

**EVALUASI TARIF JASA SERVICE  
DENGAN METODE  
HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN  
STUDI KASUS PADA BENGKEL SURYA MOTOR  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



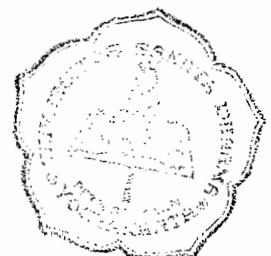
Oleh :

**STEFANUS INDAH KURNIAWAN**

**NIM : 98 2114 103**

**NIRM : 980051121303120102**

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



**SKRIPSI**  
**EVALUASI TARIF JASA SERVICE**  
**DENGAN METODE HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN**  
**STUDI KASUS PADA BENGKEL SURYA MOTOR**  
**YOGYAKARTA**

**Oleh :**

**Stefanus Indah Kurniawan**

**NIM : 98 2114 103**

**NIRM : 980051121303120102**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**



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

**Tanggal 18 Maret 2004**

**Pembimbing II**



**Drs. EdiKustanto., M.M.**

**Tanggal 14 April 2004**

**SKRIPSI**

**EVALUASI TARIF JASA SERVICE  
DENGAN METODE HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN  
STUDI KASUS PADA BENGKEL “SURYA MOTOR”  
YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

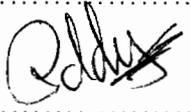
STEFANUS INDAH KURNIAWAN

NIM : 98 2114 103

NIRM : 980051121303120102

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 23 Juni 2004  
Dan dinyatakan memenuhi syarat

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

	Nama Lengkap	Tanda tangan
KETUA	Firma Sulistyowati, S.E., M.Si	
SEKRETARIS	Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.	
ANGGOTA	Lilis Setiawati, SE., M.Si., Akt.	
ANGGOTA	Drs. Edi Kustanto, M.M.	
ANGGOTA	Ir. Drs. Hansiadi Y.H., M.Si., Akt.	

Yogyakarta 30 Juni 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan

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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jagalah hatimu dengan segala kewaspadaan, karena dari situlah terpancar kehidupan (Amsal 4 : 23).

Berpeganglah pada didikan, janganlah melepaskannya, peliharalah dia, karena dialah hidupmu (Amsal : 13).

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Tuhan Yesus Kristus
- Mama dan Papa tercinta
- Kakak-kakakku tersayang
- Keponaanku tersayang
- Kekasihku yang aku cintai

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

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

Yogyakarta, 30 Juni 2004

Penulis

Stefanus Indah Kurniawan

## **ABSTRAK**

### **EVALUASI TARIF JASA SERVICE DENGAN METODE HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN Studi Kasus Pada Bengkel Surya Motor Yogyakarta**

**Stefanus Indah Kurniawan  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2004**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan tarif service yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini bengkel Surya Motor, sudah tepat atau belum. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif, yaitu penyajian data dan prosedur penentuan tarif servis, baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun dengan perhitungan berdasarkan metode harga jual waktu dan bahan. Kemudian teknik komparatif digunakan untuk membandingkan antara hasil penelitian atau temuan lapangan dengan hasil yangtelah diperoleh berdasarkan perhitungan dengan metode harga jual waktu dan bahan.

Hasil perbandingan antara tarif service menurut perusahaan dan menurut metode harga jual waktu dan bahan menunjukkan selisih nilai atau terdapat perbedaan namun setelah dilakukan pengujian dengan distribusi t, diperoleh kesimpulan yang menyebutkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tarif servis pada perusahaan dengan menurut kajian teori.

## **ABSTRACT**

### **EVALUATION ON THE SERVICE TARIFF USING THE TIME AND MATERIAL PRICING METHOD A Case Study at Surya Motor Workshop Yogyakarta**

**Stefanus Indah Kurniawan  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2004**

The aim of this research was to examine whether the determination of the tariff of services performed by Surya Motor Workshop had been appropriate. This research was a field and case study, the data were gathered by interview, observation and documentation.

Descriptive and comparative techniques were used to analyze the data. A descriptive technique was used to present the data and the procedures in determining the tariff of services performed by the company and the one calculated by using the time and material pricing method. Then a comparative technique was used to compare the findings in the field to the results of calculation using the time and material pricing method.

The results of comparison between the tariff of services performed by the company and the one calculated by using the time and material pricing method showed some differences. After the application of the t test, however, the conclusion showed that there were no significant differences between the services tariff charged by the firm and the one resulted from the theoretical review.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa Yang Maha Kasih, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Dalam mempersiapkan, menyusun, serta menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak yang bermanfaat bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Hg. Suseno TW., M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
2. Ibu Fr. Reni Retno A., S.E., M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma.
3. Ibu Lilis Setiawati., S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Edi Kustanto., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Y.H., M.Si., Akt. yang telah memberi masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang telah banyak membantu selama penulis menuntut ilmu di Universitas Sanata Dharma.
7. Segenap pimpinan, staf, dan karyawan Bengkel Surya Motor khususnya kepada Bapak Andreas Yessy Djohan, yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan memberikan bantuan kepada penulis didalam mendapatkan data guna penyusunan skripsi ini.
8. Mama, Papa, Kakak-kakakku Andri, Yani, Deni, Ema, Yusup, Keponaanku, Kevin, Yoga, Grace, dan Keluarga Besar yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.
9. Agnes yang dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan perhatian selalu mendorong dan memberikan semangat, sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Budi, Iik, Peyek, Arjo, Andri Jenggot, Ari Kalimantan, Ari Kunto, Ajik, Kotep, Sarjito, Sigit Novi, Stepa, dan teman-teman Akt B 98 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan memerlukannya.

Yogyakarta, 30 Juni 2004

Penulis

Stefanus Indah Kurniawan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
A. Harga Jual .....	8
B. Orientasi Dalam Menetapkan Harga .....	14



C. Jasa.....	15
D. Biaya.....	16
E. Metode Harga Jual.....	22
F. Perumusan Hipotesa.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	29
C. Subyek dan Obyek Penelitian .....	29
D. Data yang Dibutuhkan.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>35</b>
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	35
B. Lokasi Perusahaan .....	36
C. Struktur Organisasi.....	37
D. Personalia.....	38
E. Produksi.....	40
F. Permodalan .....	40
G. Pemasaran .....	40
<b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Deskripsi Data.....	42
B. Analisis Data .....	43
C. Pembahasan.....	53

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Keterbatasan Penelitian.....	60
C. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel V.1 Tarif tahun 2003.....	44
Tabel V.2 Anggaran Pendapatan dan Pengeluaran Periode th 2002.....	46
Tabel V.3 Prosentase Perbedaan.....	54
Tabel V.4 Perbandingan Tarif Servis Menurut Perusahaan dan Menurut Teori.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Daerah Penerimaan $H_0$ dan Penolakan $H_1$ .....	33
Gambar V.1 Daerah Penerimaan $H_0$ dan Penolakan $H_1$ .....	57

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sebagai salah satu bagian di dalam perusahaan manajemen mempunyai peranan penting bagi terselenggaranya kegiatan perusahaan. Salah satu peranan manajemen di dalam perusahaan adalah menetapkan harga. Penetapan harga sebagai salah satu unsur pemasaran, merupakan keputusan yang tidak boleh diabaikan oleh manajemen, karena akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang akan dicapai perusahaan. Penetapan harga jual merupakan suatu keputusan yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan, karena harga jual merupakan dasar bagi konsumen dalam pemilihan dan pada akhirnya dalam pengambilan keputusan. Penetapan harga jual yang menguntungkan juga tidak lepas pada pertimbangan mengenai biaya. Mulyadi (1992: 260) mengemukakan satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi dan berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya.

Dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka pola pikir masyarakat semakin maju dan kritis. Di dalam menetapkan harga jual perusahaan harus menetapkannya secara tepat, karena penentuan harga jual yang tepat dapat menarik serta memuaskan konsumen sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu keputusan di dalam menentukan harga jual bukan dibuat berdasarkan perkiraan, tapi harus dengan perhitungan

yang akurat. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat menetapkan harga jual yang paling tepat. Dalam penetapan harga jual ada dua pendekatan yang digunakan, yaitu pendekatan biaya dan pendekatan pasar atau persaingan (Swastha dan Ibnu, 1988: 215).

Pada dasarnya dalam keadaan normal harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh perusahaan dan menghasilkan laba. Biaya penuh merupakan total biaya yang bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut (Mulyadi, 1993: 50). Apabila harga jual yang ditetapkan tidak dapat menutup biaya yang dikorbankan, maka perusahaan akan mengalami kerugian dan tidak dapat berkembang. Oleh karena itu harga jual harus dapat memuat unsur biaya yang dikorbankan.

Di dalam penentuan harga jual pada perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa service tidak banyak masalah. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran produk atau jasa di pasaran. Biasanya perusahaan yang secara langsung dapat mempengaruhi harga jual suatu produk atau jasa akan dihadapkan pada masalah bagaimana menentukan harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya. Dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan.

Mulyadi (1992: 26) mengemukakan bahwa ada empat macam metode untuk menetapkan harga jual. Pertama, penetapan harga jual dalam keadaan normal. Kedua, penetapan harga jual dalam *cost-type contract*. Ketiga penetapan harga jual pesanan khusus. Keempat, penetapan harga jual produk

dan jasa perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah. Berkaitan dengan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penetapan harga jual dalam keadaan normal, yaitu dikhususkan pada penetapan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*).

