilaksanakan pada periode yang sama. Untuk setiap tour pembebanan biaya berbeda-beda sesuai dengan panjang pendeknya tour tersebut.

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, seperti meningkatnya jumlah peserta tour.

Yang termasuk biaya variabel dalam tarif perjalanan wisata adalah:

a. Biaya akomodasi hotel.

Jika dipesan dengan pihak hotel, perlu pembiayaan per malam.

Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah bagi tour yang singkat dan satu tujuan.

b. Biaya konsumsi.

Biaya konsumsi adalah biaya untuk makan dan minum bagi peserta tour. Biaya ini diperhitungkan baik jenis maupun jumlah peserta.

c. Tip.

Tip dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah peserta atau rombongan.

d. Keliling kota.

Biaya keliling kota termasuk kedalam harga pokok wisata suatu tour. Ditentukan pula tarif perorangan dan biaya masuk lokasi wisata perorangan. Perhitungkan juga biaya upah sopir (Poynter, 1993: 28).

e. Biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya.

Biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya ini terdiri dari pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan. Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya



dibebani harga pokok aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara depresiasi, amortisasi, atau depleksi. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan tersebut dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

3. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, tetapi tingkat perubahannya tidak sebanding atau proporsional. Elemen biaya ini merupakan jumlah biaya yang harus disediakan, sedangkan biaya variabel merupakan bagian dari elemen biaya variabel yang dipengaruhi oleh volume usaha.

D. *CONFIDENTIAL TARIF*

Confidential tarif disusun oleh dan untuk agen biro perjalanan dan bukan ditujukan untuk konsumen akhir. Isi dari *Confidential tarif* bervariasi dari satu agen dengan agen lainnya tapi umumnya berisi tarif untuk hal-hal sebagai berikut:

1. **Interpreter.** Pelayanan di tempat kedatangan dan keberangkatan seperti terminal, stasiun KA, *air port*, dan pelabuhan.
2. **Porterage.** Tarif pengangkutan bagasi
3. **Transfer.** Antar jemput, kendaraan yang digunakan akan dibedakan apakah tarif malam hari, hari minggu, atau hari libur
4. **Reservation.** Tarif pemesanan alat transportasi. Dengan pesawat, kereta api, mobil, atau kapal
5. Pemandu wisata/**Tour leader.** Tarif pelayanan pemandu wisata baik rombongan ataupun individu biasanya dinyatakan:
 - a. Dalam kota untuk jangka waktu tertentu (jam, hari/maksimal berapa jam, hari biasa, hari libur, malam hari)
 - b. Luar kota untuk jangka waktu tertentu (jam, hari/maksimal berapa jam, hari biasa, hari libur, malam hari)
6. **Sightseeing.** Tarif keliling kota dan tour baik pribadi atau rombongan.

Dalam menentukan besarnya *confidential tarif*, biasanya biro perjalanan wisata biasanya menentukan besarnya biaya-biaya apa saja yang menjadi komponen harga suatu paket tour. Biaya-biaya tersebut dibedakan antara biaya tetap dan biaya variabel. Harga suatu paket tour baru dapat ditentukan setelah seluruh biaya dapat dikategorikan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

E. REVIEW PENELITIAN SEBELUMNYA.

Review penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dalam penelitian selanjutnya bagi penulis, beberapa judul yang diambil diantaranya adalah:

Evaluasi Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata, studi kasus pada biro perjalanan wisata PT Sumber Turindo, disusun oleh Emmanuela Kristanta. Memberikan kesimpulan bahwa penentuan tarif paket perjalanan wisata menurut PT Sumber Turindo sudah tepat. Tetapi menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* rata-rata tarif paket perjalanan wisata setelah diuji dengan uji hipotesa terhadap perbedaan dua nilai rata-rata menggunakan sampel kecil dengan $\alpha=5\%$ yang terletak didaerah penerimaan dapat disimpulkan bahwa perbedaan rata-rata tarif paket perjalanan wisata menurut PT Sumber Torindo dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* tidak signifikan.

Evaluasi Penentuan Tarif Sewa Bis Wisata, studi kasus pada perusahaan jasa transportasi PT Buwana Dieng yang disusun oleh Fransiska Sari Kristianti, memberikan kesimpulan dari perbandingan dan analisis yang dilakukan dapat dikatakan bahwa langkah penentuan tarif sewa bis wisata yang dilakukan PT Buwana Dieng adalah kurang tepat menurut teori yang diajukan. Dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam pelaporan keuangan

terutama untuk laporan rugi laba karena laporan tersebut mengutamakan biaya-biaya menurut hubungan biaya, baik yang berpengaruh langsung ataupun y berpengaruh tidak langsung pada produksinya. Tetapi besarnya sewa bis wisata yang berlaku di PT Buwana Dieng bisa dikatakan tepat karena selisih yang terjadi berada dibawah atau sama dengan 5%

Evaluasi Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata, studi kasus pada PT Tami Jaya Putra Utama yang disusun oleh Yohanes Totok Kurnianto, memberikan kesimpulan bahwa ada perbedaan antara perhitungan menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dengan perhitungan dari PT Tami Jaya Putra Utama, perhitungan menurut perusahaan lebih tinggi karena hanya memperhitungkan biaya langsung yang terkait dengan perjalanan dan belum memasukkan biaya tidak langsung yang sebenarnya harus dimasukkan dalam perhitungan per paket. Perusahaan memasukkan biaya langsung untuk menutup biaya tidak langsung yang harus dikeluarkan per tahunnya.

Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata studi kasus pada PT Sri Rama Tour disusun oleh Anita Dewayani, memberikan kesimpulan bahwa tarif perjalanan wisata yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* dapat dikatakan terlalu mahal karena membebankan biaya tidak langsung dan besarnya biaya yang dibebankan terlalu besar karena telah dinaikkan sesuai dengan yang digunakan oleh perusahaan. Sedangkan tarif yang ditentukan oleh PT Sri Rama Tour dapat

dikatakan kurang tepat dalam menentukan komponen biaya karena tidak membebankan biaya tidak langsung dan besarnya biaya sudah dinaikkan. Dari uji t dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, berarti ada perbedaan yang signifikan antara tarif PT Sri Rama Tour dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variable costing*. Hal ini bahwa tarif yang ditentukan PT Sri Rama Tour dapat dikatakan kurang tepat.

Evaluasi Terhadap Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata studi kasus pada biro perjalanan wisata Voyatour yang disusun oleh Yulia Widyaningsih memberikan kesimpulan bahwa penentuan tarif paket perjalanan wisata yang ditetapkan oleh Voyatour tidak tepat karena berdasarkan pada kriteria batas toleransi dengan mengadopsi angka-angka statistik diperoleh kesimpulan bahwa penyimpangannya diatas 5% maka ada perbedaan yang signifikan antara tarif berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* dengan biro perjalanan wisata Voyatour

Pada penelitian ini penulis mengacu pada skripsi dengan judul Evaluasi Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata, studi kasus pada PT. Tami Jaya Putra Utama yang disusun oleh Yohanes Totok Kurnianto karena diharapkan dapat memberikan alternatif metode untuk perhitungan harga jualnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap objek-objek tertentu pada biro perjalanan wisata yang pengumpulan datanya dilakukan terhadap objek tertentu yang hendak diteliti dengan menggunakan beberapa elemen dan kemudian masing-masing elemen itu dianalisis. Hasil penelitian hanya berlaku untuk variabel yang diteliti dan bagi perusahaan yang bersangkutan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada PT Pusakamitra Nusapertiwi.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2003.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

- a. Pimpinan biro perjalanan.
- b. Bagian keuangan.
- c. Bagian operasional.
- d. Bagian *ticketing*.

2. Objek penelitian

- a. Biaya yang menentukan tarif paket perjalanan wisata.
- b. Tarif paket perjalanan wisata.

D. Data yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan .
2. Data biaya yang menentukan dasar penentuan tarif paket perjalanan wisata.
3. Data prosentase laba yang diharapkan.
4. Data volume penjualan.
5. Data tarif perjalanan wisata.
6. Data langkah-langkah penentuan tarif.
7. Data lain yang berhubungan dengan penentuan tarif.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada subjek penelitian guna mendapat data yang diperlukan. Dimaksudkan untuk mendapatkan data berupa gambaran umum perusahaan, jumlah paket perjalanan wisata, data biaya, dan data prosentase laba yang diharapkan.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara melihat dan menganalisis data yang telah ada dalam perusahaan, yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang diteliti. Dokumentasi bertujuan untuk

memperoleh data, catatan serta arsip yang dapat mendukung analisis data.

F. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah yang diambil dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan tarif sesungguhnya dilakukan dengan cara mendeskripsikan tarif paket perjalanan wisata yang dilakukan di PT Pusakamitra Nusapertiwi.
2. Menentukan tarif berdasarkan tinjauan pustaka dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
 - a. Menghitung total biaya langsung dan biaya tidak langsung untuk mendapatkan biaya penuh.

Contoh biaya langsung yang diperhitungkan dalam penentuan tarif paket perjalanan wisata adalah biaya *guide*, biaya transportasi, biaya konsumsi peserta, biaya transfer, biaya tiket masuk tempat wisata, biaya parkir, dan biaya akomodasi hotel. Sedangkan contoh biaya tidak langsung yang berpengaruh dalam penentuan tarif paket perjalanan wisata yaitu biaya telepon dan fax, biaya sewa kantor, biaya gaji karyawan, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran, biaya pemeliharaan kendaraan, biaya upah sopir, dan biaya penyusutan aktiva.

- b. Menghitung besarnya laba yang diharapkan dengan rumus:

$$\text{Total biaya penuh} \times \% \text{ laba yang diharapkan.}$$

Biaya penuh diperoleh dari penjumlahan antara biaya langsung ditambah dengan biaya tidak langsung.

