

# **EVALUASI TARIF SEWA**

## **KAMAR HOTEL**

Studi Kasus pada Hotel Ros-In Yogyakarta

### **Skripsi**

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

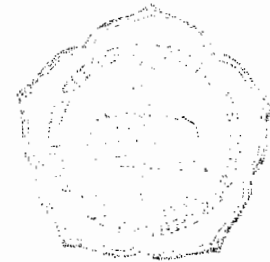


Disusun oleh:

**E. NOVIRATRI M.**

NIM: 992114088

NIRM: 990051121303120088



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SANATA DHARMA**

**YOGYAKARTA**

**2005**

**S K R I P S I**

**EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL**  
**Studi Kasus pada Hotel Ros-In Yogyakarta**

**Oleh:**

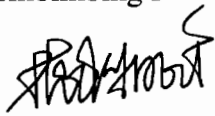
**E. NOVIRATRI M.**

**NIM: 992114088**

**NIRM: 990051121303120088**

**Telah Disetujui Oleh:**


Pembimbing I



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

Tanggal 7 Februari 2005

Pembimbing II



Ir. Drs. Hansiadi YH., M.Si., Akt

Tanggal 2 Maret 2005

## SKRIPSI

### EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus Pada Hotel Ros-In Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh

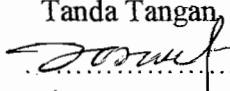

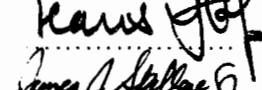
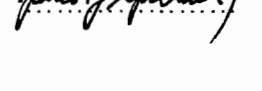
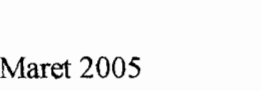
**E. Noviratri M.**

NIM: 992114088

NIRM: 990051121303120088

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 17 Maret 2005  
dan dinyatakan memenuhi syarat

#### Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Drs. Yusef Widya K., M.Si., Akt	
Sekretaris	Fr. Reni Retno Angraeni, S.E., M.Si., Akt	
Anggota	Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Akt	
Anggota	Ir. Drs. Harsiadi YH., M.Si., Akt	
Anggota	Dr. J.J. Spillane, S.J.	


Yogyakarta, 31 Maret 2005

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan,



  
Dr. Alex Kahu Lantum, M.S.

NIP. 131282330

## PERSEMBAHAN

*Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonanmu dengan ucapan syukur.*

*(Filipi 4:6)*

*Bila kegelapan menyelimuti dan memadamkan semua harapan, percayalah bahwa Tuhan akan mengobarkan kembali Rohmu.*

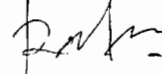
Skripsi ini kusembahkan untuk:  
Jesus Christ, Bunda Maria, serta Santo Yusuf  
Bapak & ibu atas dorongan dan doa serta kesabaran  
Eyang Putri Harto Darsono  
Mas Tiar & anakku Danastri  
Mbak Tyas & Mas Sandy  
Dek Cintia dan Dek Andre

## 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 Maret 2005

Penulis



E. Novirati M

## ABSTRAK

### EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus: Hotel Ros-In Yogyakarta

E. Noviratri M.

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tarif sewa kamar hotel berdasarkan teori dengan tarif sewa kamar hotel berdasarkan perusahaan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi.

Langkah-langkah yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada, yaitu: 1) Mendiskripsikan langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar yang ditetapkan oleh hotel, 2) Menghitung tarif sewa kamar berdasarkan kajian teori dengan menetapkan tarif berdasarkan metode harga jual normal (*Cost Plus Pricing*) dengan pendekatan *variable costing*, dengan cara: a) Menghitung total biaya variabel yang terjadi untuk mendapatkan biaya penuh, b) Menghitung biaya penuh, c) Menghitung prosentase *mark-up*, d) Menghitung tarif sewa kamar hotel per unit, e) Membandingkan hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan ada selisih tarif kamar menurut perusahaan dengan tarif kamar menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing* untuk tipe standard, deluxe dan suite yaitu: 0,42%; 0,67%; dan 13,65%.

## **ABSTRACT**

### **THE EVALUATION ON HOTEL ROOM RATE**

A Case Study at: Ros- In Hotel Yogyakarta

E. Noviratri M.

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2005

This research aimed to evaluate hotel room rate based on the theory which was compared to the rate changed by the company. The methods employed to collect the data were interview and documentation.

The steps taken to answer the questions in the problem formulation were: 1) describing the steps employed by the hotel to determine the room rate, 2) calculating the hotel room rate based on the theory by determining the rate according to cost plus pricing using variable costing approach. The calculation was done by a) calculating the total of the variable cost used to obtain the full cost, b) calculating the full cost, c) calculating the mark-up percentage, d) calculating hotel room rate per unit, e) comparing the selling price changed by the company to the one that determined based on the theory using cost plus pricing with the approach of variable costing.