Penentuan harga jual berdasarkan waktu dan bahan (*time and material pricing*) adalah salah satu metode penentuan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa reparasi, seperti bengkel mobil, bengkel motor, reparasi alat-alat elektronik, bidang percetakan, kantor akuntan, praktker dokter dan perusahaan jasa lainnya. Metode penentuan harga jual waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat dipakai dan diterapkan sebagai dasar penentuan harga jual waktu dan bahan dari jasa reparasi atau servis kendaraan bermotor, serta harga jual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa, khususnya pada bengkel sepeda motor. Bengkel sepeda motor adalah suatu unit usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa servis atau reparasi untuk kendaraan roda dua atau sepeda motor. Pada umumnya istilah reparasi sering di samaartikan dengan servis, yaitu kegiatan perawatan dan perbaikan terhadap barang yang rusak atau kurang sempurna.

Pemimpin perusahaan sangat membutuhkan informasi yang dihasilkan dari metode ini yang menjadi dasar di dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual dari jasa reparasi yang dapat memberi nilai tambah bagi perusahaan selain laba yang di dapat, seperti contoh kepercayaan pelanggan untuk selalu mereparasi sepeda motornya dibengkel perusahaan.

Hal ini dapat mendukung perusahaan guna mempertahankan dan memajukan usahanya disamping adanya persaingan yang ketat dari bengkel-bengkel lain.

Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa, dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen. Untuk itu perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen. Pada umumnya harga jual waktu servis diistilahkan dengan ongkos atau tarif servis seperti yang dipakai pada bengkel-bengkel sepeda motor. Tarif servis didefinisikan sebagai jumlah nilai yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pihak pelanggan atau konsumen atas jasa yang diberikan dengan berdasarkan jam kerja tenaga kerja langsung.

Dengan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “EVALUASI TARIF JASA SERVIS DENGAN METODE HARGA JUAL WAKTU DAN BAHAN”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut. Apakah tarif jasa service pada bengkel Surya Motor sudah tepat dan sesuai dengan pendekatan *time and material pricing*?

### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas tarif jasa service dengan pendekatan *time and material pricing*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tarif jasa service sudah tepat menurut pendekatan *time and material pricing*.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Perusahaan

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

#### 2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini dapat menjadi koleksi kepustakaan dan dapat membantu dalam penelitian selanjutnya.

#### 3. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini, penulis memperoleh pengalaman dan dapat menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **Bab I. Pendahuluan**

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

### **Bab II. Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar dalam mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

### **Bab III. Metodologi Penelitian**

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

### **Bab IV. Gambaran Umum Perusahaan**

Dalam bab ini diuraikan tentang data-data yang diperoleh dari perusahaan tempat penelitian berlangsung, meliputi sejarah perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, personalia, produksi, dan pemasaran perusahaan.

### **Bab V. Analisis Data dan Pembahasan**

Dalam bab ini diuraikan tentang analisis data yang diperoleh dari perusahaan dengan mendasarkan pada teknik analisis data yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan teori yang ada.

## Bab VI. Penutup

Berdasarkan analisis dan pembahasan data hasil penelitian, maka dalam bab ini diuraikan kesimpulan yang dapat diambil dan memberikan saran-saran yang sekiranya dapat berguna bagi perusahaan. Selain itu dalam bab ini juga diuraikan keterbatasan penelitian dalam memperoleh data-data yang diperlukan untuk melakukan penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Harga Jual**

Dalam suatu unit usaha, untuk mencapai suatu tujuan, perusahaan perlu melakukan berbagai kegiatan, yang salah satunya adalah melakukan kegiatan penentuan harga jual. Di dalam menentukan harga jual harus dibuat berulang-ulang, hal ini disebabkan harga jual dipengaruhi oleh faktor baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Permintaan dan penawaran merupakan faktor penentu di dalam penetapan harga, namun penetapan harga jual yang menguntungkan juga tergantung pada pertimbangan mengenai biaya.

Harga mempunyai pengertian yang luas, untuk memahami harga kita lihat beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli :

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang atau jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. (Sudarsono, 1994: 224)

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. (Tjiptono, 1995: 11)

Harga jual adalah sejumlah moneter yang dibebankan oleh suatu inti usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. (Supriyono, 1987: 332)

#### **1. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penentuan harga jual**

Dalam menentukan harga jual manajer suatu perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal yang berkaitan dengan laba yang diharapkan (Mulyadi, 1993: 352):

- *Cost of capital*, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan investasi sebuah perusahaan, yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiiva yang ditanamkan dalam perusahaan .
- Resiko bisnis, semakin besar resiko bisnis yang dihadapi oleh suatu perusahaan, maka semakin besar pula yang ditanamkan pada *cost of capital* dalam memperhitungkan laba yang diharapkan.
- Besarnya *Capital Employed*, jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa yang merupakan faktor penentu besarnya laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

Banyak faktor yang mempengaruhi harga jual (Supriyono dan Mulyadi, 1989: 333).

Faktor tersebut adalah:

- a. tujuan perusahaan, khususnya laba dan ROI yang diharapkan
- b. biaya
- c. pendapatan
- d. jenis produk atau jasa yang dijual
- e. jenis industri
- f. citra masyarakat
- g. pemerintah, khususnya UU, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
- h. tindakan atau reaksi pesaing
- i. tipe pasar yang dihadapi
- j. trend ekonomi

k. gaya manajemen

l. tujuan non laba

m. tanggungjawab sosial perusahaan

(Swastha, 1985: 242-246), juga mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual.

Faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Keadaan perekonomian, perubahan perekonomian berakibat perubahan tingkat harga.
- b. Penawaran dan permintaan, banyaknya jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan mengakibatkan harga pasar meningkat, sedangkan jika penawaran yang dilakukan oleh produsen meningkat maka harga pasar akan turun.
- c. Elastisitas permintaan, untuk beberapa jenis barang harga dan volume penjualannya berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun.
- d. Persaingan, semakin banyak pesaing mengakibatkan tingkat harga turun.
- e. Biaya, jika biaya yang dikeluarkan oleh produsen rendah maka harga jualnya juga akan murah dan sebaliknya.
- f. Tujuan perusahaan, setiap perusahaan memiliki tujuan mendapatkan laba, untuk mencapai hal tersebut maka harga jual lebih tinggi dari biaya.
- g. Pengawasan pemerintah, pengawasan tersebut ditunjukkan dalam bentuk penetapan harga maksimum dan harga minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mencegah usaha-usaha monopoli.

## 2. Tujuan dari penentuan harga jual

Penentuan harga jual adalah alat untuk mencapai tujuan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya tidak hanya berfokus pada satu tujuan melainkan dikombinasikan dengan berbagi tujuan lain dan salah satunya adalah kepuasan konsumen terhadap kualitas produk atau jasa berdasarkan harga yang telah ditetapkan. Kemudian tujuan lain yang paling mendasar adalah mendapatkan laba maksimal, mendapatkan pengembalian investasi yang diharapkan atau pengembalian pada penjualan bersih, mencegah atau mengurangi pesaing, dan mempertahankan atau memperbaiki *marketshare* (Swastha, 1989: 148).

Dibawah ini merupakan uraian dari tujuan-tujuan tersebut :

### a. Mendapatkan laba

Penentuan harga merupakan kebijakan yang diterapkan oleh produsen supaya dapat menarik daya beli konsumen disesuaikan dengan kondisi perekonomiannya. Semakin besar daya beli konsumen maka semakin besar juga kemungkinan bagu pihak produsen untuk meberikan tingkat harga yang lebih tinggi, dengan demikian produsen mempunyai harapan untuk memperoleh laba yang maksimal.

### b. Mendapatkan pengembalian investasi

Penentuan harga yang baik dapat membantu perusahaan dalam menentukan penutupan investasi secara berangsur-angsur. Dana yang digunakan untuk pengembalian investasi hanya bisa diambil dari laba yang

diperoleh dari perusahaan dan hanya bisa diperoleh jika harga jual lebih besar dari biaya keseluruhan yang telah dikeluarkan perusahaan.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Kebijakan dalam penentuan harga jual akan sangat mempengaruhi dalam mencegah atau mengurangi persaingan dengan pihak lain. Hal ini dapat diketahui apabila para penjual dalam penawaran barang atau jasa mempunyai kesamaan dalam hal harga. Tetapi harga bukan merupakan satu-satunya jaminan dalam mencegah atau mengurangi persaingan melainkan dapat diukur dengan pelayanan yang baik.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *marketshare*

Mempertahankan *marketshare* hanya mungkin dilakukan apabila kemampuan dan kapasitas produksi yang ada masih cukup longgar, disamping dengan adanya kemampuan dibidang lain. Bagi perusahaan yang mempunyai kemampuan terbatas, biasanya didalam penentuan harga hanya untuk mempertahankan *marketshare*.

3. Kebijakan tentang Penentuan Harga Jual

a. Keputusan tentang tingkat harga

Tiga alternatif untuk melakukan pengambilan keputusan harga jual yang berhubungan dengan pesaing (Swastha, 1989: 167)

1) Diatas pesaing (*above competition*)

Harga produk yang bersangkutan berada jauh diatas harga produk pesaing, maka tingkat kualitas produk harus sedemikian rupa sehingga

konsumen yakin nilai yang terkandung oleh produk tersebut sesuai dengan harga yang berlaku.