- c. Menghitung prosentase *mark-up* dengan rumus:

$$\frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung.}}$$

$$\text{Mark-up} = \% \text{ Mark-up} \times \text{Biaya langsung}$$

- d. Menghitung tarif dengan rumus biaya langsung ditambah dengan *mark-up*.
3. Melakukan analisis kritis yaitu dengan cara membandingkan besarnya tarif yang ditentukan perusahaan dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
4. Dengan cara melakukan pengujian hipotesa yang akan digunakan untuk menguji besarnya tarif yang ditetapkan oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan besarnya tarif yang dihitung menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Pengujian hipotesa yang akan digunakan adalah uji hipotesa Beda Dua Rata-rata Berpasangan yaitu apabila dua sampel yang digunakan untuk menguji hipotesa nol (H_0) bahwa $\mu_1 = \mu_2$ menunjukkan hasil observasi yang berpasangan.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesa nol (H_0) dan Hipotesa alternatif (H_1)

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ μ_1 : Perhitungan menurut perusahaan

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ μ_2 : Perhitungan menurut hasil penelitian

Digunakan pengujian dua sisi.

2. Menentukan taraf nyata (*Significant Level*)

Taraf nyata yang digunakan adalah 5% berarti nilai $t_{0,025}$.

3. Penghitungan nilai t dari sampel.

Dalam analisa ini digunakan uji statistik dengan distribusi t.

Jenis	Harga menurut perusahaan	Harga menurut metode <i>cost plus pricing</i>	D	$(D - \bar{D})$	$(D - \bar{D})^2$
A	Rp. xxx	Rp. xxx	Xx	xx	xxx
B	Rp. xxx	Rp. xxx	Xx	xx	xxx
C	Rp. xxx	Rp. xxx	Xx	xx	xxx
			$\sum D$		$\sum (D - \bar{D})$

Rumus yang digunakan:

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

Dimana :

$$\bar{D} = \frac{\sum D}{n}$$

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

Keterangan:

S_D = Deviasi standar dari harga-harga D

D = Merupakan selisih dari harga menurut perusahaan dikurangi harga menurut perhitungan.

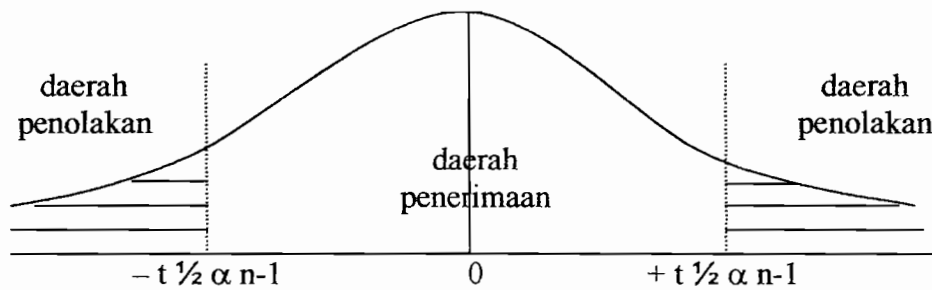
n = Banyaknya pasangan.

\bar{D} = Rata-rata dari harga D

4. Pengambilan kesimpulan, apakah hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan kriteria:

H_0 diterima apabila $-t_{\frac{1}{2} \alpha n-1} < t < +t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$ berarti hasil perhitungan nilai t dari sampel terletak antara $-t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$ dan $+t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$, tidak ada perbedaan harga yang significant antara harga menurut perusahaan dan harga menurut metode *cost plus pricing*.

H_0 ditolak apabila $-t_{\frac{1}{2} \alpha n-1} > t > +t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$ berarti hasil perhitungan t dari sampel lebih besar dari t table yaitu $+t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$ atau lebih kecil $-t_{\frac{1}{2} \alpha n-1}$, ada perbedaan harga yang signifikan antara harga menurut perusahaan dengan harga menurut metode *cost plus pricing*.



Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dengan taraf signifikansi 5% dua sisi pengujian

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

PT Pusakamitra Nusapertiwi merupakan perusahaan jasa di bidang tour dan travel atau merupakan salah satu biro perjalanan yang berada di bawah naungan DPD ASITA Yogyakarta. Biro perjalanan ini dimiliki oleh Bp. Ferry Astono yang juga sebagai *General Manager*.

Pada awalnya PT Pusakamitra Nusapertiwi ini hanya merupakan agen penjualan tiket kereta api. Perusahaan ini bernama CV Pusaka Pertiwi yang beralamatkan di Jl. Kaliurang Yogyakarta. Perusahaan ini mulai menjalankan kegiatan usahanya pada tahun 1986 dan hanya memperoleh ijin sebagai agen penjualan tiket kereta api saja. seiring perkembangan jaman maka potensi Yogyakarta sebagai tujuan wisata para wisatawan mancanegara memiliki prospek yang cerah serta berpotensi. Oleh karena itu sebagai pemilik Bp. Ferry Astono memiliki keinginan untuk dapat memperluas usahanya di bidang pariwisata.

Atas keinginan tersebut, maka Bp. Ferry Astono mengajukan ijin pendirian Biro Perjalanan Wisata. Dengan usaha yang gigih maka pada tahun 1990 biro perjalanan ini mendapatkan ijin tetap usaha pariwisata yang dikeluarkan oleh Departemen Pos dan Telekomunikasi, Direktorat Jendral Pariwisata atas nama Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi saat itu yaitu

Bp. Joop Ave, dengan NIP 020000737. Berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jendral Pariwisata dengan nomor 04/D.2/BPU/II/90. Setelah mendapatkan nomor ijin usaha tersebut maka CV Pusaka Pertiwi yang semula hanya menjadi agen penjualan tiket kereta api saja merubah bentuk usaha menjadi Perseroan Terbatas. Hal ini berarti bahwa biro perjalanan umum ini harus menaati dan mematuhi hukum serta undang-undang yang berlaku di Indonesia. Bentuk usaha ini telah diatur dalam sebuah keputusan Direktorat Jendral Pariwisata No. 34/U/L/78 yang dikeluarkan pada tanggal 21 Januari 1978. keputusan ini berisi tentang pelaksanaan penguasaan Biro Perjalanan Wisata.

Selain berganti bentuk badan usaha, biro perjalanan ini juga merubah namanya dari CV Pusaka Pertiwi menjadi PT Pusakamitra Nusapertiwi dan lokasi kantor berpindah, yang semula dari Jl. Kahurang Yogyakarta pindah ke Jl. Mayjen Sutoyo 78 Yogyakarta.

Untuk menjalin hubungan dengan biro perjalanan wisata lainnya PT Pusakamitra Nusapertiwi bergabung dengan ASITA (*Association of Indonesian Travel Agencies*), sebuah organisasi yang menaungi usaha biro perjalanan umum. Setelah melalui perjalanan yang panjang, biro perjalan ini masuk menjadi anggota penuh ASITA pada tanggal 1 September 1994. Sertifikatnya dikeluarkan oleh Dewan Pengurus Pusat Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia, oleh Bp. S.M. Herlambang sebagai Ketua Umum dengan nomor

induk anggota 058/XI/DPP/94. Setelah menjadi anggota tetap maka biro perjalanan ini pindah ke kantor ke Jl. Taman Siswa no 156 Yogyakarta.

PT Pusakamitra Nusapertiwi memiliki visi dan misi. Visi dan misi yang diemban oleh biro perjalanan ini adalah mengembangkan usaha jasa di bidang pariwisata yang meliputi penjualan produk wisata, reservasi hotel dan restoran, pelayanan tour, transportasi, tiketing dan dokumen perjalanan. Visi dan misi yang dimiliki semakin mendapatkan jalan yang cerah setelah ditetapkan biro perjalanan ini sebagai Biro Perjalanan Wisata Cakra Dua oleh Departemen Pariwisata Seni dan Budaya Kantor Wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 10 Februari 2000. cakra adalah salah satu pengelola untuk biro perjalanan wisata. Seperti halnya hotel, hanya bedanya hotel menggunakan istilah Bintang sedangkan biro perjalanan wisata menggunakan istilah Cakra.

Pada saat ini PT Pusakamitra Nusapertiwi memiliki satu kantor perwakilan di Semarang yang beralamat di Jl. Pandanaran II/4c Semarang. Tugas kantor perwakilan ini selain mewakili PT Pusakamitra Nusapertiwi di Semarang juga memasarkan produk-produk wisata dan jasa yang di produksi oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi, dengan tujuan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya serta untuk mengeluarkan voucher-voucher seperti voucher hotel, restoran dan lainnya. Selain itu biro perjalan ini masih menjalankan usaha semulanya yang berada di Jl. Kaliurang Yogyakarta yaitu sebagai agen

penjualan tiket kereta api, meskipun kantor pusatnya juga menjadi agen penjualan tiket kereta api.

B. Lokasi

PT Pusakamitra Nusapertiwi beralamat di Jl. Taman Siswa no. 156 Yogyakarta dengan nomor telepon (62-274) 375998, 383117, 383118 serta nomor faksimili (62-274) 376002. selain itu PT Pusakamitra Nusapertiwi memiliki alamat email yaitu pusaka@indo.net.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi diartikan sebagai gambaran skematis tentang bagan, tanggung jawab, serta tugas antar bagian yang terdapat pada suatu organisasi yang bersangkutan. Struktur organisasi dirancang dan dibangun sesuai dengan perkembangan dan struktur kemampuannya. Struktur organisasi perusahaan dapat juga disusun dengan melihat pola hubungan kerja.