Based on the analysis, it is found that there is a discrepancy between the hotel room rate made by the company and that determined by cost plus pricing using variable costing approach. The discrepancy applies to standard, deluxe, and suite rooms and its percentage is 0.42; 0.67; and 13.65 consecutively.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa yang Maha Pengasih, Guru Kebenaran dan Gembalaku yang baik atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL studi kasus pada Hotel Ros-In Yogyakarta.

Tujuan skripsi ini diajukan adalah untuk memenuhi salah satu gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi.

Penulisan skripsi ini berdasarkan data yang penulis peroleh selama melakukan penelitian dan didukung beberapa pustaka yang menunjang serta dukungan penuh arti dari berbagai pihak langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan terima kasih dan penghormatan kepada semua yang telah mencurahkan perhatian dan kerelaan, membagi pengetahuan dan ketrampilannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih tak terhingga secara istimewa penulis haturkan kepada:

1. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Sanata Dharma.
2. Bapak Ir. Drs. Hansiadi YH., M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Sanata Dharma.
3. Ibu Lilis Setiawati, S.E. M.Si., Akt selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar membimbing serta memberikan sumbangan pemikiran, waktu dan tenaga kepada penulis.



4. Bapak E. Maryarsanto P., S.E., Akt yang telah memberikan petunjuk dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta keluarga Besar Program Studi Akuntansi yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan dan bimbingan selama proses perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Deni selaku Pimpinan Hotel Ros-In serta karyawan atas ijin dan bantuannya selama penulis melakukan penelitian.
7. Bapak Stefanus Sunarno dan ibundaku Dra. Florentina Sri Sumarsih tercinta atas semua doa, kasih sayang, motivasi, dukungan, pengertian dan cintanya untuk penulis.
8. Suamiku Bachtiar Pasaribu dan anakku Angela Adventiara Danastri Pasaribu yang telah membuatku mengerti arti kehidupan dan cinta.
9. Mbak Tyas, mas Sandy, dek Cintia, dek Andre thanks untuk doa dan dukungannya.
10. Om Joko, bulik Ninuk, dek Ajeng terima kasih untuk doa dan dukungannya dan dek Andre thanks wis ditunggu pendadaran.
11. Sahabat-sahabatku: Hanna, Mita, Angga, Andri makasih sobat untuk saat indah kita, saat kita bersama (suka, duka, ngegosip) yang tak pernah bisa kulupa. Makasih ya.....
12. Teman-teman akuntansi B'99: Markus, Ari Wonosobo, Pole, Hanni, Yoga, teman-teman kost Beo 49: Sherly, culin, mak Win, Ekle makasih untuk keakraban serta solidaritas kalian.

13. Almamater beserta seluruh karyawan sekretariat Fakultas Ekonomi USD dan Perpustakaan USD Mrican terima kasih untuk senyum, pelayanan dan keramahaan serta hubungan baik yang telah terjalin selama ini.
14. Mbak Yani thanks atas bantuan dan pelayanannya.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah ikut membantu kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Terdorong rasa tanggungjawab terhadap hasil-hasil penelitian tersebut, penulis tetap terbuka terhadap saran dan kritik dari berbagai pihak demi penyempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 31 Maret 2005  
Penulis

E. Noviratri M

## DAFTAR ISI



<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
A. Jasa .....	7
B. Hotel .....	7
a. Pengertian Hotel.....	7
b. Tipe-tipe Hotel.....	7
c. Segmentasi Industri Perhotelan .....	7
C. Harga Jual.....	9
a. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga .....	9
1) Faktor Internal.....	9
2) Faktor Eksternal.....	10
b. Metode Penentuan Harga Jual .....	11

1) Penentuan Harga Jual Normal ( <i>Normal Pricing</i> ) .....	11
2) Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan ( <i>Time and Material Pricing</i> ) .....	16
3) Penentuan Harga Jual dalam <i>Cost-Type Contract Pricing</i> .....	17
4) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus ( <i>Special Order Pricing</i> ) .....	17
5) Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur oleh Peraturan Pemerintah .....	18
D. Biaya .....	19
a. Penggolongan Biaya.....	19
b. Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Komponen Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	22
E. Biaya Overhead Pabrik.....	25
a. Penggolongan Biaya Overhead Pabrik.....	26
b. Pembebanan Biaya Overhead Pabrik Atas Dasar Tarif.....	29
c. Penentuan Tarif Biaya Overhead Pabrik.....	29
c. Penentuan Dasar Pembebanan Biaya Overhead Dan Tingkat Kapasitas .....	30
F. Laba .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Tempat dan waktu Penelitian.....	34
C. Subjek Penelitian.....	34
D. Objek Penelitian.....	34
E. Data yang Diperlukan.....	34