2) Sama dengan pesaing (*equal to competition*)

Harga produk ditetapkan sesuai dengan pihak pesaing, sehingga tidak menimbulkan reaksi pihak lain untuk menurunkan harga dan kemungkinan adanya persaingan tidak ada.

3) Di bawah pesaing (*below competition*)

Harga pokok produk berada jauh di bawah harga pasar yang berlaku, sehingga hal tersebut dianggap sebagai petunjuk mengenai kualitas produk yang merosot. Jika terjadi hal seperti ini maka harga yang rendah dapat menyebabkan volume penjualan yang rendah.

b. Kebijakan pasar

1) Kebijakan satu harga (*one price policy*)

Perusahaan yang mengikuti kebijakan satu harga akan menentukan harga yang sama kepada semua pembeli yang membeli barang yang sama, dalam jumlah yang sama, dan dengan syarat penjualan yang sama pula.

2) Kebijakan harga variabel (*variabel price policy*)

Perusahaan yang mengikuti kebijakan ini akan menentukan harga yang berbeda kepada para pembeli yang membeli pada jumlah yang sama. Harga variabel ini ditawarkan kepada para pembeli yang akrab, sehingga dari harga yang terjadi dari hasil negosiasi harga akan lebih rendah dari harga yang ditawarkan.

### 3) Kebijakan potongan harga (*discount policy*)

Kebijakan ini digunakan karena dapat memberikan daya tarik bagi konsumen agar termotivasi untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

## **B. Orientasi Dalam Menetapkan Harga**

Ada tiga macam orientasi dalam menetapkan harga yaitu orientasi pada harga pokok (*cost*), orientasi pada permintaan pasar dan orientasi pada persaingan.

Berikut ini akan diuraikan satu persatu (Suhardi Sigit, 1992:38):

#### 1. Orientasi pada harga pokok (*cost*)

Dalam menetapkan harga pokok, seorang pengusaha selalu menanyakan terlebih dahulu berapa harga pokoknya (biaya pembuatan atau harga beli), baru kemudian menetapkan harga jualnya. Harga jual yang berorientasi pada harga pokok ini disebut *mark up pricing* dan *cost-plus pricing*. Istilah *mark up pricing* biasanya digunakan oleh para *retailer* atau *wholesaler* (distributor) untuk barang dagangannya yang dibeli untuk dijual, sedangkan *cost-plus pricing* digunakan oleh pabrikan, yang membuat barang untuk dijual.

#### 2. Orientasi pada permintaan pasar

Penetapan harga yang berorientasi pada permintaan pasar terlebih dahulu melihat harga-harga dipasar dan kekuatan permintaan pasar. Jika ditaksir permintaan kuat, maka harga ditetapkan relatif tinggi. Jika ditaksir permintaan lemah, maka harga ditetapkan relatif rendah. Jika permintaan

berbeda-beda kekuatannya atau keinginannya, maka kepada pembeli dapat diberikan harga yang berbeda-beda, yang disebut harga diskriminasi. Harga diskriminasi dapat didasarkan keadaan, apakah menurut pembeli (*customer*), menurut barang (*product version*), menurut tempat (*place*) atau menurut waktu (*time*).

### 3. Orientasi pada persaingan

Dalam menetapkan harga ini penjual terlebih dahulu melihat berapa harga yang ditentukan oleh pesaingnya. Ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu *going rate pricing* dan *sealed bid pricing*. *Going rate pricing* adalah mengikuti harga yang berlaku saja yang dipasang oleh pesaingnya. Cara ini disebut pula *imitative pricing*, artinya tinggal meniru saja. *Sealed bid pricing* adalah harga yang ditetapkan lebih rendah dari pada harga yang ditawarkan atau ditetapkan oleh pesaingnya.

Selain itu ada orientasi kombinasi, yaitu penetapan harga dengan melihat ketiganya seperti yang telah disebutkan, baik biaya pembuatannya, permintaan pasar maupun persaingan yang ada.

## C. Jasa

Berikut ini pengertian jasa menurut pendapat beberapa pakar ekonomi, antara lain:

Jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu. (Kothler, 1989: 352)

Jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. (Tjiptono, 1997: 23)

Jasa memiliki empat karakteristik yang membedakan dengan barang (Tjiptono, 1997: 24), yaitu:

a. *Intangible*

Sesuatu yang tidak dapat disentuh atau dirasa.

b. *Inseparability*

Jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi, sedangkan barang pada umumnya diproduksi terlebih dahulu kemudian baru dijual atau dikonsumsi.

c. *Variability*

Jasa banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. *Persishability*

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan

## **D. Biaya**

### **1. Pengertian biaya**

Dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1993:7). Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, atau disebut juga dengan istilah harga pokok. Supriyono mengartikan biaya sebagai harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka

memperoleh penghasilan (Supriyono, 1985: 16). Muhadi dan Siswanto mengartikan biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan mata uang yang telah terjadi dan mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Muhadi dan Siswanto, 2001: 3).

## 2. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk memberikan informasi yang lebih penting (Supriyono, 1985: 18). Penggolongan biaya bertujuan untuk menyajikan informasi yang bermanfaat untuk berbagai tujuan. Oleh karena itu biaya harus digolongkan sesuai dengan tujuan informasi yang disajikan. Jika untuk tujuan yang berbeda maka diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula atau sering disebut dengan istilah *different costs for different purposes*.

Cara penggolongan biaya tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok kegiatan perusahaan (Supriyono, 1985 : 18).

Berdasarkan fungsi diatas, biaya dapat dikelompokkan menjadi:

### 1) Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi.

### 2) Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

### 3) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi dan administrasi umum.

Tujuan penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok kegiatan perusahaan adalah:

- Dapat menyajikan laporan keuangan yang wajar.
- Dapat membantu perusahaan dalam melaksanakan proses manajemen, misalnya proses perencanaan, proses pembuatan keputusan, dan proses pengendalian.

#### b. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan (Supriyono, 1985: 21).

Untuk dapat menggolongkan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya dibebankan, lebih dahulu perlu dibahas penggolongan pengeluaran (*expenditures*), di mana penggolongan pengeluaran akan berhubungan dengan kapan pengeluaran tersebut akan menjadi biaya.

Penggolongan pengeluaran adalah sebagai berikut:

##### 1) Pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada beberapa periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.

##### 2) Pengeluaran penghasilan

Pengeluaran penghasilan adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi di mana pengeluaran terjadi.

- c. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume (Supriyono, 1985: 26).

Dilakukan dalam rangka menyajikan informasi biaya yang bermanfaat untuk:

- Menyusun perencanaan kegiatan
- Membuat keputusan-keputusan taktikal
- Mengendalikan kegiatan perusahaan

Berdasarkan perilaku biayanya dapat dikelompokkan ke dalam:

1) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biayanya yang konstan, dan tidak berpengaruh terhadap perubahan volume produksi maupun aktivitas.

2) Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara seimbang atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas.

3) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan tetapi tingkat perubahannya tidak sebanding atau proporsional.

- d. Penggolongan biaya berdasarkan objek atau pusat biaya yang dibiayai (Supriyono, 1985: 31).

Berdasarkan objek atau pusat biaya, biaya dapat dikelompokkan menjadi:

1) Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.

2) Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa objek atau pusat biaya.

Tujuan penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat biaya adalah:

- Pembebanan biaya sesuai dengan objek atau pusat biaya dengan adil dan teliti
- Pengendalian biaya
- Pembuatan keputusan

e. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya (Supriyono, 1985: 34).

Informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen untuk tujuan pengendalian dikelompokkan menjadi:

1) Biaya terkendali

Biaya terkendali adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu pula.

2) Biaya tidak terkendali

Biaya tidak terkendali adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan atau pejabat tertentu berdasarkan wewenang yang dia miliki dalam jangka waktu tertentu.

- f. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan (Supriyono, 1985: 35).

Biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi:

1) Biaya relevan

Biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda pada berbagai macam alternatif dalam pengambilan keputusan.

2) Biaya tidak relevan

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan atau dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan. Biaya tidak relevan umumnya adalah biaya masa lalu (biaya historis) yang tidak berbeda pada berbagai alternatif.

- g. Penggolongan biaya menurut obyek pengeluaran (Mulyadi, 1993: 14).

Dalam penggolongan biaya ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contoh penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran dalam Perusahaan kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.

## E. Metode Penentuan Harga Jual

Pada saat keadaan normal, harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Harga jual produk yang ditetapkan suatu perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Berikut ini akan diuraikan beberapa metode penentuan harga jual. (Mulyadi, 1993: 350)

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

Metode penentuan harga jual normal disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, sebab harga jual ditentukan dengan menambah biaya penuh masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup*.