Adapun tugas dari masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

1. Direktur
 - a. Seorang direktur mempunyai tanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan.
 - b. Melaksanakan kepemimpinan dan mengatur staf bawahannya.
 - c. Menentukan kebijaksanaan perusahaan dalam hal keuangan, sistematika kerja, dan kepegawaian.

2. Direktur Operasional

- a. Memberikan kebijakan dan keputusan operasional harian.
- b. Membantu direktur dalam hal pembuatan keputusan yang bersangkutan dengan perusahaan secara keseluruhan.

3. Direktur Pemasaran

- a. Memantau perkembangan pasar dan membuka wawasan kedepan mengenai peluang terbukanya pasar baru.
- b. Membuat jadwal pemasaran yang tepat, misalnya dalam pasar wisata.

4. Direktur Keuangan.

- a. Membantu direktur dalam hal pembuatan keputusan dan kebijakan yang bersangkutan dengan keuangan perusahaan.
- b. Mengawasi seluruh kegiatan keuangan perusahaan dan bertanggung jawab atas kesehatan keuangan terutama untuk arus kas perusahaan.
- c. Menyiapkan cek dan menyelesaikan pembayaran gaji karyawan.
- d. Melaksanakan pembayaran pajak perusahaan.
- e. Melakukan penagihan ke perusahaan lain bila ada.

5. Product dan Quotation.

- a. Membuat produk-produk baru perusahaan dan menyiapkan bahan promosi.
- b. Membuat perhitungan untuk produk yang telah dibuat tersebut dan sekaligus menetapkan harga jual yang akan ditawarkan kepada konsumen.

6. Transportasi.

- a. Mengelola kendaraan operasional perusahaan yang dipakai.
- b. Menyediakan dan menyewa mobil dari perusahaan lain apabila membutuhkan.

D. Personalia

PT Pusakamitra Nusapertiwi mempunyai 10 orang karyawan, diantaranya 6 orang pria dan 4 orang wanita. Jam kerja diatur berdasarkan hari kerja yang telah umum. Untuk masuk pagi dimulai pukul 08.00 – 16.00 WIB dan yang masuk siang dimulai pukul 10.00 – 18.00 WIB. Walaupun hari libur PT Pusakamitra Nusapetiwi mengatur jam untuk giliran piket dan bisa juga karyawan yang menginginkan masuk dan dapat diganti libur untuk hari lainnya.

Dalam sistem pengupahan dan penggajian PT Pusakamitra Nusapetiwi menetapkan sistem sebagai berikut:

1. Gaji pokok

Gaji pokok adalah gaji tetap yang diterima oleh setiap karyawan sesuai dengan pangkat serta golongan dan besarnya tentunya berbeda-beda.

2. Tunjangan Makan.

Tunjangan makan merupakan tunjangan yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan kebutuhan karyawan.

3. Tunjangan transportasi

Tunjangan transportasi merupakan tunjangan yang diberikan kepada karyawan untuk mengganti sejumlah uang yang dikeluarkan selama perjalanan dari rumah sampai ke tempat kerja.

4. Bonus

Bonus adalah uang yang diberikan kepada karyawan karena prestasi kerjanya. Bonus ini besarnya ditentukan oleh perusahaan, tergantung pada saat penjualan meningkat atau menurun dan biasanya akan diberikan per tahun atau per bulan.

Dalam prakteknya pembayaran gaji termasuk tunjangan disatukan dalam paket penerimaan gaji dengan rincian dan diserahkan pada karyawan setiap akhir bulan.

Selain itu PT Pusakamitra Nusapertiwi juga menetapkan peraturan mengenai ijin meninggalkan pekerjaan dengan peraturan sebagai berikut:

1. Karyawan tidak bisa masuk karena sakit, seawal mungkin memberitahukan kepada pimpinan secepat mungkin dan kemudian membuat surat keterangan yang dapat dipertanggung jawabkan bahwa karyawan tersebut benar-benar tidak dapat masuk kerja.
2. Karyawan yang berhalangan masuk kerja karena suatu kepentingan, harus mengajukan ijin terlebih dahulu kepada pimpinan jauh sebelumnya sesuai dengan prosedur yang telah berlaku.

3. Karyawan tidak masuk kerja tanpa menerima ijin terlebih dahulu atau tanpa keterangan yang bisa dipertanggung jawabkan akan dikenakan sanksi sesuai perqaturan yang telah berlaku.

E. Produksi

PT Pusakamitra Nusapertiwi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya jasa pariwisata. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lain maka PT Pusakamitra Nusapertiwi juga menawarkan beberapa jasa diantaranya adalah:

1. Penjualan tiket

Pelayanan penjualan tiket pada PT Pusakamitra Nusapertiwi meliputi penjualan tiket angkutan udara yaitu pesawat dan angkutan darat yaitu kereta api.

2. Perjalanan wisata

Jasa perjalanan wisata pada PT Pusakamitra Nusapertiwi berupa perjalanan wisata untuk mengunjungi objek wisata sesuai dengan permintaan dari konsumen tetapi juga menawarkan beberapa paket yang diantaranya yaitu:

- a. Yogya Package 2 Days
- b. Yogya Package 3 Days
- c. Yogya Solo Package 3 Days
- d. Yogya Solo Package 4 Days
- e. Yogya Dieng Plateau Package 3 Days

- f. Yogya Dieng Plateau Package 4 Days
 - g. Yogya Solo Dieng Package 4 Days
3. Dokumen / Pengurusan visa dan paspor

Perusahaan juga menangani pengurusan visa dan paspor mulai dari pengurusan di kantor imigrasi sampai dengan pengiriman dokumen ke kedutaan.

F. Pemasaran

Semakin banyak berdiri biro perjalanan wisata, maka kondisi tersebut akan menyebabkan persaingan antar biro perjalanan yang sangat ketat. Meningkatnya kemajuan sektor pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan, harus diimbangi dengan peningkatan biro perjalanan wisata baik dalam kualitas maupun kuantitas. Hal ini perlu didorong terus dalam kaitannya untuk memberikan jasa pelayanan pada wisatawan.

Untuk itu kemampuan manajemen dalam menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan perusahaan akan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup biro perjalanan wisata tersebut. Demikian juga PT Pusakamitra Nusapertiwi, untuk mengatasi persaingan maka kualitas pelayanan kepada konsumen adalah nomor satu dan juga menjaga kesepakatan harga dari ASITA dan melakukan promosi.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi adalah sebagai berikut:

1. Periklanan

Periklanan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa perusahaan memberikan pelayanan jasa pariwisata. Dalam usahanya untuk memperkenalkan produknya PT Pusakamitra Nusapertiwi memasang iklan pada buku telepon yaitu pada Yellow Page, surat kabar atau koran dan juga pada penerbit lain yang berkaitan dengan pariwisata.

2. Presentasi

Presentasi merupakan kegiatan dimana pihak dari PT Pusakamitra Nusapertiwi datang mengunjungi perusahaan atau instansi-instansi dan mempromosikan produknya.

3. Pembuatan brosur

Brosur berupa catatan mengenai produk wisata yang ditawarkan PT Pusakamitra Nusapertiwi dan juga pelayanan yang diberikan dengan tujuan supaya konsumen tertarik untuk membeli.

Berkaitan dengan hal diatas PT Pusakamitra Nusapertiwi juga akan bekerjasama dengan Travel Agent luar kota seperti Jakarta dan Bali untuk mempromosikan produknya. Brosur ini dibuat dengan dua bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

4. Pasar wisata

Untuk mempromosikan PT Pusakamitra Nusapertiwi juga mengikuti Pasar wisata baik yang bertaraf nasional maupun internasional.

BAB V

ANALISIS DATA

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif dan komparatif. Teknik deskriptif yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan tarif. Dengan mendeskripsikan data diatas peneliti dapat mengetahui bagaimana penentuan tarif paket perjalanan wisata. Sedangkan teknik komparatif yaitu memahami data dan membandingkan antara hasil temuan lapangan dengan teori yang digunakan yaitu dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

A. Deskripsi Data

1. Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata pada PT Pusakamitra Nusapertiwi

PT Pusakamitra Nusapertiwi merupakan biro perjalanan wisata yang bergerak dalam bidang jasa kepada konsumen. Pelayanan jasa tersebut di antaranya adalah menyusun paket tour yang nantinya akan ditawarkan kepada konsumen. Supaya paket tour tersebut menjadi menarik maka ada beberapa faktor yang harus diperhatikan di antaranya adalah pelayanan/*service*. Dengan *service* yang memuaskan misalnya menyusun tour yang menarik, *guide* yang sopan maka konsumen akan merasa puas.

Konsumen bisa memilih tour karena pelayanan yang baik dan juga karena tarif yang tidak terlalu mahal. Konsumen cenderung untuk memilih tour yang harganya rendah tetapi dengan harga tersebut konsumen sudah merasa puas, juga harga yang tidak terlalu tinggi tetapi pelayanannya sangat memuaskan. Oleh karena itu konsumen bisa memilih tournya berdasar harga dan pelayanan. Konsumen juga akan membandingkan harga dari satu biro perjalanan wisata terhadap biro perjalanan wisata lainnya, tergantung mana yang akan dipilih oleh konsumen. PT Pusakamitra Nusapertiwi menawarkan paket wisata supaya konsumen bisa memilih dan tidak keliru dalam memilih. Paket wisata yang ditawarkan berupa paket tour yang terencana maupun sesuai keinginan konsumen.

Di sini penulis hanya akan membahas paket wisata yang sesuai dengan keinginan konsumen karena dalam paket ini telah terdapat berbagai paket wisata terencana yang ditawarkan kepada konsumen.