F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV    GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>38</b>
A. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya Perusahaan .....	38
B. Tujuan Didirikannya Perusahaan.....	39
C. Lokasi Hotel Ros-In .....	40
D. Struktur Organisasi.....	41
E. Personalia .....	47
F. Jasa-jasa yang Dimiliki oleh Perusahaan.....	49
G. Pemasaran .....	50
H. Keuangan dan Akuntansi .....	51
<b>BAB V    ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Penentuan Tarif Sewa Kamar di Hotel Ros-In.....	52
B. Penentuan Tarif Kamar Berdasarkan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Variable Costing</i> .....	55
<b>BAB VI    KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Keterbatasan Penelitian.....	64
C. Saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata mengalami kemajuan yang sangat pesat dewasa ini. Banyak negara yang mengembangkan pariwisata menjadi suatu industri yang mendatangkan devisa termasuk Indonesia. Untuk menampung para wisatawan baik lokal maupun mancanegara diperlukan sarana dan prasarana. Jasa perhotelan merupakan jasa yang sangat penting dalam menyediakan kenyamanan bagi wisatawan.

Bisnis perhotelan di Indonesia sering kali mengalami ujian berat dalam mempertahankan usahanya. Kelangsungan usaha bagi perusahaan industri maupun jasa tergantung pada kebijakan-kebijakan yang disebut *marketing mix*. *Marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam *target market* (Kotler & Armstrong, 2001: 15). *Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yang terdiri dari kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi (Swasta, 1987: 6).

Penentuan tarif sewa kamar hotel sangat menentukan jadi tidaknya para wisatawan untuk menginap dan merupakan keputusan yang harus ditetapkan dengan sebaik mungkin oleh pihak manajemen hotel. Tarif yang ditetapkan harus dapat menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh hotel atau lebih

dari itu untuk mendapatkan laba. Pihak hotel akan mengalami kesulitan dalam usahanya jika harga yang ditentukan terlalu tinggi. Dalam hal ini konsumen akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita kerugian. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemampuan konsumen untuk membeli pada harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk biaya-biaya yang menghasilkan laba (Nitisemito, 1982: 23). Istilah harga jual dalam dunia perhotelan disebut tarif sewa kamar hotel.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil judul “**EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL**”.

## **B. Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah pada prosedur penentuan besarnya tarif sewa kamar hotel Ros-In dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*. Penggunaan pendekatan *variable costing* mengasumsikan bahwa permintaan terhadap produk (jasa) yang ditawarkan selalu berfluktuasi sehingga menyebabkan harga jual selalu mengalami perubahan. Bagi dunia perhotelan, kondisi tersebut sering dialami sehingga penentuan tarif dengan pendekatan *variable costing* lebih relevan bagi hotel.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diajukan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar hotel?
2. Berapa selisih tarif sewa kamar yang ditetapkan oleh hotel ROS-IN dengan tarif yang dihitung dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Dengan mengacu pada rumusan masalah di atas tujuan penelitian yang dilaksanakan adalah :

1. Untuk mengetahui langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar Hotel Ros-In.
2. Untuk mengetahui selisih tarif sewa kamar antara penghitungan peneliti dengan penghitungan menurut hotel.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen hotel dalam menentukan tarif sewa kamar hotel.



## 2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan memberi masukan bagi penelitian yang berhubungan dengan penentuan tarif sewa kamar hotel.

## 3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis.

### **F. Sistematika Penulisan**

BAB I : Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori berisi tentang hasil tinjauan teori yang ada kaitannya dengan penentuan tarif sewa kamar hotel Ros-In.

BAB III : Metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

BAB IV : Gambaran umum perusahaan berisi tentang sejarah berdiri dan berkembangnya perusahaan, alasan didirikannya perusahaan, tujuan perusahaan, jasa-jasa yang dimiliki oleh hotel, struktur organisasi, personalia.

BAB V : Analisis data dan pembahasan berisi penyajian hasil penelitian di lapangan, kemudian dievaluasi untuk mengetahui langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar yang dilakukan oleh hotel.

BAB VI : Penutup berisi keterbatasan penelitian, kesimpulan yang diambil dari evaluasi data kemudian dari evaluasi tersebut akan diberikan saran-saran untuk pihak hotel.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Jasa**

Jasa merupakan tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 1995: 107). Jasa memiliki karakteristik yang membedakannya dengan produk atau barang (Tjiptono, 1995: 23):

1) *Intangible*

*Intangible* adalah sesuatu yang tidak dapat disentuh atau dirasa.