Harga jual normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

#### 1.1. *Cost-Plus Pricing*

Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dapat dihitung dengan rumus:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

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

Unsur biaya penuh dengan pendekatan *full costing*:

Biaya bahan baku	Rp.xx
BTKL	xx
BOP ( variabel+ tetap )	xx
Taksiran total biaya produksi	_____ + Rp.xx

Biaya Administrasi dan umum	xx	
Biaya pemasaran	xx	
Taksiran total biaya komersil	_____	+ Rp.xx
Taksiran biaya penuh		_____+ Rp.xx

Unsur biaya penuh dengan pendekatan *variabel costing*:

Biaya variabel

Biaya bahan baku	Rp.xx	
BTKL	xx	
BOP variabel	xx	
Taksiran total biaya produksi var.	_____	+ Rp.xx

Biaya Adm. dan umum var Rp.xx

Biaya pemasaran variabel	xx	
Taksiran total biaya variabel	_____	+ Rp.xx

Biaya tetap

BOP tetap	Rp.xx	
Biaya Adm dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	xx	
Taksiran total biaya tetap	_____	+ Rp.xx
Total biaya penuh		_____+ Rp.xx

Harga jual perunit = biaya produksi + % *Mark-up*

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya:

$$\text{Presentase markup} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung volume produk}}$$

## 1.2. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*Time and Material Pricing*)

Metode ini lebih tepat diterapkan pada perusahaan yang menjual jasa reparasi dan menjual suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang dipakai untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati konsumen.

### a. Penentuan harga jual waktu

Perusahaan yang menjual jasa reparasi pada dasarnya menjual jam kerja tenaga kerja langsung yang digunakan untuk menghasilkan jasa reparasi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang pekerjaannya dapat dengan mudah diidentifikasi kepada pesanan reparasi yang diterima dari pelanggan. (Mulyadi, 1993: 358). Contoh : mekanik dan ahli listrik.

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

Formula harga jual waktu:

BTKL Rp.xx

Markup perjam TKL atau

Persentase *markup* dari BTKL  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

Harga jual waktu  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

Persentase *markup* dihitung dengan formula sbb:

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{BTL} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{jumlah BTKL}} \times 100\%$$

Formula perhitungan BTKL perjam:

Taksiran upah TKL yang akan dibayarkan

pada TKL selama tahun anggaran Rp.xx

Biaya kesejahteraan TKL  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

Jumlah BTKL  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

Jam kerja TKL dalam tahun anggaran  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

BTKL perjam Rp.xx

#### b. Penentuan harga jual bahan dan suku cadang

Perusahaan yang menjual jasa service atau bengkel yang menjual jasa reparasi di samping menjual jam kerja tenaga kerja langsung, juga menjual bahan seperti oli dan suku cadang.

Formula harga jual bahan dan suku cadang:

Harga beli bahan dan suku cadang Rp.xx

Persentase *markup* harga beli bahan dan suku cadang  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$

Harga jual bahan dan suku cadang  $\frac{xx}{\text{Rp.xx}}$



Persentase *markup* dihitung dengan formula sbb:

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{BTL} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{taksira nilai bahan dan sk.cadang}} \times 100\%$$

Formula penghitungan *markup*:

Biaya tidak langsung

Taksiran biaya tidak langsung selama tahun anggaran :

Gaji pengawas dan BTKTL lain	Rp.xx
Biaya depresiasi aktiva tetap	xx
Biaya asuransi	xx
Biaya listrik	xx
Biaya air	xx
Biaya reparasi aktiva tetap	xx
Biaya umum	xx
Jumlah biaya tidak langsung	<u>          </u> + Rp.xx
Perhitungan laba yang diharapkan	
Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran Rp.xx	
ROI yang diharapkan dalam persentase	xx
Laba yang diharapkan pertahun	<u>          </u> x xx

$$ROI = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{jumlah investasi}} \times 100\%$$

## **2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract***

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pihak pembeli setuju membelinya pada harga tertentu. Harga tersebut ditentukan berdasarkan pada total biaya sesungguhnya yang dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba. Laba dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan pada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

## **3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)**

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, atau harga dibawah biaya penuh. Hal ini disebabkan pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

## **4. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah**

Dalam perusahaan yang harga jual produk atau jasanya diatur dengan peraturan pemerintah, ditetapkan berdasarkan *cost-plus pricing*. Setiap perubahan harga jual produk atau jasa dalam perusahaan tersebut harus didasarkan pada taksiran perubahan biaya penuh masa yang akan datang yang biasanya menggunakan pendekatan *full costing*.

## F. Perumusan Hipotesa

Berdasarkan penjelasan diatas, penetapan tarif service pada perusahaan dipengaruhi oleh faktor intern maupun ekstern. Perusahaan dalam mempertimbangkan penetapan tarif tidak hanya melihat pada faktor biaya saja, melainkan faktor-faktor lain seperti tarif service pada bengkel lain yang sejenis. Sedangkan penetapan tarif service menurut teori yaitu dengan pendekatan metode *time and material pricing* hanya melihat dari faktor biaya, karena dianggap sebagai satu-satunya faktor yang memberikan kepastian yang relatif tinggi.

Adanya perbedaan di dalam penetapan tarif service perusahaan dengan pendekatan metode *time and material pricing* menyebabkan besarnya tarif service berbeda. Dari perbedaan tersebut, dalam penelitian ini akan dilakukan analisis untuk mengetahui apakah perbedaan tersebut signifikan atau tidak, dengan merumuskan hipotesa sebagai berikut:

$H_0$  = tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

$H_1$  = ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan berupa studi kasus pada bengkel Surya Motor, yang memusatkan pada satu objek penelitian tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya akan berlaku terbatas pada obyek yang diteliti.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### 1. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Juni tahun 2003.

##### 2. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan jasa reparasi bengkel Surya Motor, Jl. Kusumanegara no. 83 Yogyakarta.

#### **C. Subyek dan Obyek Penelitian**

##### 1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pemilik perusahaan.

##### 2. Obyek Penelitian

Penentuan tarif atau biaya yang timbul dalam menghasilkan jasa reparasi dan hal-hal lain yang menyangkut penentuan tarif jasa service.

#### **D. Data Yang Dibutuhkan**

1. Gambaran umum perusahaan
2. Biaya gaji dan upah
3. Jumlah jam kerja tenaga kerja langsung
4. Presentase laba yang diharapkan
5. Biaya tidak langsung
6. Data lain yang berhubungan dengan penentuan tarif jasa service

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

1. Wawancara

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

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung untuk memperoleh data yang jelas mengenai laporan harga pokok dan harga jual jasa reparasi dan untuk membuktikan kebenaran-kebenaran data yang telah didapat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari sumber catatan atau arsip perusahaan, yang bertujuan memperoleh data yang lengkap agar dapat mendukung analisis data.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Teknik Deskriptif

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

### 2. Teknik Analisis Komparatif

Membandingkan data hasil penelitian dengan teori yang ada.

Langkah-langkah analisis data penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan proses penentuan tarif service sepeda motor dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap service yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Menghitung penentuan harga jual waktu dan bahan berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari perusahaan.

Harga jual waktu		Rp.xx
Harga bahan dan suku cadang	Rp.xx	
Mark up	Rp.xx	
(% markup x harga bhn dan sk. cad)	_____+	
Harga jual bahan dan suku cadang		Rp.xx _____+
Jumlah hasil penjualan waktu bhn dan sk. cad		Rp.xx

3. Membandingkan besarnya tarif service dari masing-masing jenis service yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan tarif service dan harga bahan dan suku cadang berdasarkan teori dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan.
4. Pengujian hipotesa dengan distribusi t.

Hasil perbandingan yang telah dilakukan selanjutnya diuji untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan. Uji statistik yang digunakan adalah pengujian *hipotesa* terhadap perbedaan dua nilai rata-rata dengan sampel kecil. Dengan sampel sama atau lebih kecil dari 30 ( $n \leq 36$ ), maka digunakan distribusi t dengan memperhatikan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $n-1$ .

Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$ = tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

$H_1$ = ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

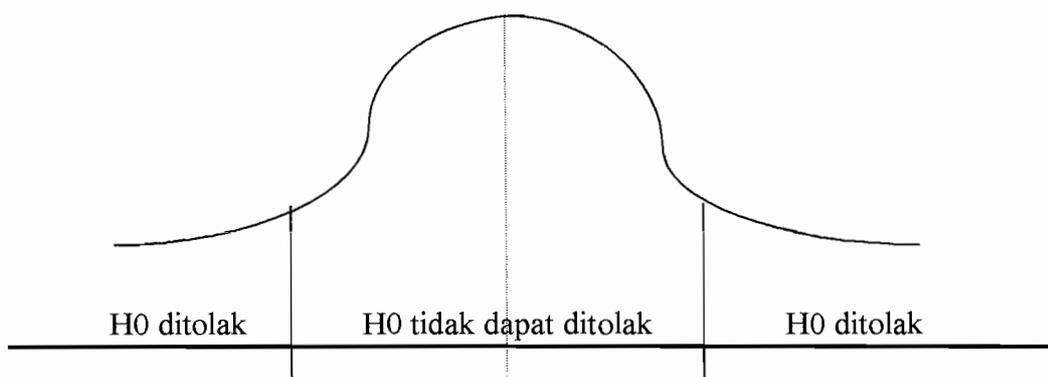
Berdasarkan *hipotesa* yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, pengujian *hipotesa* dilakukan dengan:

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

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= \pm t (5\% / 2, n-1) \\ &= \pm t (5\% / 2, 8-1) \\ &= \pm t (0,025, 7) \\ &= + t 2,365 \end{aligned}$$

Gambar III.1

Daerah penerimaan  $H_0$  dan penolakan  $H_1$



2. Menghitung nilai  $t$  hitung dengan rumus

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

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

Dimana :

$\bar{D}$  = mean dari harga – harga  $D_i$

$S_D$  = deviasi standar dari harga – harga  $D_i$

$n$  = banyaknya pasangan

3. Dari hasil uji t dapat disimpulkan

H<sub>0</sub> diterima apabila  $-2,306 \leq t \text{ hitung} \leq +2,306$ , berarti tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

H<sub>1</sub> ditolak apabila  $< -2.306$  atau  $t \text{ hitung} > +2,306$ , berarti ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh bengkel Surya Motor dengan penetapan tarif menggunakan metode *time and material pricing*.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah berdirinya perusahaan

Sebagai *bussiness unit*, bengkel Surya Motor mempunyai tujuan menyelenggarakan usaha yaitu untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan target yang direncanakan, sehingga perusahaan dapat berkembang dan memenuhi segala kewajibannya termasuk juga sebagai sumber pendapatan negara yang berupa setoran pajak, restribusi dan lain-lain.