Tarif paket wisata ini dibedakan berdasarkan jumlah peserta, jauh dekatnya tempat yang dikunjungi, jumlah objek yang dikunjungi dan lama waktu perjalanan. Besarnya tarif wisata per orang untuk tahun 2003 berlaku dari tanggal 31 Maret 2002 sampai dengan 1 April 2003 menurut PT Pusakamitra Nusapertiwi dapat dilihat pada tabel 5.1.



Tabel 5.1. Tarif sesungguhnya paket tour tahun 2003

No	Nama Paket Wisata	Tarif
1	Yogya Package 2 Days	Rp 410.700,00
2	Yogya Package 3 Days	Rp 667.850,00
3	Yogya Solo Package 3 Days	Rp 711.750,00
4	Yogya Dieng Plateau Package 3 Days	Rp 697.900,00
5	Yogya Solo Package 4 Days	Rp 1.003.600,00
6	Yogya Dieng Plateau Package 4 Days	Rp 989.700,00
7	Yogya Solo Dieng Package 4 Days	Rp 1.008.200,00

Langkah-langkah penyusunan tarif wisata pada PT Pusakamitra Nusapertiwi.

1. Menentukan tempat wisata

Dalam menentukan tempat wisata bagi konsumen, biro perjalanan wisata biasanya menawarkan paket-paket wisatanya baik dalam bentuk brosur maupun iklan dan dari pihak biro perjalanan wisata tidak menentukan sendiri tujuan wisatanya akan melakukan perjalanan berdasarkan pesanan dalam arti berdasarkan konsumen menurut seleranya

2. Menyusun jadwal tour

Dalam membuat jadwal tour hendaknya bisa disesuaikan dengan tempat wisata yang dikunjungi. Misalnya jarak antara satu tempat wisata dengan tempat wisata yang lain jangan terlalu jauh atau dalam satu jalur perjalanan.

3. Menentukan jumlah peseta.

Setelah menentukan tempat wisata yang akan dituju dan membuat jadwal tour maka biro perjalanan wisata akan menentukan jumlah peserta yang akan ikut tour. Apakah tour untuk dua orang atau untuk rombongan, karena akan berkaitan untuk menentukan tarif per peserta tour.

4. Menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menyusun paket wisata.

a Biaya akomodasi hotel.

Konsumen bebas memilih hotel yang akan digunakan tetapi tentu dengan pilihan harga yang berbeda-beda. Dengan adanya perbedaan pemilihan hotel, maka harga jual yang ditawarkan juga berbeda-beda.

b Biaya konsumsi

PT Pusakamitra Nusapertiwi hanya menentukan biaya makan siang selama perjalanan tour, besarnya biaya makan juga berbeda-beda. Bila wisatawan minta makan pagi dan makan malam perusahaan juga melayani, tetapi harus mengeluarkan biaya tambahan untuk makan pagi dan makan malam.

c Biaya transportasi

Untuk menunjang kelancaran usaha pada biro perjalanan wisata yang bergerak dibidang jasa tentunya tidak lepas dari alat transportasi. Pada PT Pusakamitra Nusapertiwi sendiri mempunyai alat transportasi berupa:

Bus besar : 6 unit, bisa mengangkut sebanyak 40 penumpang

Mini bus : 1 unit, bisa mengangkut sebanyak 23 penumpang

Mobil L300 : 3 unit, bisa mengangkut sebanyak 6 penumpang

Besarnya biaya transportasi yang telah ditentukan tergantung dari kendaraan dan juga panjang pendeknya waktu tour. Besarnya biaya untuk mobil L300 diperhitungkan per hari dengan tarif sebesar Rp 300.000,00 sedangkan untuk kendaraan bus mini tarif per hari sebesar Rp 850.000,00 dan bus besar dihitung sebesar Rp 1.300.000,00 per hari.

d *Biaya guide*

Untuk setiap kali tour maka ditentukan satu *guide*. Jadi walaupun peserta tour sedikit atau banyak hanya didampingi oleh satu *guide*. Besarnya biaya *guide* telah ditentukan sebesar Rp 8.000,00 per jam dan per hari sebesar Rp 140.000,00

e *Biaya tiket masuk tempat wisata*

Biaya tiket masuk tempat wisata dihitung per orang dan besar biaya tiket masuk tempat wisata berbeda-beda tergantung dari tempat yang dikunjungi.

f *Biaya parkir*

Untuk kendaraan yang masuk ke tempat wisata semuanya dikenakan biaya parkir. Besarnya biaya parkir berbeda-beda untuk setiap tempat yang dikunjungi.

g *Biaya tip sopir dan kernet*

Dalam menjalankan kendaraan perusahaan memberikan tip sopir dan kernet sesuai dengan tempat yang dituju, pada umumnya perusahaan

memberikan tip sebesar 15% dari harga sewa kendaraan selama kendaraan itu digunakan.

h Biaya Jasa Resiko

Untuk menutup biaya yang kadang-kadang membengkak karena ada biaya yang tak terduga dan harus dikeluarkan, pihak perusahaan menganggarkan dan membebankan pada paket tour. Untuk biaya ini besarnya 10% dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan.

Dalam menentukan tarif paket perjalanan wisata PT Pusakamitra Nusapertiwi memperhitungkan biaya yang dikeluarkan untuk sebuah paket perjalanan wisata. Besar biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing paket tidak sama, biaya-biaya tersebut adalah sebagai berikut:

a. Yogya Package 2 Days / 1 Night (PSK 01)

1) Biaya transportasi	Rp 2.600.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	390.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	4.872.000,00
4) Biaya konsumsi	4.800.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.280.000,00
6) Biaya guide	280.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>1.422.200,00</u>
Total biaya	Rp 15.644.200,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 782.210,00</u>
Tarif paket	Rp 16.426.410,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 410.660,25
Pembulatan	Rp 410.700,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 2 hari maka dihitung,

$$\text{Rp } 1.300.000,00 \times 2 \text{ hari} = \text{Rp } 2.600.000,00$$

- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung sebesar 15% dari keseluruhan harga sewa bis.

$$\text{Rp } 2.600.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 390.000,00$$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 1 \text{ malam}) = \text{Rp } 121.800,00$$

$$\text{Biaya akomodasi hotel} = \text{Rp } 121.800,00 \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 4.872.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 4 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 4.800.000,00$$

e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur (Rp 6.000,00) dan Prambanan (Rp 6.000,00),	Rp 12.000,00
- Candi Pawon (Rp 4.000,00) dan Mendut (Rp 4.000,00)	Rp 8.000,00
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
Total retribusi objek wisata	<u>Rp 32.000,00</u>

Biaya Retribusi objek wisata: Rp 32.000,00 x 40 orang = Rp 1.280.000,00

f) Biaya Guide dihitung,

Rp 140.000,00 x 2 hari = Rp 280.000,00

g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya guide)

Rp 14.222.000,00 x 10% = Rp 1.422.200,00

b. Yogya Package 3 Days / 2 Night (PSK 02)

1) Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00
4) Biaya konsumsi	7.200.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.280.000,00
6) Biaya guide	420.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>2.312.900,00</u>
Total biaya	Rp 25.441.900,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.272.095,00</u>
Tarif paket	Rp 26.713.995,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 667.849,87
Pembulatan	Rp 667.850,00

Keterangan:

a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 3 hari maka perhitungan,

$$\text{Rp } 1.300.000,00 \times 3 \text{ hari} = \text{Rp } 3.900.000,00$$

b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung sebesar 15% dari keseluruhan harga sewa bis.

$$\text{Rp } 3.900.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 585.000,00$$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 2 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 9.744.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 6 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 7.200.000,00$$

- e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Candi Pawon dan Mendut	8.000,00
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
	<hr/>
Total retribusi objek wisata	Rp 32.000,00

Biaya Retribusi objek wisata: $\text{Rp } 32.000,00 \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 1.280.000,00$

- f) Biaya Guide dihitung,

$$\text{Rp } 140.000,00 \times 3 \text{ hari} = \text{Rp } 420.000,00$$

- g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya guide)

$$\text{Rp } 23.129.000,00 \times 10\% = \text{Rp } 2.312.900,00$$

c. Yogya Solo Package 3 Days / 2 Nights(PSK 03)

1) Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00
4) Biaya konsumsi	8.400.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.600.000,00
6) Biaya guide	420.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>2.464.900,00</u>
Total biaya	Rp 27.113.900,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.355.695,00</u>
Tarif paket	Rp 28.469.595,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 711.739,875
Pembulatan	Rp 711.750,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 3 hari maka perhitungan,
 $Rp\ 1.300.000,00 \times 3\ hari = Rp\ 3.900.000,00$
- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung sebesar 15% dari keseluruhan biaya sewa bis.
 $Rp\ 3.900.000,00 \times 15\% = Rp\ 585.000,00$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 2 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 9.744.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 7 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 8.400.000,00$$

- e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Candi Pawon dan Mendut	8.000,00
- Kraton Solo	5.000,00
- Museum Radya Pustaka	3.000,00
- Pasar Triwindu	-
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
Total retribusi objek wisata	<u>Rp 40.000,00</u>

Biaya Retribusi objek wisata: $\text{Rp } 40.000,00 \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 1.600.000,00$

- f) Biaya Guide dihitung,

$$\text{Rp } 140.000,00 \times 3 \text{ hari} = \text{Rp } 420.000,00$$

- g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya guide)

$$\text{Rp } 24.649.000,00 \times 10\% = \text{Rp } 2.464.900,00$$

d. Yogya Dieng Plateau Package 3 Days / 2 Nights (PSK 04)

1) Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00
4) Biaya konsumsi	8.400.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.120.000,00
6) Biaya guide	420.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>2.416.900,00</u>
Total biaya	Rp 26.585.900,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.329.295,00</u>
Tarif paket	Rp 27.915.195,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 697.879,875
Pembulatan	Rp 697.900,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 3 hari maka perhitungan,

$$\text{Rp } 1.300.000,00 \times 3 \text{ hari} = \text{Rp } 3.900.000,00$$

- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung sebesar 15% dari keseluruhan biaya sewa bis.

$$\text{Rp } 3.900.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 585.000,00$$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 2 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 9.744.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 7 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 8.400.000,00$$

- e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Kuil Hindu	4.000,00
- Perkebunan Wonosobo	-
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
	<hr/>
Total retribusi objek wisata	Rp 28.000,00

Biaya Retribusi objek wisata: Rp 28.000,00 x 40 orang = Rp
1.120.000,00

f) Biaya Guide dihitung,

Rp 140.000,00 x 3 hari = Rp 420.000,00

g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus,
biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi,
biaya masuk objek wisata, biaya guide)

Rp 24.169.000,00 x 10% = Rp 2.416.900,00

e. Yogya Solo Package 4 Days / 3 Nights (PSK 05)

1) Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00
4) Biaya konsumsi	12.000.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.600.000,00
6) Biaya guide	560.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>3.475.000,00</u>
Total biaya	Rp 38.231.000,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.911.550,00</u>
Tarif paket	Rp 40.142.550,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 1.003.600,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 4 hari maka perhitungan,

$$\text{Rp } 1.300.000,00 \times 4 \text{ hari} = \text{Rp } 5.200.000,00$$

- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung,

$$\text{Rp } 5.200.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 780.000,00$$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 3 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 14.616.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 10 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 12.000.000,00$$

e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Candi Pawon dan Mendut	8.000,00
- Kraton Solo	5.000,00
- Museum Radya Pustaka	3.000,00
- Pasar Triwindu	-
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
	<hr/>
Total retribusi objek wisata	Rp 40.000,00

Biaya Retribusi objek wisata: Rp 40.000,00 x 40 orang = Rp
1.600.000,00

f) Biaya Guide dihitung,

Rp 140.000,00 x 4 hari = Rp 560.000,00

g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya guide)

Rp 34.750.000,00 x 10% = Rp 3.475.000,00

f. Yogya Dieng Plateau Package 4 Days / 3 Nights (PSK 06)

1) Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00
4) Biaya konsumsi	12.000.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.120.000,00
6) Biaya guide	560.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>3.427.600,00</u>
Total biaya	Rp 37.703.600,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.885.180,00</u>
Tarif paket	Rp 39.588.780,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 989.719,50
Pembulatan	Rp 989.700,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 4 hari maka perhitungan,
 $\text{Rp } 1.300.000,00 \times 4 \text{ hari} = \text{Rp } 5.200.000,00$
- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung,
 $\text{Rp } 5.200.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 780.000,00$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 3 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 14.616.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 10 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 12.000.000,00$$

- e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Kuil Hindu	4.000,00
- Perkebunan Wonosobo	-
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
Total retribusi objek wisata	<u>Rp 28.000,00</u>

$$\text{Biaya Retribusi objek wisata: Rp } 28.000,00 \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 1.120.000,00$$

- f) Biaya Guide dihitung,

$$\text{Rp } 140.000,00 \times 4 \text{ hari} = \text{Rp } 560.000,00$$

- g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya

$$\text{Rp } 34.276.000,00 \times 10\% = \text{Rp } 3.427.600,00$$

g. Yogya Solo Dieng Package 4 Days / 3 Nights (PSK 07)

1) Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00
2) Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00
3) Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00
4) Biaya konsumsi	12.000.000,00
5) Biaya masuk objek wisata	1.760.000,00
6) Biaya guide	560.000,00
7) Biaya jasa resiko	<u>3.491.600,00</u>
Total biaya	Rp 38.407.600,00
Laba (5% x Total biaya)	<u>Rp 1.920.380,00</u>
Tarif paket	Rp 40.327.980,00
Jumlah peserta	<u>40 :</u>
Tarif per peserta	Rp 1.008.199,50
Pembulatan	Rp 1.008.200,00

Keterangan:

- a) Biaya sewa bis dihitung per hari Rp 1.300.000,00 untuk perjalanan 4 hari maka perhitungan,

$$\text{Rp } 1.300.000,00 \times 4 \text{ hari} = \text{Rp } 5.200.000,00$$

- b) Biaya tip sopir dan kernet dihitung,

$$\text{Rp } 5.200.000,00 \times 15\% = \text{Rp } 780.000,00$$

- c) Biaya Akomodasi Hotel dihitung biaya sewa hotel per hari dikali lamanya menginap.

$$(\text{Rp } 121.800,00 \times 3 \text{ malam}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 14.616.000,00$$

- d) Biaya Konsumsi dihitung,

$$(\text{Rp } 30.000,00 \times 10 \text{ kali}) \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 12.000.000,00$$

- e) Biaya Masuk Objek Wisata

Retribusi objek wisata:

- Candi Borobudur dan Prambanan	Rp 12.000,00
- Candi Pawon dan Mendut	8.000,00
- Kuil Hindu	4.000,00
- Perkebunan Wonosobo	-
- Kraton Solo	5.000,00
- Museum Radya Pustaka	3.000,00
- Pasar Triwindu	-
- Kraton Yogyakarta	5.000,00
- Pasar Burung Ngasem	-
- Taman sari	4.000,00
- Perak Kota Gede	3.000,00
	<hr/>
Total retribusi objek wisata	Rp 44.000,00

$$\text{Biaya Retribusi objek wisata: Rp } 44.000,00 \times 40 \text{ orang} = \text{Rp } 1.760.000,00$$

f) Biaya Guide dihitung,

$$\text{Rp } 140.000,00 \times 4 \text{ hari} = \text{Rp } 560.000,00$$

g) Biaya Jasa Resiko dihitung 10% dari total biaya (biaya sewa bus, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya guide)

$$\text{Rp } 34.916.000,00 \times 10\% = \text{Rp } 3.491.600,00$$

2. Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata Menurut Metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*

Penentuan harga merupakan faktor penting manajemen dalam menetapkan harga karena harus dapat menutup biaya dan menghasilkan laba. Keputusan penetapan harga harus mampu menghubungkan tujuan menyeluruh dari perusahaan dengan strategi pemasaran yang tepat. Untuk mencapai laba yang diinginkan maka perusahaan perlu perencanaan dalam penentuan harga jual secara tepat.

PT Pusakamitra Nusapertiwi dalam menentukan harga jual paket perjalanan wisata telah mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan, seperti biaya sewa bus, biaya akomodasi hotel, biaya makan, biaya masuk objek wisata, biaya guide, dan jasa resiko. Walaupun telah memperhitungkan biaya-biaya tersebut, namun kurang memperhitungkan biaya lain yang tidak langsung mempengaruhi harga jual paket perjalanan wisata yang dikeluarkan tiap tahunnya.

Menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* biaya-biaya tersebut harus dibebankan dalam menentukan harga jual paket perjalanan wisata, biaya tersebut antara lain biaya pemasaran, biaya gaji karyawan, biaya telepon, biaya listrik dan air, biaya administrasi dan umum. Dengan demikian biaya tersebut harus diperhitungkan dalam menentukan harga jual paket perjalanan wisata dan biaya-biaya tersebut harus dialokasikan dalam setiap paket wisata.

Dalam penelitian ini penulis meneliti tujuh paket yang ditawarkan yaitu *Yogya Package 2 Days*, *Yogya Package 3 Days*, *Yogya Solo Package 3 Days*, *Yogya Solo Package 4 Days*, *Yogya Dieng Plateau Package 3 Days*, *Yogya Dieng Plateau Package 4 Days*, *Yogya Solo Dieng Package 4 Days*. Dari ketujuh paket tersebut terjual sebanyak 155 paket dalam tahun 2002. Jumlah tour yang telah dilaksanakan pada tahun 2002 dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada tahun 2002 merupakan dasar bagi penentuan harga jual tahun 2003. Penjualan pada tahun 2002 dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2. Penjualan Tarif Paket Perjalanan Wisata tahun 2002

Nama Paket	Kode	Hari	Jumlah Paket Terjual	Jumlah Paket Dalam Hari
Yogya Package 2 Days	PSK 01	2	45	90
Yogya Package 3 Days	PSK 02	3	31	93
Yogya Solo Package 3 Days	PSK 03	3	24	72
Yogya Dieng Plateau Package 3 Days	PSK 04	3	17	51
Yogya Solo Package 4 Days	PSK 05	4	9	36
Yogya Dieng Plateau Package 4 Days	PSK 06	4	13	52
Yogya Solo Dieng Package 4 Days	PSK 07	4	16	64
Jumlah			155	458

Alokasi biaya-biaya tidak langsung kedalam setiap paket dengan cara:

1. Biaya gaji karyawan

Biaya gaji untuk tahun 2002 sebesar Rp 48.000.000,00. Biaya gaji ini menjadi unsur biaya tidak langsung karena berpengaruh tidak langsung terhadap kelancaran wisata yang dilakukan. Biaya gaji karyawan yang dikeluarkan setiap periode tertentu dialokasikan ke dalam setiap paketnya. Alokasi biaya gaji karyawan tahun 2002 dapat dilihat pada tabel 5.3.