2) *Inseparability*

Jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3) *Variability*

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

4) *Perishability*

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

## B. Hotel

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang sangat menekankan aspek pelayanan (*service*) dan mempunyai tujuan untuk memperoleh laba.

### a. Pengertian Hotel

“Hotel adalah penginapan yang menyediakan mulai dari duapuluh kamar sampai dengan ratusan kamar dan juga menyediakan bermacam-macam fasilitas lainnya. Hotel biasanya dibangun di kota-kota besar dan sebagian besar pendapatan bisnis perhotelan diperoleh dari luar kamar seperti *convention hall* (Weissinger, 1989: 26)”.

### b. Tipe-tipe Hotel (Weisinger, 1989: 26) yaitu:

#### 1) *Transient Hotels*

*Transient Hotels* adalah perusahaan jasa yang menyediakan berbagai fasilitas seperti kamar, makanan dan minuman kepada orang-orang yang melakukan perjalanan.

#### 2) *Residential Hotels*

*Residential Hotels* adalah sebuah *apartement house* dengan *full hotels services*.

### c. Segmentasi Industri Perhotelan

Atas dasar kondisi ekonomi, jasa dan fasilitas yang disediakan oleh masing-masing hotel dapat dibuat lima segmentasi hotel (Prastowo dan Suryo, 2000: 14) yaitu:

#### 1) Hotel Ekonomis (*Limited Service Hotels*)

Hotel ekonomis adalah hotel yang menyediakan kebutuhan dasar pengunjung, kamar dan ruang yang bersih dan nyaman. Dengan anggaran yang terbatas seorang tamu dapat menikmati fasilitas

yang disediakan hotel ini. Secara fisik hotel ini hanya memiliki jumlah kamar hunian di bawah 50 kamar.

2) Hotel Melati (*Mid Market Hotels*)

Hotel melati adalah hotel dengan nuansa modern dan mendasarkan diri pada unsur komersial. Secara fisik hotel melati merupakan sebuah bangunan yang besar dengan jumlah kamar hunian 50 – 100 kamar.

3) Hotel Hotel Bintang (*All Suite Hotels*)

Hotel tipe ini menawarkan nuansa kamar hunian yang luas dengan fasilitas dan dekorasi yang sangat nyaman.

4) Hotel Eksekutif (*First Class Hotels*)

Hotel Eksekutif sering juga disebut dengan hotel kelas satu atau hotel superior. Tarif hotel eksekutif ini mengimbangi tingkat eksekutif di suatu negara, disamping juga tergantung pada pasar, lokasi dan tipe akomodasi yang disajikan.

5) Hotel Mewah (*Luxury Hotels*)

Tarif hotel mewah ini adalah tarif khusus, tergantung pasar, lokasi dan tipe akomodasi yang disediakan. Jasa dan fasilitas yang disediakan sangat khusus sehingga para tamu merasa bahwa dirinya adalah raja dengan reputasi pribadi (privasi) yang sangat diperhatikan.

### **C. Harga Jual**

Harga jual adalah (Tjiptono, 1995: 118) satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

**a. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga (Kotler dan Armstrong, 2001: 440-455):**

1) Faktor Internal

a) Tujuan Pemasaran

Sebelum menerapkan harga, perusahaan harus menentukan strateginya atas produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih pasar sasarannya dan memosisikannya dengan baik, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga, akan berjalan dengan baik. Perusahaan mungkin akan mencoba tujuan tambahan. Semakin jelas tujuan suatu perusahaan, semakin mudah perusahaan menentukan harga.

b) Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan salah satu peralatan bauran pemasaran yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran perusahaan. Keputusan harga harus dihubungkan dengan keputusan rancangan produk, distribusi dan keputusan promosi untuk membentuk program pemasaran yang efektif. Keputusan yang dibuat untuk variabel-variabel bauran pemasaran lainnya mempengaruhi keputusan penentuan harga.

c) Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya. Banyak perusahaan berusaha untuk menjadi “produsen berbiaya rendah” di dalam industrinya, karena dengan biaya rendah perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah, sehingga menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

d) Pertimbangan organisasi

Perusahaan-perusahaan menangani penentuan harga dengan berbagai cara. Manajemen puncak tetap menentukan tujuan dan kebijakan penentuan harga dan seringkali menyetujui harga yang diajukan oleh level manajemen yang lebih rendah.