Bengkel Surya Motor didirikan pada tahun 1980 oleh Andreas Yessy Djohan yang berstatus milik pribadi. Pada awal berdirinya bengkel Surya Motor tidak berkembang seperti sekarang ini, Andreas Yessy Djohan sebagai pemilik perusahaan merintis usaha bengkel Surya Motor ini dari nol. Bengkel Surya Motor merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang pelayanan jasa sevice sepeda motor. Pelayanan jasa service sepeda motor yang diberikan bengkel Surya Motor melayani kendaraan yang bermerk Yamaha, Suzuki, Honda, Kawasaki, dan Vespa. Selain bergerak dibidang pelayanan jasa service sepeda motor, juga melayani penjualan alat-alat suku cadang kendaraan bermotor dan melayani penjualan oli, baik oli mesin maupun oli samping dengan berbagai macam merk. Untuk menambah keuntungan bengkel Surya Motor juga menyediakan komponen variasi kendaraan bermotor yang saat ini sedang menjadi trend dan banyak disukai oleh pemilik kendaraan bermotor.

## **B. Lokasi Perusahaan**

Sejak awal berdirinya tahun 1980 hingga sekarang Bengkel Surya Motor tetap berlokasi di Jalan Kusumanegara no 83 Yogyakarta. Perusahaan menempati areal seluas 300 m<sup>2</sup>.

Alasan didirikannya perusahaan tersebut karena banyaknya masyarakat pengguna kendaraan bermotor khususnya roda dua yang membutuhkan jasa pelayanan perbaikan dan service sepeda motor. Selain alasan itu terdapat juga alasan lain yaitu kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pendidikan menjadikan banyaknya pelajar dan mahasiswa dari luar kota Yogyakarta yang menuntut ilmu di Yogyakarta, pastilah mereka membutuhkan alat transportasi sebagai alat bantu menuju ke tempat mereka menuntut ilmu dan para mahasiswa dan pelajar tersebut secara garis besar banyak yang membawa kendaraan roda dua sebagai alat transportasi mereka. Hal inilah yang menjadikan alasan mengapa didirikannya bengkel Surya Motor. Dari segi pemasaran bengkel ini dipandang sangat strategis dan menguntungkan karena berada di dalam kota dan terletak di tepi jalan raya yang ramai dilalui kendaraan bermotor. Dengan letak yang strategis ini akan lebih menguntungkan yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk transportasi akan berkurang atau menjadi lebih kecil.

Ditinjau dari aspek pendidikan keberadaan bengkel Surya Motor ini membantu para siswa STM jurusan otomotif untuk melakukan praktek kerja lapangan atau PKL. Ditinjau dari aspek sosial keberadaan perusahaan ini akan

dapat mengurangi jumlah pengangguran dan membendung laju urbanisasi khususnya daerah disekitar perusahaan.

### **C. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang tiap-tiap tingkatan jabatan dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Berhasil tidaknya suatu organisasi sangat ditentukan oleh cara pengorganisasian, antara lain pembagian tugas, wewenang, tanggungjawab, sistem koordinasi dan komunikasi yang ada.

Berdasarkan struktur organisasi, bengkel Surya Motor dipimpin oleh pemilik bengkel sendiri yang membawahi bagian penjualan dan membawahi bagian bengkel.

Adapun tugas, wewenang, dan tanggungjawab masing-masing bagian sebagai berikut :

#### **1. Pemilik perusahaan**

Pemilik perusahaan adalah penanggungjawab tertinggi didalam kegiatan yang terjadi diperusahaan, membawahi dan mengawasi seluruh tenaga kerja dan bertanggungjawab penuh terhadap perusahaan mengenai kelancaran perusahaan, pelayanan konsumen, penjualan, personalia, peralatan, mesin-mesin. Mengendalikan lingkungan kerja dan melakukan pembinaan terhadap bawahan dalam rangka peningkatan efisiensi kerja dan produktifitas.

## 2. Bagian Keuangan

Bertugas mengelola keuangan dalam pembiayaan operasi sehari-hari, menerima pembayaran dari konsumen, membuat laporan rekap hasil penjualan dan keuntungan perusahaan.

## 3. Bagian Penjualan

Melakukan transaksi penjualan jasa service sepeda motor dan suku cadang sepeda motor.

## 4. Bagian umum

Mengecek jumlah stok barang untuk melakukan pemesanan barang atas persetujuan pimpinan.

## 5. Mekanik

Memberi pelayanan service kepada tiap pelanggan baik perawatan rutin maupun penggantian suku cadang.

### **D. Personalia**

#### 1. Penerimaan tenaga kerja

Bagi calon tenaga kerja yang akan diterima harus memenuhi syarat :

- a. Sehat jasmani maupun rohani
- b. Mempunyai kemampuan dan ketrampilan bekerja
- c. Jujur

Sebelum diterima menjadi tenaga kerja tetap, calon tenaga kerja dikenakan masa percobaan selama tiga bulan, bila tenaga kerja dinilai baik maka diterima bekerja.

## 2. Penjadwalan waktu kerja

Semua pekerja dalam satu hari wajib bekerja selama tujuh jam dengan pembagian waktu jam kerjanya sebagai berikut :

- Senin s/d Sabtu : Pk. 08.00 - 17.00 Wib.
- Istirahat : Pk. 13.00 - 13.30 Wib.

## 3. Presensi karyawan

Masalah presensi sangat penting bagi perusahaan karena digunakan untuk menentukan jumlah hari kerja sebagai dasar perhitungan jumlah upah yang dibayarkan kepada karyawannya.

## 4. Penempatan tenaga kerja

Pada saat ini perusahaan memiliki karyawan sebanyak 6 orang yang terdiri dari :

- a. Karyawan toko 3 orang
- b. Mekanik 3 orang

## 5. Jaminan sosial

Untuk meningkatkan kesejahteraan dan semangat kerja karyawannya agar tercapai produktifitas kerja yang baik, perusahaan memberikan jaminan sosial sebagai berikut :

- a. Sumbangan kelahiran bagi karyawan yang memiliki anak.
- b. Sumbangan kematian bagi karyawan yang meninggal atau keluarga karyawan yang meninggal.
- c. Makan yang diberikan satu kali pada jam istirahat.

- d. Tunjangan Hari Raya Idul Fitri bagi karyawan yang beragama Islam dan tunjangan Hari Raya Natal bagi karyawan yang beragama Nasrani.

### **E. Produksi**

Bengkel Surya Motor adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa service sepeda motor dan penjualan suku cadang sepeda motor.

### **F. Permodalan**

Untuk memperluas usahanya bengkel Surya Motor mendapat bantuan kredit dari Bank Buana. Alasan mengapa Andreas Yessy Djohan sebagai pemilik perusahaan memilih mengajukan permohonan kreditnya di Bank Buana dikarenakan proses di dalam pengajuan kreditnya mudah dan tidak berbelit-belit.

### **G. Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mengembangkan perusahaan, mendapatkan laba dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

#### **1. Promosi**

Untuk mencapai volume penjualan tertentu dan mendapatkan banyaknya pelanggan, perusahaan melakukan promosi melalui:

- a. Pemberian hadiah langsung berupa kalender dan kaos berlogo nama perusahaan.

- b. Brosur, selebaran, dan papan reklame.
- c. Alat transportasi perusahaan yang berlogo nama perusahaan.

## 2. Alat Pengangkutan

Alat pengangkutan bengkel Surya Motor berupa mobil pick up yang digunakan untuk pengangkutan motor yang rusak atau macet di jalan sehingga tidak bisa dibawa sendiri oleh pemiliknya ke bengkel.

## **BAB V**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Untuk mengetahui apakah penetapan tarif jasa servis yang telah disusun oleh perusahaan sudah efektif atau belum maka digunakan teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis data komparatif. Teknik deskriptif digunakan untuk menyajikan data yang ada mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Sedangkan teknik komparatif digunakan untuk membandingkan hasil temuan lapangan atau penelitian dengan metode yang digunakan didalam penelitian yaitu pendekatan harga jual waktu dan bahan.

#### **A. Deskripsi data**

Dalam penelitian ini dibutuhkan banyak data yang dapat mendukung penelitian ini, data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data tentang tarif servis dari setiap jenis servis, harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang, serta taksiran biaya yang dikeluarkan dan prosentase laba yang diharapkan perusahaan.