Tabel 5.3. Alokasi Biaya Gaji Karyawan Tahun 2002

No	Kode	Hari	Jumlah Paket Terjual	Jumlah Paket dalam Hari	Alokasi Biaya Gaji Karyawan	Biaya Gaji per Paket
	A	B	C	D	E	F
1	PSK 01	2	45	90	Rp 9.432.314,41	Rp 104.803,49
2	PSK 02	3	31	93	9.746.724,89	314.410,48
3	PSK 03	3	24	72	7.545.851,53	314.410,48
4	PSK 04	3	17	51	5.344.978,16	314.410,48
5	PSK 05	4	9	36	3.772.925,76	419.213,97
6	PSK 06	4	13	52	5.449.781,65	419.213,97
7	PSK 07	4	16	64	6.707.423,58	419.213,97
	Jumlah		155	458	Rp 48.000.000,00	Rp 2.305.676,84

Keterangan : $E = D : \sum D \times \text{Total biaya gaji dalam satu tahun}$
 $F = E : C$

2. Biaya Pemasaran

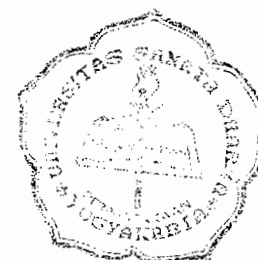
Biaya pemasaran yang dibebankan pada setiap paket adalah sama karena biaya yang meliputi biaya iklan, brosur, dan lain-lain ini ditujukan agar konsumen tertarik untuk membeli paket-paket yang ditawarkan PT Pusakamitra Nusapertiwi tanpa mempertimbangkan panjang pendeknya perjalanan wisata. Biaya pemasaran pada tahun 2002 adalah Rp 6.500.000,00. Alokasi biaya pemasaran untuk paket diatas dapat dilihat pada tabel 5.4.

Tabel 5.4. Alokasi Biaya Pemasaran Tahun 2002

No	Kode	Jumlah Paket Terjual	Alokasi Biaya Pemasaran ($C = B : \sum B \times \text{Total biaya pemasaran}$)
	A	B	C
1	PSK 01	45	Rp 1.887.096,77
2	PSK 02	31	1.300.000,00
3	PSK 03	24	1.006.451,61
4	PSK 04	17	712.903,32
5	PSK 05	9	377.419,35
6	PSK 06	13	545.161,29
7	PSK 07	16	670.967,74
Jumlah		155	Rp 6.500.000,00

3. Biaya Telepon

Jumlah Biaya telepon untuk tahun 2002 adalah Rp 34.700.000,00. Besarnya biaya telepon dibebankan pada tiap paket wisata dan besarnya tergantung dari panjang pendeknya waktu tour. Biaya telepon ini menjadi unsur biaya tidak langsung karena berpengaruh tidak langsung terhadap besarnya tarif paket wisata. Besarnya biaya telepon untuk tiap paket dapat dilihat pada tabel 5.5.



Tabel 5.5. Alokasi Biaya Telepon Tahun 2002

No	Kode	Hari	Jumlah Paket Terjual	Jumlah Paket dalam Hari	Alokasi Biaya Telepon	Biaya Telepon per Paket
	A	B	C	D	E	F
1	PSK 01	2	45	90	Rp 6.818.777,29	Rp 151.528,38
2	PSK 02	3	31	93	7.046.069,86	227.292,57
3	PSK 03	3	24	72	5.455.021,83	227.292,57
4	PSK 04	3	17	51	3.863.973,80	227.292,57
5	PSK 05	4	9	36	2.727.511,00	303.056,76
6	PSK 06	4	13	52	3.939.738,00	303.056,76
7	PSK 07	4	16	64	4.848.908,30	303.056,76
	Jumlah		155	458	Rp 34.700.000,00	Rp 1.742.576

Keterangan : E = D : Σ D x Total Biaya Telepon dalam satu tahun
 F = E : C

4. Biaya Listrik dan Air

Jumlah biaya listrik dan air untuk tahun 2002 adalah Rp 4.500.000,00. Besarnya biaya listrik dan air dibebankan pada tiap paket wisata dan besarnya tergantung dari panjang pendeknya waktu tour. Biaya listrik dan air ini menjadi unsur biaya tidak langsung karena berpengaruh tidak langsung terhadap besarnya tarif paket wisata. Besarnya biaya listrik dan air untuk tiap paket dapat dilihat pada tabel 5.6.

Tabel 5.6. Alokasi Biaya Listrik dan Air Tahun 2002

No	Kode	Hari	Jumlah Paket Terjual	Jumlah Paket dalam Hari	Alokasi Biaya Listrik dan Air	Biaya Listrik dan Air per Paket
	A	B	C	D	E	F
1	PSK 01	2	45	90	Rp 884.279,47	Rp 19.650,65
2	PSK 02	3	31	93	913.755,46	29.475,98
3	PSK 03	3	24	72	707.423,58	29.475,98
4	PSK 04	3	17	51	501.091,70	29.475,98
5	PSK 05	4	9	36	353.711,79	39.301,31
6	PSK 06	4	13	52	510.917,03	39.301,31
7	PSK 07	4	16	64	628.820,96	39.301,31
	Jumlah		155	458	Rp 4.500.000,00	Rp 167.030,56

Keterangan : $E = D : \sum D \times \text{Total Biaya Listrik dan Air dalam satu tahun}$
 $F = E : C$

5. Biaya Administrasi dan Umum.

Jumlah biaya administrai dan umum tahun 2002 adalah Rp 2.800.000,00.

Besarnya biaya administrasi dan umum dibebankan pada tiap paket wisata.

Biaya administrasi dan umum ini menjadi unsur biaya tidak langsung karena berpengaruh tidak langsung terhadap besarnya tarif paket wisata. Besarnya biaya administrasi dan umum untuk tiap paket dapat dilihat pada tabel 5.7.

Tabel 5.7. Alokasi Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2002

No	Kode	Hari	Jumlah Paket Terjual	Jumlah Paket dalam Hari	Alokasi Biaya Administrasi dan Umum	Biaya Administrasi dan Umum per Paket
	A	B	C	D	E	F
1	PSK 01	2	45	90	Rp 550.218,34	Rp 12.277,61
2	PSK 02	3	31	93	568.558,95	18.340,61
3	PSK 03	3	24	72	440.174,67	18.340,61
4	PSK 04	3	17	51	311.790,39	18.340,61
5	PSK 05	4	9	36	220.087,33	24.454,14
6	PSK 06	4	13	52	317.903,93	24.454,14
7	PSK 07	4	16	64	391.266,37	24.454,14
	Jumlah		155	458	Rp 2.800.000,00	Rp 140.611,32

Keterangan : $E = D : \sum D \times \text{Biaya Administrasi dan Umum dalam satu tahun}$
 $F = E : C$

Dalam menganalisa tarif paket perjalanan wisata penulis tetap menggunakan biaya-biaya yang telah dianggarkan oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan menambah biaya-biaya yang seharusnya dibebankan pada tarif paket perjalanan wisata yaitu biaya pemasaran, biaya gaji karyawan, biaya telepon, biaya listrik dan air, biaya administrasi dan umum.

a. Menghitung Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung dari Elemen Biaya per Paket.

Sebelum mencari biaya penuh maka harus dipisahkan antara biaya langsung dan biaya tidak langsung dari elemen biaya per pakatnya untuk lebih jelas dan dapat mempermudah dalam penghitungan.

1. Yogya Package 2 Days (PSK 01)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Package 2 Days dapat dilihat pada tabel 5.8.

Tabel 5.8. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Package 2 Days (PSK 01)

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 2.600.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	390.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	4.872.000,00	
4	Biaya konsumsi	4.800.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.280.000,00	
6	Biaya guide	280.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	1.422.200,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 104.803,49
9	Biaya Pemasaran		1.887.096,77
10	Biaya Telepon		151.528,38
11	Biaya Listrik dan Air		19.650,65
12	Biaya Administrasi dan Umum		12.227,07
	Total	Rp 15.644.200,00	Rp 2.175.300,00

2. Yogya Package 3 Days (PSK 02)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Package 3 Days dapat dilihat pada tabel 5.9.

Tabel 5.9. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Yogya Package 3 Days (PSK 02)

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00	
4	Biaya konsumsi	7.200.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.280.000,00	
6	Biaya guide	420.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	2.312.900,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 314.410,48
9	Biaya Pemasaran		1.300.000,00
10	Biaya Telepon		227.292,57
11	Biaya Listrik dan Air		29.475,98
12	Biaya Administrasi dan Umum		18.304,61
	Total	Rp 25.441.900,00	Rp 1.889.500,00

3. Yogya Solo Package 3 Days (PSK 03)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Solo Package 3 Days dapat dilihat pada tabel 5.10.

**Tabel 5.10. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung
Yogya Solo Package 3 Days (PSK 03)**

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00	
4	Biaya konsumsi	8.400.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.600.000,00	
6	Biaya guide	420.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	2.464.900,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 314.410,48
9	Biaya Pemasaran		1.006.451,61
10	Biaya Telepon		227.292,57
11	Biaya Listrik dan Air		29.475,98
12	Biaya Administrasi dan Umum		18.304,61
	Total	Rp 27.113.900,00	Rp 1.595.900,00

4. Yogya Dieng Plateau Package 3 Days (PSK 04)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Dieng Plateau Package 3 Days dapat dilihat pada tabel 5.11.

**Tabel 5.11. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung
Yogya Dieng Plateau Package 3 Days (PSK 04)**

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 3.900.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	585.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	9.744.000,00	
4	Biaya konsumsi	8.400.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.120.000,00	
6	Biaya guide	420.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	2.416.900,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 314.410,48
9	Biaya Pemasaran		712.903,32
10	Biaya Telepon		227.292,57
11	Biaya Listrik dan Air		29.475,98
12	Biaya Administrasi dan Umum		18.304,61
	Total	Rp 26.585.900,00	Rp 1.302.400,00

5. Yogya Solo Package 4 Days (PSK 05)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Solo Package 4 Days dapat dilihat pada tabel 5.12.