2) Faktor Eksternal

a) Pasar dan permintaan

Baik konsumen atau pembeli industri menyamakan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat dari memilikinya. Jadi sebelum menentukan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

b) Biaya harga dan penawaran pesaing.

Perusahaan perlu membandingkan biayanya terhadap biaya pesaing untuk mengetahui apakah operasinya memiliki keunggulan atau kelemahan dalam hal biaya. Perusahaan juga perlu mengetahui harga dan mutu dari setiap produk yang

ditawarkan pesaing. Setelah memahami harga dan tawaran pesaing, maka informasi tersebut dapat dijadikan titik awal penentuan harga.

c) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi dapat mempengaruhi keputusan penentuan harga karena dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk. Pemerintah juga merupakan pengaruh eksternal penting lainnya. Para pemasar harus memahami peraturan-peraturan dan perundang-undangan yang mempengaruhi harga dan mengupayakan agar kebijaksanaan-kebijaksanaan harga mereka tidak melanggar hukum.

**b. Metode Penentuan Harga Jual**

Ada lima metode yang dapat digunakan dalam penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 350) yaitu :

**1) Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*)**

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* yang dihitung dengan rumus tertentu. *Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan



*cost-plus pricing* memperhitungkan dua unsur yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu dengan pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*.

#### a. Full Costing

*Full Costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* yang juga merupakan biaya penuh terdiri dari unsur harga pokok produksi ditambah dengan biaya non produksi.

Maka rumus perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dapat dinyatakan dengan persamaan berikut:

Harga jual per unit = biaya produksi per unit + % *markup*

Rumus *prosentase markup*:

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

Taksiran biaya penuh yang dipahami sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	XX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX
BOP	<u>XX</u>
Taksiran Total Biaya Produksi	XX

Biaya Administrasi dan Umum	XX
Biaya Pemasaran	<u>XX</u>
Taksiran Total Biaya Komersial	<u>XX</u>
Taksiran Biaya Penuh	XX

Kelebihan dari pendekatan *full costing* menurut (Garrison, 1982: 363-371):

- 1) Biaya produksi tetap yang ditambahkan ke persediaan mempunyai potensial jasa di masa mendatang tercipta dalam bentuk persediaan yang dapat ditangguhkan dan dijual, sehingga menghasilkan aliran pendapatan di masa mendatang.
- 2) Pendekatan *full costing* dianggap secara luas sebagai metode penentuan harga pokok produk.
- 3) Pendekatan *full costing* digunakan untuk pelaporan eksternal atas laporan keuangan.

Kelemahan dari pendekatan *full costing* adalah :

- 1) Kelemahan utama yang nampak diisi oleh *variable costing* menyangkut persoalan kebutuhan manajemen akan suatu informasi mengenai perilaku biaya, sehubungan dengan perubahan pada volume. Pada *full costing*, untuk mendapatkan informasi-informasi demikian harus dibuat analisa khusus dan ini memakan waktu serta tenaga ekstra (Hartanto, 1973: 187).

- 2) *Full costing* memberikan informasi yang sama dengan yang diberikan oleh *variable costing*, ketika antara penjualan dan produksi sama dengan yang direncanakan (Machfoedz, 1989: 253).
- 3) Ketika produksi berbeda dengan yang direncanakan (Machfoedz, 1989: 253):
  - a) Penjualan dalam jumlah yang sama, menghasilkan laba yang berbeda.
  - b) Penjualan yang berbeda menghasilkan laba lebih rendah.
  - c) Laba kotor per unit berfluktuasi.

#### ***b. Variable Costing***

*Variable Costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi merupakan biaya penuh dengan pendekatan *Variable Costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel dan biaya tetap.

Unsur kedua yang perlu diperhitungkan dalam penentuan harga jual adalah laba yang diharapkan.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut :

Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume per unit + % *markup*.

Persentase *mark up* dapat dihitung dengan rumus :

$$\%Markup = \frac{\text{laba yg diharapkan} + \text{Biaya yg tdk dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{biaya yg dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Variabel:

Biaya Bahan Baku	XX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX
BOP Variabel	<u>XX</u>
Taksiran Total Biaya Produksi Variabel	XX
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	XX
Biaya Pemasaran Variabel	<u>XX</u>
	XX
Biaya Tetap:	
BOP Tetap	XX
Biaya Administrasi & Umum Tetap	XX
Biaya Pemasaran Tetap	<u>XX</u>
Taksiran Total Biaya Tetap	<u>XX</u>
Taksiran Biaya Penuh	XX

Keunggulan dari pendekatan *variable costing* adalah (Supriyono, 1987: 470-471):

- 1) Lebih bermanfaat untuk perencanaan jangka pendek.
- 2) Lebih bermanfaat untuk pembuatan keputusan.
- 3) Laba bergerak dalam arah yang sama dengan penjualan.
- 4) Dapat lebih mudah dimengerti dan digunakan oleh manajemen.
- 5) Dapat secara langsung mengetahui pengaruh biaya tetap terhadap laba.
- 6) Dapat meningkatkan kemampuan laba setiap segmen.
- 7) Dapat diterapkan pada biaya standar dan anggaran fleksibel.