Data tarif service dari setiap jenis service adalah data tentang tarif service per unit per jam yang ditentukan oleh perusahaan. Data ini menunjukkan besarnya tarif service yang harus dibayar oleh konsumen.

Data harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang adalah data yang akan digunakan untuk menghitung penentuan tarif service sepeda motor. Data harga beli untuk menghitung analisis penentuan tarif service dengan

pendekatan harga jual waktu dan bahan. Data harga jual digunakan untuk menghitung tarif service menurut perusahaan.

Data taksiran biaya yang dikeluarkan adalah data yang berkaitan dengan taksiran pengeluaran perusahaan selama 1 tahun. Data ini digunakan untuk menghitung analisis penentuan tarif service di perusahaan dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Data yang telah dikumpulkan di perusahaan akan diolah atau dianalisis untuk mengetahui ketepatan penentuan tarif service sepeda motor di perusahaan.

## **B. Analisis Data**

### **1. Analisis penentuan tarif service di bengkel Surya Motor**

Di dalam menentukan tarif service sepeda motor pemilik bengkel menentukan tarif service sepeda motor sendiri tetapi juga dengan pertimbangan melihat tarif service dibengkel-bengkel lain yang sejenis.

Dalam penyajian berikut ini hanya akan diambil 8 sampel jenis service, antara lain servis ringan dan servis berat untuk penentuan harga jual waktu sedangkan pasang kampas rem, pasang laker roda, pasang kabel kopling, pasang kampas cakram, pasang rantai, dan pasang ban luar untuk penentuan harga jual bahan dan suku cadang.

Data tarif servis dan harga jual bahan dan suku cadang menurut perusahaan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel V.1 Tarif th 2003

No	Jenis Servis	Tarif servis perunit	Harga jual bahan dan suku cadang	Total	Jam kerja
1	Servis ringan	Rp. 7.500,00		Rp. 7.500,00	1 jam
2	Servis berat	Rp.17.500,00		Rp.17.500,00	3 jam
3	Psg. Kampas rem	Rp. 3.000,00	Rp.15.500,00	Rp.18.500,00	20 mnt
4	Psg. kabel kopling	Rp. 5.000,00	Rp.17.500,00	Rp.22.500,00	20 mnt
5	Psg. laker roda	Rp. 5.000,00	Rp.20.000,00	Rp.25.000,00	30 mnt
6	Psg. kmp. cakram	Rp. 5.000,00	Rp.25.000,00	Rp.30.000,00	20 mnt
7	Psg rantai	Rp. 3.000,00	Rp.45.000,00	Rp.48.000,00	15 mnt
8	Psg. ban luar	Rp. 5.000,00	Rp.60.000,00	Rp.65.000,00	20 mnt

Dari data diatas selanjutnya dapat diuraikan seperti berikut ini:

- a. Harga jual servis ringan ditetapkan sebesar Rp. 7.500,00 per unit, untuk mengerjakannya dibutuhkan waktu paling lama 1 jam, sehingga harga jual per jamnya adalah Rp.7.500,00
- b. Harga jual servis berat yang ditetapkan sebesar Rp. 17.500,00 per unit, untuk mengerjakannya dibutuhkan waktu paling lama 3 jam, sehingga harga jual per jamnya adalah Rp. 5.800,00
- c. Harga jual pasang kampas rem dihitung berdasarkan harga jual kampas rem ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.3000,00 ditambah harga jual kampas rem sebesar Rp.15.500,00 per buah , sehingga jumlah harga jual seluruhnya adalah Rp.18.500,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakannya 20 menit.

- d. Harga jual pasang kabel kopling dihitung berdasarkan harga jual kabel kopling ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.5.000,00 ditambah harga jual kabel kopling Rp.17.500,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakannya 20 menit.
- e. Harga jual ganti laker dihitung berdasarkan harga jual laker ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.20.000,00 ditambah Rp.5000,00, sehingga jumlah totalnya adalah Rp. 20.500,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk pemasangan paling lama 30 menit.
- f. Harga jual pasang kampas cakram dihitung berdasarkan harga jual kampas cakram ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.25.000,00 ditambah Rp.5.000,00 sehingga jumlah totalnya adalah Rp.30.000,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk pemasangan paling lama 20 menit.
- g. Harga jual pasang rantai dihitung berdasarkan harga jual rantai ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.45.000,00 ditambah Rp.3.000,00, sehingga jumlah harga jual seluruhnya adalah Rp.48.000,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakannya paling lama 15 menit.
- h. Harga jual pasang ban dihitung berdasarkan harga jual ban ditambah harga jual kerja, yaitu sebesar Rp.60.000,00 ditambah Rp.5.000,00, sehingga jumlah harga seluruhnya adalah Rp.65.000,00, dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakannya paling lama 20 menit.

## 2. Analisis Penentuan Tarif Servis di Bengkel Surya Motor Yogyakarta dengan Pendekatan *Time And Material Pricing*.

Berdasarkan data yang telah ada akan dibahas permasalahan ini memakai data yang didapat dari Bengkel Surya Motor. Berikut ini disajikan anggaran pendapatan dan pengeluaran bengkel Surya Motor.

Tabel V.2

Realisasi Pendapatan dan Pengeluaran Bengkel Surya Motor Yogyakarta Untuk Periode Tahun 2002		
Taksiran pendapatan dari servis bahan Dan suku cadang		Rp.52.000.000,00
Taksiran pengeluaran		
- Pembelian suku cadang	Rp. 8.448.000,00	
- Pembelian oli	10.270.000,00	
- Biaya penyusutan gedung	500.000,00	
- Gaji mekanik	11.520.000,00	
- Gaji karyawan	9.000.000,00	
- THR	960.000,00	
- Biaya penyusutan peralatan	590.000,00	
- Biaya transportasi	408.000,00	
- Biaya listrik	3.600.000,00	
- Biaya telepon	1.800.000,00	
- Biaya administrasi dan umum	270.000,00	
	+	
Total Pengeluaran		Rp.47.366.000,00
		+
Laba sebelum pajak		Rp. 4.634.000,00
Pajak		(1.200.000,00)
		+
Laba setelah pajak		Rp. 3.434.000,00

Aktiva pada tahun anggaran ditaksir sebesar Rp.15.400.000. Kemudian taksiran jumlah investasi berdasarkan taksiran jumlah aktiva pada tahun anggaran adalah sebesar Rp.15.400.000. Perusahaan beroperasi pada kapasitas normal sebanyak 300 hari @ 7 jam kerja per hari. Sehingga jam tenaga kerja langsung adalah sebesar 6.300 jam ( 3 mekanik x 300 hari x 7 jam per hari )

Dari data yang telah ada kemudian dihitung harga jual waktu dan bahan yang sesuai dengan langkah-langkah yang sudah disebutkan di dalam bab III. Sebelum memulai menghitung harga jual waktu dan bahan akan dihitung dahulu tarif kembalian investasi ( ROI ) yang diharapkan. ROI didapat dari hasil pembagian laba setelah pajak berdasarkan tahun anggaran 2003 dengan investasi per tahun kemudian dikalikan 100%.

Menghitung tarif kembalian investasi yang diharapkan

$$ROI = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{jumlah investasi}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} ROI &= \frac{3.434.000}{15.400.000} \times 100\% \\ &= 22.29\% \end{aligned}$$

Sehingga didapat ROI yang diharapkan dalam tahun anggaran 2003 sebesar 22.29%.

Langkah-langkah di dalam penentuan harga jual waktu dan bahan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung besarnya laba yang diharapkan pertahun yang diperoleh dari perkalian antara taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran dengan ROI yang diharapkan dalam persentase.

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp. } 15.400.000,00 \times 22,29\% \\ &= \text{Rp. } 3.432.660,00 \end{aligned}$$

Jadi laba yang diharapkan untuk tahun anggaran 2003 sebesar Rp.3.432.660,00

b. Menghitung besarnya biaya tidak langsung (BTL) pada awal tahun anggaran 2003.

■ Biaya gaji karyawan	9.000.000,00
■ Biaya penyusutan peralatan	590.000,00
■ Biaya penyusutan gedung	500.000,00
■ Biaya listrik	3.600.000,00
■ Biaya telepon	1.800.000,00
■ Biaya transportasi	408.000,00
■ Biaya administrasi dan umum	270.000,00
	_____+
	Rp.16.168.000,00

c. Menghitung biaya tenaga kerja langsung (BTKL) pada awal tahun anggaran 2003.

■ Gaji tenaga kerja langsung (mekanik) selama setahun	
Rp.320.000,00 x 12 x 3 =	Rp.11.520.000,00
■ Tunjangan hari raya mekanik selama setahun	
Rp.320.000,00 x 3 =	960.000,00
Jumlah BTKL	_____+
	Rp.12.480.000,00

$$\begin{aligned} \text{BTKL per jam} &= \frac{12.480.000}{6.300} \times 100\% \\ &= \text{Rp.1.980,00} \end{aligned}$$

- d. Menghitung prosentase mark up dari BTKL yaitu dengan cara biaya tidak langsung (BTL) ditambah dengan laba yang diharapkan dan dibagi dengan jumlah BTKL kemudian dikalikan seratus persen.

$$\begin{aligned} \text{Mark up dari BTKL} &= \frac{16.168.000 + 3.432.660}{12.480.000} \times 100\% \\ &= \frac{19.600.660,00}{12.480.000} \times 100\% \\ &= 157,05\% \end{aligned}$$

- e. Menghitung harga jual waktu diperoleh dari penjumlahan BTKL dengan prosentase mark up dari BTKL

1. Servis ringan, waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakannya paling lama adalah 1 jam

$$\text{BTKL} \quad 1 \times \text{Rp.1.980,00} \quad = \text{Rp.1.980,00}$$

$$\text{Mark up} \quad 157,05\% \times \text{Rp.1.980,00} = \text{Rp.3.109,59}$$

$$\begin{array}{r} \text{Rp.5.089,59} \\ \hline + \end{array}$$

Tarif servis dibulatkan menjadi Rp.5.100,00 per unit.