**Tabel 5.12. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung
Yogya Solo Package 4 Days (PSK 05)**

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00	
4	Biaya konsumsi	12.000.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.600.000,00	
6	Biaya guide	560.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	3.475.000,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 419.213,97
9	Biaya Pemasaran		377.419,35
10	Biaya Telepon		303.056,76
11	Biaya Listrik dan Air		39.301,31
12	Biaya Administrasi dan Umum		24.454,14
	Total	Rp 38.231.000,00	Rp 1.163.500,00

6. Yogya Dieng Plateau Package 4 Days (PSK 06)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Dieng Plateau Package 4 Days dapat dilihat pada tabel 5.13.

**Tabel 5.13. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung
Yogya Dieng Plateau Package 4 Days (PSK 06)**

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00	
4	Biaya konsumsi	12.000.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.120.000,00	
6	Biaya guide	560.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	3.427.600,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 419.213,97
9	Biaya Pemasaran		545.161,29
10	Biaya Telepon		303.056,76
11	Biaya Listrik dan Air		39.301,31
12	Biaya Administrasi dan Umum		24.454,14
	Total	Rp 37.703.600,00	Rp 1.331.200,00

7. Yogya Solo Dieng Package 4 Days (PSK 07)

Untuk mengetahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung dari Yogya Solo Dieng Package 4 Days dapat dilihat pada tabel 5.14.

**Tabel 5.14. Tabel Total Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung
Yogya Solo Dieng Package 4 Days (PSK 07)**

No	Elemen Biaya	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung
1	Biaya transportasi	Rp 5.200.000,00	
2	Biaya tip sopir dan kernet	780.000,00	
3	Biaya akomodasi hotel	14.616.000,00	
4	Biaya konsumsi	12.000.000,00	
5	Biaya masuk objek wisata	1.760.000,00	
6	Biaya guide	560.000,00	
7	Biaya Jasa Resiko	3.491.600,00	
8	Biaya Gaji Karyawan		Rp 419.213,97
9	Biaya Pemasaran		670.967,74
10	Biaya Telepon		303.056,76
11	Biaya Listrik dan Air		39.301,31
12	Biaya Administrasi dan Umum		24.454,14
	Total	Rp 38.407.600,00	Rp 1.457.000,00

b. Menghitung Biaya Penuh dari Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung

Untuk mendapatkan total dari biaya penuh per paket dapat diperoleh dari menjumlahkan total biaya langsung dengan total biaya tidak langsung tiap paketnya. Total biaya penuh dapat dilihat pada tabel 5.15.

Tabel 5.15. Total Biaya Penuh

No	Kode	Biaya Langsung	Biaya tidak Langsung	Biaya Penuh (D = B + C)
	A	B	C	D
1	PSK 01	Rp 15.644.200,00	Rp 2.175.300,00	Rp 17.819.500,00
2	PSK 02	25.441.900,00	1.889.500,00	27.331.400,00
3	PSK 03	27.113.900,00	1.595.900,00	28.709.800,00
4	PSK 04	26.585.900,00	1.302.400,00	27.888.300,00
5	PSK 05	38.231.000,00	1.163.500,00	39.394.500,00
6	PSK 06	37.703.600,00	1.331.200,00	39.034.800,00
7	PSK 07	38.407.600,00	1.457.000,00	39.864.600,00

c. Menghitung Besarnya Laba yang Diharapkan

Laba yang diharapkan oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi sebesar 5% dari biaya penuh. Laba yang diharapkan dari masing-masing paket dapat dilihat pada tabel 5.16.

Tabel 5.16. Laba yang Diharapkan

No	Kode	Biaya Penuh	Laba yang Diharapkan (5% x B)
	A	B	C
1	PSK 01	Rp 17.819.500,00	Rp 890.975,00
2	PSK 02	27.331.400,00	1.366.600,00
3	PSK 03	28.709.800,00	1.435.500,00
4	PSK 04	27.888.300,00	1.394.400,00
5	PSK 05	39.394.500,00	1.969.725,00
6	PSK 06	39.034.800,00	1.951.750,00
7	PSK 07	39.864.600,00	1.993.200,00

d. Menghitung Persentase Mark-up

Rumus yang digunakan untuk mencari prosentase *mark-up* adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ Mark-up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung}}$$

Besarnya *mark-up* untuk tiap paket adalah sebagai berikut:

1. PSK 01

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 890.975,00 + \text{Rp } 2.175.300,00}{\text{Rp } 15.644.200,00} \times 100 \% \\ &= 19,6 \% \end{aligned}$$

2. PSK 02

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.366.600,00 + \text{Rp } 1.889.500,00}{\text{Rp } 25.441.900,00} \times 100 \% \\ &= 12,7982 \% \end{aligned}$$

3. PSK 03

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.435.500,00 + \text{Rp } 1.595.900,00}{\text{Rp } 27.113.900,00} \times 100 \% \\ &= 11,1802 \% \end{aligned}$$

4. PSK 04

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.394.400,00 + \text{Rp } 1.302.400,00}{\text{Rp } 26.585.900,00} \times 100 \% \\ &= 10,1347 \% \end{aligned}$$

5. PSK 05

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.969.725,00 + \text{Rp } 1.163.500,00}{\text{Rp } 38.231.000,00} \times 100 \% \\ &= 8,1955 \% \end{aligned}$$

6. PSK 06

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.951.750,00 + \text{Rp } 1.331.200,00}{\text{Rp } 37.703.600,00} \times 100 \% \\ &= 8,7072 \% \end{aligned}$$

7. PSK 07

$$\begin{aligned} \% \text{ mark-up} &= \frac{\text{Rp } 1.993.200,00 + \text{Rp } 1.457.000,00}{\text{Rp } 38.407.600,00} \times 100 \% \\ &= 8,9831 \% \end{aligned}$$

Untuk memperoleh jumlah rupiah besarnya *mark-up* dapat dihitung dengan cara mengalikan prosentase *mark-up* dengan total biaya langsung. Besarnya *mark-up* dapat dilihat pada tabel 5.17.

Tabel 5.17. Mark-up

No	Kode	Biaya Langsung	% mark-up	Mark-up
	A	B	C	D
1	PSK 01	Rp 15.644.200,00	19,6 %	Rp 3.066.300,00
2	PSK 02	25.441.900,00	12,7982 %	3.256.100,00
3	PSK 03	27.113.900,00	11,1802 %	3.031.400,00
4	PSK 04	26.585.900,00	10,1347 %	2.694.400,00
5	PSK 05	38.231.000,00	8,1955 %	3.133.200,00
6	PSK 06	37.703.600,00	8,7072 %	3.282.900,00
7	PSK 07	38.407.600,00	8,9831 %	3.450.200,00

e. Menghitung Tarif Wisata per Seat

Tarif paket wisata per seat diperoleh dengan menjumlahkan total biaya langsung dengan *mark-up*, kemudian dibagi dengan kapasitas penumpang bus yaitu 40 seat. Perhitungan untuk tarif wisata per seat dapat dilihat pada tabel 5.18.

Tabel 5.18. Tarif Paket per Seat

No	Kode	Biaya Langsung (Rp)	Mark-up (Rp)	Tarif B + C (Rp)	Tarif per Seat D : 40 (Rp)
	A	B	C	D	E
1	PSK 01	15.644.200	3.066.300	18.710.500	467.800
2	PSK 02	25.441.900	3.256.100	28.698.000	717.450
3	PSK 03	27.113.900	3.031.400	30.145.300	753.600
4	PSK 04	26.585.900	2.694.400	29.280.800	732.000
5	PSK 05	38.231.000	3.133.200	41.364.200	1.034.100
6	PSK 06	37.703.600	3.282.900	40.986.500	1.024.700
7	PSK 07	38.407.600	3.450.200	41.857.800	1.046.450

3. Analisis kritis perbedaan antara penentuan paket perjalanan wisata menurut perusahaan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Komponen biaya menurut perusahaan adalah biaya sewa bis, biaya akomodasi hotel, biaya makan, biaya masuk objek wisata, biaya guide, dan jasa resiko. Sedangkan komponen biaya yang menentukan besarnya tarif paket perjalanan wisata dalam metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* adalah

biaya sewa bis, biaya akomodasi hotel, biaya makan, biaya masuk objek wisata, biaya guide, dan jasa resiko dan masih ditambah dengan biaya tidak langsung yaitu biaya pemasaran, biaya gaji karyawan, biaya telepon, biaya listrik dan air, biaya administrasi dan umum.

4. Perbandingan Tarif Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*

- a. Dengan cara melakukan pengujian hipotesa yang akan digunakan untuk menguji besarnya tarif yang ditetapkan oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan besarnya tarif yang dihitung menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Pengujian hipotesa yang akan digunakan adalah uji hipotesa Beda Dua Rata-rata Berpasangan yaitu apabila dua sampel yang digunakan untuk menguji hipotesa nol (H_0) bahwa $\mu_1 = \mu_2$ menunjukkan hasil observasi yang berpasangan.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

Merumuskan Hipotesa nol (H_0) dan Hipotesa alternatif (H_1)

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ μ_1 : Perhitungan menurut perusahaan

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ μ_2 : Perhitungan menurut hasil penelitian

Digunakan pengujian dua sisi.

b. Menentukan daerah kritis pada tingkat kepercayaan 5%.