Kelemahan dari pendekatan *variable costing* adalah (Supriyono, 1987: 471-473):

- 1) Tidak sesuai dengan pelaporan eksternal.
- 2) Kesulitan pemisahan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Tidak sesuai dengan pemanfaatan fasilitas.
- 4) Cenderung menganggap remeh elemen biaya tetap.

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

Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen. Volume bahan baku dan

suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen. Perusahaan tersebut di atas pada dasarnya menjual jam kerja tenaga kerja langsung yang digunakan untuk menghasilkan jasa.

### **3) Penentuan Harga Jual dalam *Cost-Type Contract Pricing*.**

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk dan jasa di mana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam metode *cost-plus pricing* penentuan harga jualnya berdasarkan taksiran biaya penuh masa yang akan datang, maka dalam metode *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

### **4) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*).**

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Pesanan khusus biasanya mencakup jumlah yang besar sehingga harga jual yang ditetapkan dapat lebih rendah dari harga normal, bahkan seringkali harga

berada di bawah biaya penuh. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan dalam penentuan harga jual. Jika harga jual lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, manakala pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menjadikan biaya tetap berubah.

**5) Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur oleh Peraturan Pemerintah.**

Produk atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual adalah pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim. Untuk memungkinkan wakil rakyat menilai kewajaran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual diperlukan pedoman rinci unsur-unsur biaya produksi dan biaya non produksi

yang diperhitungkan dalam biaya penuh dan pedoman cara pengukurannya.

#### **D. Biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1991: 8).

##### **a. Penggolongan Biaya**

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan biaya yang ada secara lebih ringkas.

Biaya dapat digolongkan menjadi (Mulyadi, 1993: 14-17):

##### **1) Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran**

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

##### **2) Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan**

###### **a) Biaya produksi**

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Contoh biaya produksi: biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong.



b) Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya: biaya iklan, biaya promosi, biaya angkut dari gudang perusahaan ke gudang pembeli.

c) Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya: biaya gaji wakil direktur, biaya fotocopy, biaya pemeriksaan akuntan, biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia.

3) Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

a) Biaya Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Contohnya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Contohnya: biaya sewa gedung dan biaya penyusutan gedung.

4) Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

a) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya: biaya pemeriksaan, biaya pemeliharaan dan reparasi mesin dan peralatan.

c) Biaya Semi Fixed

Biaya semi fixed adalah biaya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d) Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah biaya gaji direktur produksi.

5) Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

a) Pengeluaran Modal

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya: biaya depresiasi, biaya amortisasi.

b) Pengeluaran Pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya akuntansi tersebut.

Contohnya: biaya iklan, biaya telex, biaya tenaga kerja.

**b. Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel ke Dalam Komponen Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

Untuk memisahkan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dapat digunakan pendekatan intuisi, pendekatan enjineriing dan pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu. Pada pendekatan intuisi, penggolongan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel dengan meneliti kegiatan, adanya surat-surat keputusan manajemen dan kontrak-kontrak perjanjian dengan pihak lain. Dalam situasi tertentu di mana suatu elemen biaya sifatnya kompleks, pendekatan intuisi ini peka terhadap kesalahan penggabungan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.

Pendekatan enjineriing adalah metode estimasi biaya dengan cara mengidentifikasi hubungan psikis antara kegiatan dengan biaya. Pendekatan ini meskipun dapat menentukan variabilitas biaya dengan relatif teliti tetapi seringkali memerlukan biaya yang terlalu mahal. Untuk mengatasi masalah tersebut dipakai pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu untuk menaksir biaya yang akan datang.

Di dalam pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu, untuk menentukan biaya tetap dan biaya variabel dari suatu biaya dilakukan dengan menganalisis tingkah laku biaya dimasa lalu dengan

volume perubahan kegiatan dalam masa yang sama. Asumsi pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu adalah bahwa biaya masa datang akan mempunyai perilaku yang sama dengan masa lalu.

Setelah mengetahui pendekatan yang ada, maka selanjutnya akan diuraikan berbagai macam metode pemisahan biaya semi variabel atas dasar pendekatan perilaku biaya sesungguhnya masa lalu. Metode-metode tersebut adalah metode titik tertinggi dan titik terendah, metode biaya bersiap, metode grafik statistikal, dan metode kuadrat terkecil.