2. Servis besar dibutuhkan waktu paling lama 3 jam

$$\text{BTKL} \quad 3 \times 1.980,00 \quad = \text{Rp.5.940,00}$$

$$\text{Mark up} \quad 157,05\% \times 5.940,00 = \text{Rp.9.328,77}$$

$$\begin{array}{r} \text{Rp.15.268,77} \\ \hline + \end{array}$$

Tarif servis dibulatkan menjadi Rp.15.300,00 per unit.

- f. Menghitung prosentase mark up dari harga bahan dan suku cadang

Untuk taksiran nilai bahan dan suku cadang pada tahun anggaran 2003 adalah sebesar Rp.48.718.000,00 yang berasal dari penjumlahan harga bahan dan suku cadang.

$$\text{Prosentase mark up} = \frac{\text{BTL} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran nilai bahan dan suku cadang}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Prosentase mark up} &= \frac{16.168.000 + 3.432.660}{48.718.000} \times 100\% \\ &= \frac{19.600.660}{48.718.000} \times 100\% \\ &= 40,23\% \end{aligned}$$

1. Pasang kampas rem dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli kampas rem ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 20 menit.

$$\text{Harga jual waktu} \quad (20/60) \times \text{Rp.1.980,00} = \quad \text{Rp. 660,00}$$

$$\text{Harga beli kampas rem} \quad \text{Rp.11.000,00}$$

*Markup* dari harga kampas rem

$$40,23\% \times \text{Rp.11.000,00} = \quad \text{Rp. 4.425,3}$$

$$\text{Harga jual kampas rem} \quad \text{Rp.15.425,3}$$

$$\text{Harga jual waktu dan bahan} \quad \text{Rp.16.085,3}$$

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang kampas rem dibulatkan menjadi Rp.16.100,00



2. Pasang kabel kopling dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli kabel kopling ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 20 menit.

Harga jual waktu	$(20/60) \times 1980 =$	Rp. 660,00
Harga beli kabel kopling		Rp.12.500,00
<i>Markup</i> dari harga kabel kopling		
	$40,23\% \times \text{Rp.12.500,00} =$	Rp. 5.028,75
Harga jual kabel kopling	_____+	Rp.17.528,75
Harga jual waktu dan bahan		_____+
		Rp.18.188,75

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang kabel kopling dibulatkan menjadi Rp.18.200,00

3. Ganti laker roda belakang dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli laker roda belakang ditambah tarif servis menurut harga jual waktu paling lama 30 menit.

Harga jual waktu	$(30/60) \times \text{Rp.1.980,00} =$	Rp. 990,00
Harga beli laker		Rp.13.950,00
<i>Markup</i> dari laker		
	$40,23\% \times \text{Rp.13.950,00} =$	Rp. 5.612,08
Harga jual laker	_____+	Rp.19.562,08
Harga jual waktu dan bahan		_____+
		Rp.20.552,08

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang laker dibulatkan menjadi Rp.20.550,00

4. Pasang kampas cakram dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli kampas cakram ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 20 menit.

$$\text{Harga jual waktu } (20/60) \times 1980 = \text{Rp. } 660,00$$

$$\text{Harga beli kampas cakram } \text{Rp. } 19.000,00$$

*Markup* dari kampas cakram

$$40,23\% \times \text{Rp. } 19.000,00 = \text{Rp. } 7.643,7$$

$$\text{Harga jual kampas cakram } \quad \quad \quad \text{Rp. } 26.643,7$$

$$\text{Harga jual waktu dan bahan } \quad \quad \quad \text{Rp. } 27.303,7$$

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang kampas cakram dibulatkan menjadi Rp.27,300,00.

5. Pasang rantai dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli rantai ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 15 menit.

$$\text{Harga jual waktu } (15/60) \times 1980 = \text{Rp. } 495,00$$

$$\text{Harga beli rantai } \text{Rp. } 36.000,00$$

*Markup* dari harga rantai

$$40,23\% \times \text{Rp. } 36.000,00 = \text{Rp. } 14.482,8$$

$$\text{Harga jual rantai } \quad \quad \quad \text{Rp. } 50.482,8$$

$$\text{Harga jual waktu dan bahan } \quad \quad \quad \text{Rp. } 50.977,8$$

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang rantai dibulatkan menjadi Rp.51.000,00.

6. Pasang ban dihitung berdasarkan *markup* dari harga beli ban ditambah tarif servis menurut harga jual waktu selama 20 menit.

Harga jual waktu (20/60) x Rp.1980 =		Rp. 660,00
Harga beli ban	Rp.52.500,00	
<i>Markup</i> dari harga beli ban		
40,23% x Rp.52.500,00 =	Rp.21.120,75	
Harga jual ban	<hr style="width: 100px; margin-left: 0;"/> +	Rp.73.620,75
Harga jual waktu dan bahan		<hr style="width: 100px; margin-left: 0;"/> + Rp.74.280,75

Jadi harga jual waktu dan bahan untuk pasang ban dibulatkan menjadi Rp.74.300,00

### C.Pembahasan

Setelah dilakukan analisis untuk menentukan tarif servis, terlihat perbedaan atau terdapat selisih yang sangat jauh antara tarif servis menurut perusahaan dan menurut tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan. Agar dapat diketahui besarnya prosentase perbedaan masing-masing jenis servis seperti tabel dibawah ini.

Tabel V.3 Prosentase perbedaan tarif service  
menurut perusahaan dan menurut teori th 2003

No	Jenis servis	Menurut perusahaan (1)	Menurut harga jual waktu dan bahan (2)	Selisih (3)=(1)-(2)	Prosentase perbedaan (3):(1)x100%
1	Servis ringan	7.500	5.100	2.400	32%
2	Servis berat	17.500	15.300	2.200	12,57%
3	Psg.kmp.rem	18.500	16.100	2.400	12,97%
4	Psg.kbl.kopling	22.500	18.200	4.300	19,11%
5	Psg.laker roda	25.000	20.550	4.450	17,8%
6	Psg.kmp.cakram	30.000	27.300	2.700	9%
7	Psg.rantai	48.000	51.000	-3.000	-6,25%
8	Psg.ban	65.000	74.300	-9.300	-14,30%

Perbedaan yang timbul dalam penentuan tarif servis menurut perusahaan dan menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan disebabkan oleh formulasi penentuan tarif servis yang berbeda.

Agar lebih dapat mengetahui adanya perbedaan dilakukan pengujian hipotesis dengan distribusi t. Pengujian hipotesis dengan menggunakan distribusi t langkah pertama dengan membandingkan tarif servis menurut perusahaan dan tarif servis menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan yang dikelompokkan berdasarkan waktu atau jam kerja yang diperlukan dan berdasarkan bahan dan suku cadang.

**1. Pengujian hipotesa dengan distribusi t untuk tarif service berdasarkan harga jual waktu dan bahan.**

Pengujian ini terlebih dahulu membandingkan biaya service menurut perusahaan dan menurut harga jual waktu yang dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel V.4

Perbandingan tarif servis

menurut perusahaan dan menurut teori th 2003

No	Jenis Servis	Menurut Perusahaan	Menurut Teori	D	(D-D)	(D-D)
1	Servis ringan	7.500	5.100	2.400	1.631,25	2.660.976,56
2	Servis besar	17.500	15.300	2.200	1.431,25	2.048.476,56
3	Psg kampas rem	18.500	16.100	2.400	1.631,25	2.660.976,56
4	Psg kabel kopling	22.500	18.200	4.300	3.531,25	12.469.726,56
5	Psg laker roda	25.000	20.550	4.450	3.681,25	13.551.601,56
6	Psg kampas cakram	30.000	27.300	2.700	1.931,25	3.729.726,56
7	Psg rantai	48.000	51.000	-3.000	-3.768,75	14.203.476,56
8	Psg ban	65.000	74.300	-9.300	-10.068,75	101.379.726,6
	Total			6.150		152.704.687,5

- a. Menentukan hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_1$ )

$H_0$  = tidak ada perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh perusahaan dengan penetapan tarif menggunakan metode harga jual waktu.

$H_1$  = terdapat perbedaan yang signifikan antara penetapan tarif oleh perusahaan dengan penetapan tarif menggunakan metode harga jual waktu.