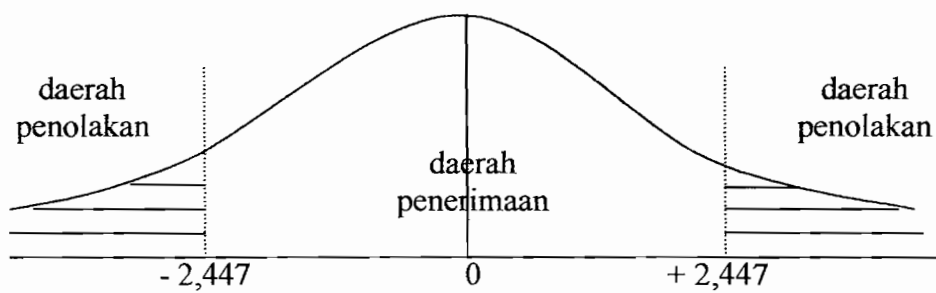
Nilai $t(\alpha/2, n-1)$, sampel yang digunakan 7, maka nilai table t adalah:

$$= \pm t(\alpha/2, n-1)$$

$$= \pm t(5\%/2, 7-1)$$

$$= \pm t(0,025, 6)$$

$$= \pm 2,447$$



H_0 diterima apabila $-2,447 < t < 2,447$

H_0 ditolak apabila $t > 2,447$ atau $t < -2,447$

c. Perhitungan nilai t dari sampel

Tabel 5.19. Perhitungan Nilai t

Nama	Tarif menurut perusahaan	Tarif menurut teori	D	(D - \bar{D})	(D - \bar{D}) ²
PSK 01	Rp 410.700,00	Rp 467.800,00	- 57.100	- 16.200	262.440.000
PSK 02	667.850,00	717.450,00	- 49.600	- 8.700	75.690.000
PSK 03	711.750,00	753.600,00	- 41.850	- 950	902.500
PSK 04	697.900,00	732.000,00	- 34.100	6.800	46.240.000
PSK 05	1.003.600,00	1.034.100,00	- 30.500	10.400	108.160.000
PSK 06	989.700,00	1.024.700,00	- 35.000	5.900	34.810.000
PSK 07	1.008.200,00	1.046.450,00	- 38.250	2.650	7.022.500
Rata-Rata	Rp 784.250,00	Rp 825.150,00	Σ - 286.400		Σ 535.265.000

$$\begin{aligned}\bar{D} &= \frac{\sum D}{n} \\ &= \frac{-286.400}{7} \\ &= -40.900\end{aligned}$$

$$\begin{aligned} S_D &= \sqrt{\frac{\sum (D - \bar{D})^2}{n-1}} \\ &= \sqrt{\frac{535.265.000}{7-1}} \\ &= \sqrt{\frac{535.265.000}{6}} \\ &= \sqrt{89.210.833,3333} \\ &= 9.445,1487 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} t &= \frac{\bar{D}}{S_D / \sqrt{n}} \\ &= \frac{-40.900}{9.445,1487 / \sqrt{7}} \\ &= \frac{-40.900}{3.569,9306} \\ &= -11,4568 \end{aligned}$$

- d. Pengambilan kesimpulan, apakah hipotesis diterima atau ditolak.

Karena nilai t hitung (-11,4568) lebih kecil dari t tabel (-2,447), maka H_0 berada pada daerah penolakan jadi menunjukkan adanya perbedaan harga yang signifikan antara harga menurut perusahaan dengan harga menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Terjadi perbedaan harga yang signifikan karena ada perbedaan perhitungan pembebanan biaya antara tarif menurut PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Perbedaan itu terjadi pada perhitungan antara laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan perhitungan biaya tidak langsung dan persentase laba yang akan digunakan untuk mencari besarnya *mark-up* pada perhitungan menurut teori. Antara laba yang diharapkan perusahaan dengan besarnya *mark-up* yang dihitung menurut teori adalah penyebab terjadinya perbedaan harga yang signifikan.

BAB VI

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Ada perbedaan yang signifikan antara tarif menurut PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Kesimpulan bahwa terdapat perbedaan harga yang signifikan karena komponen biaya untuk menentukan tarif paket wisata menurut PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* berbeda. Pada tarif PT Pusakamitra Nusapertiwi komponen biaya adalah biaya transportasi, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya *guide*, dan biaya jasa resiko. Sedangkan tarif yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* komponen biayanya adalah biaya transportasi, biaya tip sopir dan kernet, biaya akomodasi hotel, biaya konsumsi, biaya masuk objek wisata, biaya *guide*, biaya jasa resiko, dan masih ditambah dengan komponen biaya tidak langsung seperti biaya gaji karyawan, biaya pemasaran, biaya telepon, biaya listrik dan air, dan biaya administrasi dan umum.

Dalam menentukan besarnya biaya, PT Pusakamitra Nusapertiwi menaikkan sebagian tarifnya dari harga yang sesungguhnya misalnya biaya akomodasi hotel, tetapi tidak memasukkan komponen biaya tidak langsung dalam

paket wisata. Dengan kebijakan menaikkan biaya diharapkan dapat menutup biaya-biaya lain yang tidak dibebankan. Sedangkan dalam metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* besarnya biaya yang digunakan juga sama dengan yang dipakai oleh PT Pusakamitra Nusapertiwi tetapi masih ditambah lagi dengan biaya tidak langsung.

Setelah dilakukan analisis dapat disimpulkan bahwa besarnya tarif paket perjalanan wisata menurut perusahaan tidak tepat dan lebih rendah bila dibandingkan dengan perhitungan tarif menurut teori. Hal ini dibuktikan dari perhitungan nilai t hitung (-11,4568) lebih kecil dari t tabel (-2,447), maka H_0 berada pada daerah penolakan jadi menunjukkan adanya perbedaan harga yang signifikan antara harga menurut PT Pusakamitra Nusapertiwi dengan harga menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data berkaitan dengan penentuan tarif dari PT Pusakamitra Nusapertiwi yang bersifat fluktuatif karena tarif selalu dihitung ulang tergantung pesanan dari konsumen dan waktu pemesanan yang berbeda-beda.

T-Test

Paired Samples Statistics

	Pair 1	
	PUSAKA	TEORI
Mean	784242.86	825157.14
N	7	7
Std. Deviation	225934.67	218154.62
Std. Error Mean	85395.280	82454.696

Paired Samples Correlations

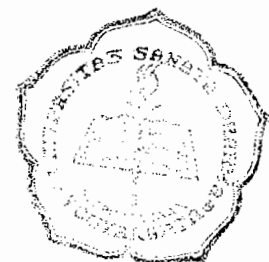
	Pair 1
	PUSAKA & TEORI
N	7
Correlation	1.000
Sig.	.000

Paired Samples Test

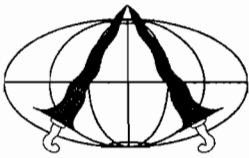
		Pair 1
		PUSAKA - TEORI
Paired Differences	Mean	-40914.2857
	Std. Deviation	9445.1361
	Std. Error Mean	3569.9259
	95% Confidence Interval of the Difference	
	Lower	-49649.5796
	Upper	-32178.9918
t		-11.461
df		6
Sig. (2-tailed)		.000

DAFTAR PUSTAKA

- Dewayani, Ignatia Anita. (1998). *Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata*. Skripsi: Fakultas Ekonomi USD.
- Hansen, Don. R. & Mryanne. M. Mowen. (2000). *Management Accounting (Edisi Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Jeromi, E. Charty. MC. (1995). *Intisari Pemasaran: Sebuah Ancangan Managerial Global*. Bandung: Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip. (1989). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perancangan dan Pengendalian (Edisi II)*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Kristantiana, Emmanuel. (1998). *Evaluasi Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata*. Skripsi: Fakultas Ekonomi USD.
- Kristianti, Fransisca Sari. (2001). *Evaluasi Penentuan Tarif Sewa Bis Wisata*. Skripsi: Fakultas Ekonomi USD.
- Mulyadi. (1990). *Akuntansi Biaya (Edisi 4)*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen (Edisi 4)*. Yogyakarta: Bagian Penerbit-UGM.
- Poynter, M. James. (1993). *Tour Design: Marketing and Management*. New Jersey: Prentise Hall.
- Swastha, Basu dan Irwan. (1984). *Manajemen Pemasaran (Edisi 2)*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. (1993). *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern (Edisi 3)*. Yogyakarta: Liberty.
- Supriyono. (1987). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. (Edisi II)*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi.



- Supriyono. (1993). *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan (Edisi 1)*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Spillane, J. James. (1987). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Strategi Pemasaran (Edisi I)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyaningsih, Yulia. (1999). *Evaluasi Terhadap Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata*. Skripsi: Fakultas Ekonomi USD.
- Woodward, H. Frank. (1986). *Management Transport*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Yoeti, A. Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Yudianti, Ninik. (1997). *Tariff Confidential: Makalah Kursus Manajemen Tour dan Travel*. Yogyakarta: P₃Par. USD.



WE ARE HERE TO SERVE

BIRO PERJALANAN UMUM

PUSAKA TOURS

Jl. Taman Siswa 156, Yogyakarta 55151 Indonesia

Phone : 62 274 375998 (3 Lines), 383117. Fax : 62 274 376022

E-mail : pusaka@indo.net.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : M. Sukron
Jabatan : Tour Operator

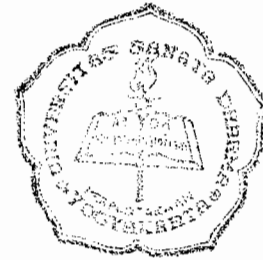
Menyatakan bahwa :

Nama : Aloisius Arif Rahardjo
NIM : 982114080
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS SANATA DHARMA
Jurusan : S1 – Fakultas Ekonomi

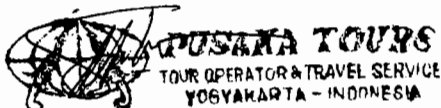
Mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan penelitian di perusahaan kami selama 2 bulan

Demikian surat keterangan dari kami , semoga bisa dipakai dengan semestinya

Yogyakarta , 27 Februari 2004



Hormat kami



M. Sukron
Tour Operator