- b. Menentukan daerah kritis pada tingkat kepercayaan 5%

$$\pm t_{\frac{1}{2}5\%, n-1}$$

$$\pm t_{\frac{1}{2}5\%, 8-1}$$

$$\pm t_{0,025, 7}$$

$$\pm t_{2,365}$$

- c. Menghitung nilai t berdasarkan perhitungan D dan SD

$$\begin{aligned}\bar{D} &= \frac{\Sigma D}{n} \\ &= \frac{6.150}{8} \\ &= 768,75\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}S_D &= \sqrt{\frac{\Sigma(D - \bar{D})^2}{n-1}} \\ &= \sqrt{\frac{152.704.687,5}{8-1}} \\ &= \sqrt{\frac{152.704.687,5}{7}} \\ &= \sqrt{21.814.955,36} \\ &= 4.670,648\end{aligned}$$

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

$$t = \frac{768,75}{4.670,648 / \sqrt{8}}$$

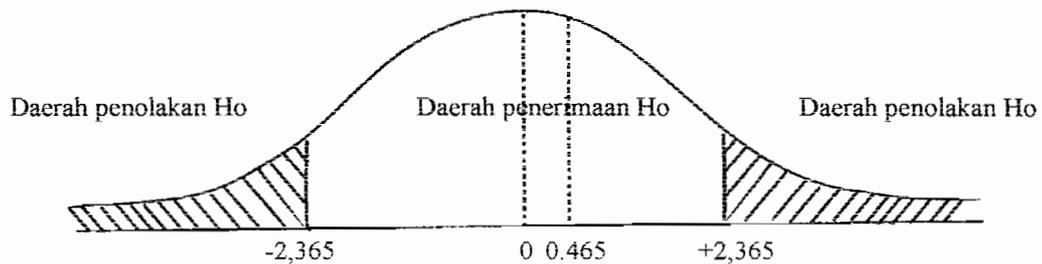
$$= \frac{768,75}{1.651,323}$$

$$= 0,465$$

Dari hasil penghitungan diatas, nilai t diperoleh sebesar 0,465 sehingga gambarnya seperti berikut ini.

Gambar V.1

Daerah penerimaan Ho dan penolakan H1



- c. Membuat keputusan bahwa dari hasil statistik uji menunjukkan nilai  $t = 0,465 < 2,365$  sehingga terletak didaerah penerimaan maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

- d. Karena berada di daerah penerimaan  $H_0$ , maka kesimpulannya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perbedaan nilai rata-rata tarif service menurut perusahaan dan menurut teori berdasarkan harga jual waktu dan bahan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil analisis data terhadap penentuan tarif servis menurut perusahaan dan penentuan tarif service berdasarkan metode harga jual waktu dan bahan ternyata terdapat perbedaan atau selisih. Perbedaan ini disebabkan oleh adanya formulasi atau rumus penentuan tarif service yang berbeda .

Setelah diadakan pengujian hipotesa dengan distribusi t terhadap perbedaan tarif servis yang dikelompokkan berdasarkan harga jual waktu dan bahan dan suku cadang dengan taraf nyata sebesar 5%, maka diperoleh nilai t sebesar 0,465. Hal ini menunjukkan kedua nilai t tersebut berada di daerah penerimaan  $H_0$  sehingga kesimpulannya adalah tidak terdapat perbedaan antara tarif service menurut perusahaan dan tarif service menurut pendekatan harga jual waktu dan bahan.

Berdasarkan hasil analisis penentuan tarif servis menurut perbandingan dan menurut pengujian hipotesa diperoleh kesimpulan yang berbeda. Dari hasil pembahasan di atas, dapat diperoleh jawaban dari permasalahan yang ada, yaitu penentuan tarif servis sepeda motor yang dilakukan oleh perusahaan belum tepat.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, meskipun penulis telah berusaha untuk memperoleh data yang dapat dipercaya, namun tidak menutup kemungkinan adanya data yang kurang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya sehingga menjadi hambatan, hambatan yang ada penulis jadikan sebagai keterbatasan di dalam penelitian.

## **C. Saran**

Setelah melakukan penelitian tentang penetapan tarif servis dengan metode penetapan harga jual waktu dan bahan pada perusahaan dapat disarankan

1. Perusahaan di dalam penetapan tarif servis sebaiknya membuat perencanaan yang matang, selain mempertimbangkan faktor pesaing atau bengkel-bengkel lain yang ada, sebaiknya melihat faktor biaya sebagai pertimbangan.
2. Meski hasil penentuan tarif service yang ditetapkan perusahaan berbeda dengan hasil penentuan tarif service dari metode harga jual waktu dan bahan sebaiknya perusahaan tetap menggunakan tarif service yang ditetapkan selama ini, karena dengan kondisi sekarang ini perusahaan sudah mendapat laba yang menguntungkan. Disarankan langkah-langkah penetapan tarif dengan metode harga jual waktu dan bahan seperti yang telah dihitung dan disajikan oleh penulis dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan biaya service untuk tahun-tahun mendatang dan bilamana terjadi persaingan yang ketat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. (1985). *Analisis Perencanaan Dan Pengendalian*, jilid 2. Edisi V. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (1992). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi I. Yogyakarta: BP-STIE YKPN.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi II. Yogyakarta: BP-STIE YKPN.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta, STIE YKPN.
- Muhadi dan Siswanto. (2001). *Akuntansi Biaya I*. Cetakan 1. Yogyakarta: Kanisius.
- Supriyono R.A. (1985). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE
- Supriyono R.A. (1987). *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen Dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Supriyono, RA dan Mulyadi. (1989). *Akuntansi Manajemen III: Proses Pengendalian Manajemen*, Edisi I. Yogyakarta: BPFE dan STIE YKPN.
- Swastha, Basu. (1984). *Asas-asas Marketing*. Edisi III. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Ibnu, SW. (1988). *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Edisi III. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II. Yogyakarta: Liberty
- Soehardi Sigit. (1992). *Pemasaran Praktis*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Sudarsono, J. (1994). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Strategi Pemasaran*. Edisi I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR PERTANYAAN**

### **A. Sejarah berdirinya perusahaan**

1. Perusahaan pertama kali didirikan oleh siapa, tahun berapa, dengan nama apa dan berlokasi dimana ?
2. Apa bentuk perusahaan pada waktu berdiri dan sekarang ?
3. Dengan akte notaris siap dan berapa nonya ?
4. Apa alasan perusahaan didirikan ?
5. Apa dasar pemilihan lokasi perusahaan ?
6. Berapa luas tanah yang ditempati perusahaan ?
7. Siapa nama pemimpin perusahaan pertama kali dan pada saat sekarang ?
8. Tahun berapa perusahaan mulai beroperasi ?
9. Bagaiman perkembangan perusahaan sampai saat ini ?

### **B. Struktur Organisasi**

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ?
2. Apa saja bagian organisasi perusahaan yang ada ?
3. Bagaiman tugas dan wewenang masing-masing bagian ?

### **D. Personalia**

1. Berapa jumlah karyawan seluruhnya ?
2. Berapa jumlah karyawan masing-masing bagian ?
3. Apa syarat untuk menjadi karyawan ?

4. Bagaimana sistem upah yang dipakai ?
5. Bagaimana jam kerja karyawan ?
6. Berapa upah maksimal dan minimal karyawan ?
7. Apakah ada jaminan kesejahteraan karyawan ?

#### D. Permodalan

1. Bagaimana perusahaan memperoleh modal ?
2. Apa saja sumber modal perusahaan ?
3. Bagaimana struktur modal perusahaan ?
4. Bagaimana penggunaan modal perusahaan ?
5. Apakah ada modal yang disisipkan untuk ekspansi ?

#### E. Administrasi Umum

##### @ Keuangan

1. Berapa tarif jasa reparasi untuk tiap-tiap jenis service ?
2. Apakah biaya service dihitung berdasarkan jam, unit / yang lainnya ?
3. Upah apa saja yang termasuk BTKL ?
4. Berapa laba yang diharapkan ?
5. Berapa kembalian investasi yang diharapkan ?
6. Berapa jumlah aktiva tetap yang ada ?
7. Berapa taksiran nilai untuk aktiva pada awal per anggaran ?
8. Biaya apa saja yang termasuk BTL ?

##### @ Pelayanan service

1. Berapa jenis service yang ada ?
2. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk masing-masing jenis service ?
3. Berapa jam dalam sehari waktu diperlukan untuk melakukan service ?

@ Bahan dan suku cadang

1. Bagaiman bahan dan suku cadng diperoleh/ dibeli ?
2. Bagaiman proses pembelian bahan dan suku cadang ?
3. Proses apa yang dipakai dalam mendapatkan bahan dan suku cadang ?
4. Setiap apa bahan dan suku cadang dibeli ?
5. Berapa harga dari tiap-tiap bahan dan suku cadang ?
6. Berapa taksiran biaya yang diperlukan untuk membeli bahan dan suku cadang tersebut ?
7. Bagaimana penentuan harga jual bahan dan suku cadang ?
8. Apa ada potongan harga dalam pembelian dan penjualan bahan dan suku cadang ?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

### DATA PRIBADI

Nama : Stefanus Indah Kurniawan  
Tempat dan tanggal lahir : Yogyakarta 12 Juni 1980  
Alamat : Timuran Mg III / 89  
Yogyakarta, 55153  
Tel. (0274) 378362  
Hp. 08157941069  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Kristen  
Kebangsaan : Indonesia

### RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD PANGUDI LUHUR Yogyakarta (1986-1992)  
SMP : SMP MARIA IMMACULATA Yogyakarta (1992-1995)  
SMU : SMU PANGUDI LUHUR Yogyakarta (1995-1998)  
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi  
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (1998-2004)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta 30 Juni 2004  
Saya yang menyatakan

Stefanus Indah Kurniawan