#### 1) Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah

Pemisahan biaya semi variabel ke dalam biaya variabel dan biaya tetap dilakukan dengan mengadakan perbandingan suatu biaya dalam tingkat kegiatan yang paling tinggi dan paling rendah di masa lalu. Perhitungan dilakukan dengan mencari selisih biaya yang terjadi pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan paling rendah. Selisih tersebut kemudian dibagi dengan selisih volume yang ada antara titik tertinggi dan titik terendah sehingga diperoleh biaya variabel.

#### 2) Metode Biaya Bersiap

Metode biaya bersiap adalah metode pemisahan biaya tetap dan biaya variabel dengan menghitung besarnya biaya pada keadaan perusahaan atau pabrik ditutup untuk sementara tetapi dalam keadaan siap berproduksi, jadi produksinya sama dengan nol. Biaya ini disebut dengan biaya bersiap dan biaya bersiap ini merupakan

bagian yang tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksinya berjalan dengan biaya bersiap merupakan biaya variabel.

### 3) Metode Grafik Statistik

Metode grafik statistik adalah metode pemisahan biaya tetap dan biaya variabel dengan cara menggambarkan biaya setiap bulannya pada sebuah grafik dan menarik garis lurus di tengah titik-titik biaya tersebut. Garis vertikal (sumbu Y) menunjukkan tingkatan besarnya biaya, garis horisontal (sumbu X) menunjukkan tingkatan kapasitas atau kegiatan. Total biaya tetap ditentukan dengan menarik garis horisontal ke kanan pada perpotongan garis dengan sumbu Y. Kemiringan garis tersebut menunjukkan biaya variabel.

### 4) Metode Kuadrat Terkecil

Metode ini mengasumsikan bahwa hubungan antara biaya dan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan  $Y = a + bX$ , dimana Y merupakan variabel tidak bebas, yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel X yang merupakan variabel bebas. Variabel Y merupakan biaya sedangkan variabel X merupakan volume penjualan.

Di dalam persamaan tersebut a menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel Y, sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabelnya.

Rumus perhitungan a dan b:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

### E. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik pada umumnya didefinisikan sebagai biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya pabrik lainnya yang tidak secara mudah diidentifikasi atau dibebankan langsung pada suatu pekerjaan, hasil produksi dan tujuan biaya akhir tertentu seperti kontrak-kontrak pemerintah. Istilah lain yang dipakai untuk overhead pabrik adalah beban pabrik, biaya pabrikase dan biaya pabrikase tidak langsung.

Overhead Pabrik memiliki dua ciri kas yang harus dipertimbangkan dalam pembebanan pada produk secara layak. Ciri-ciri ini menyangkut dua hal yaitu:

- 1) Hubungan khusus antara overhead pabrik dengan produk itu sendiri dan jumlah volume produksi. Berbeda dengan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik merupakan bagian yang tidak berwujud dari barang jadi. Tidak ada surat permintaan bahan baku atau kartu jam tenaga kerja yang digunakan untuk menyatakan jumlah biaya overhead seperti pada perlengkapan pabrik atau tenaga kerja tidak langsung yang diperhitungkan dalam suatu pekerjaan atau produk.



- 2) Perubahan sebagian unsur biaya overhead pabrik karena adanya perubahan volume produksi yaitu overhead bisa bersifat tetap, variabel atau semi variabel. Biaya overhead tetap relatif tetap konstan, biarpun ada perubahan dalam volume produksi, sedangkan overhead tetap per unit output akan bervariasi berlawanan dengan volume produksi. Overhead variabel bervariasi, tetapi tidak sebanding dengan unit yang diproduksi. Apabila volume produksi berubah, efek gabungan dari berbagai pola overhead yang berbeda ini dapat menghasilkan biaya overhead pabrik per unit berfluktuasi besar.

**a. Penggolongan Biaya Overhead Pabrik**

Biaya overhead pabrik dapat digolongkan ke dalam beberapa golongan berikut ini (Mulyadi, 1991: 68):

- 1) Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian dari produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian dari produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.

- 2) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa suku cadang, biaya habis pakai dan harga perolehan jasa pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perumahan, bangunan

pabrik, mesin-mesin, kendaraan, peralatan dan aktiva tetap yang dipergunakan untuk keperluan pabrik.

3) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat dihitung secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan.

Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari:

- a) Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan dalam departemen pembantu seperti departemen pembangkit tenaga listrik, uap, bengkel dan departemen gudang.
  - b) Biaya tenaga kerja tertentu yang dikeluarkan dalam departemen produksi seperti gaji kepala departemen produksi, gaji pegawai administrasi pabrik, upah mandor.
- 4) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap. Biaya yang termasuk kelompok ini adalah biaya depresiasi emplasemen pabrik, mesin dan ekuipmen, alat kerja dan aktiva.
- 5) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu. Biaya yang termasuk kelompok ini adalah biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan ekuipmen, asuransi kendaraan dan asuransi kecelakaan kerja.
- 6) Biaya Overhead Pabrik yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai. Biaya yang termasuk kelompok ini adalah



biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik, biaya telp.

Menurut hubungannya dengan volume produksi, biaya overhead pabrik dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu (Supriyono, 1983: 294-295):

- 1) Biaya Overhead Pabrik Tetap yaitu biaya overhead yang biaya totalnya selalu tetap pada setiap tingkatan produksi dan biaya per unit berubah-ubah berbanding terbalik dengan volume produksi. Contohnya biaya asuransi pabrik, biaya gaji staf pabrik dan mandor.
- 2) Biaya Overhead Pabrik Variabel yaitu biaya overhead yang dijual totalnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume produksi dan biaya per unitnya selalu konstan pada setiap tingkatan produksi. Contohnya: biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan penolong, biaya bahan bakar.
- 3) Biaya Overhead Pabrik Semi Variabel yaitu biaya overhead pabrik yang jumlahnya berubah karena perubahan output atau aktifitas, akan tetapi perubahan tersebut tidak sebanding. Contohnya: biaya reparasi dan pemeliharaan, biaya listrik.

**b. Pembebanan Biaya Overhead Pabrik atas Dasar Tarif**

Tarif biaya overhead pabrik digunakan untuk membebankan biaya overhead pabrik kepada produk yang diproduksi. Jika perusahaan menggunakan metode *full costing* di dalam penentuan harga pokok produksinya, produk akan dibebani biaya overhead pabrik dengan

menggunakan tarif biaya overhead pabrik variabel dan tarif biaya overhead tetap. Jika perusahaan menggunakan metode *variable costing* di dalam penentuan harga pokok produksinya, produk akan dibebani biaya overhead pabrik dengan menggunakan tarif biaya overhead pabrik variabel saja.

Dalam metode *variable costing*, biaya overhead pabrik tetap diperhitungkan sebagai unsur biaya produksi, sehingga tidak diperhitungkan sebagai unsur harga pokok persediaan produk jadi maupun persediaan produk dalam proses. Biaya overhead pabrik tetap diperhitungkan sebagai biaya periode dan langsung digunakan untuk mengurangi pendapatan penjualan dalam periode yang bersangkutan.

### **c. Penentuan Tarif Biaya Overhead Pabrik**

Alasan pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk atas dasar tarif yaitu (Mulyadi, 1993: 210-211):

- 1) Pembebanan biaya overhead pabrik atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi sering kali mengakibatkan berubahnya harga pokok per satuan produk yang dihasilkan dari bulan yang satu ke bulan yang lain. Hal ini akan berakibat pada penyajian harga pokok persediaan dalam neraca dan besar kecilnya laba atau rugi yang disajikan dalam laporan rugi-laba, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan oleh manajer.
- 2) Harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan metode harga pokok pesanan, manajemen memerlukan informasi harga pokok

produksi per satuan pada saat pesanan selesai dikerjakan. Padahal ada elemen biaya overhead pabrik yang baru dapat diketahui jumlahnya pada akhir bulan atau akhir tahun. Sebagai contoh bila perusahaan memakai listrik dari Perusahaan Listrik Negara, maka jumlah tagihan listriknya baru dapat diketahui setelah bulan tertentu berakhir.

**d. Penentuan Dasar Pembebanan Biaya Overhead dan Tingkat Kapasitas.**

Pemilihan dasar pembebanan yang akan dipakai bertujuan untuk membebankan biaya overhead pabrik dengan adil dan teliti. Ada beberapa dasar yang dapat digunakan untuk membebankan biaya overhead pabrik kepada produk, yaitu (Mulyadi 1991: 213):

1) Satuan Produk

Metode ini adalah metode yang paling sederhana dan yang langsung membebankan overhead pabrik ke produk. Beban biaya overhead pabrik untuk setiap produk dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tarif BOP per satuan} = \frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran jumlah satuan produk yang dihasilkan}}$$

Metode ini cocok digunakan dalam perusahaan yang memproduksi satu macam produk yang serupa dan berhubungan erat satu dengan yang lain, pembebanan biaya overhead pabrik dapat dilakukan dengan dasar tertimbang.

## 2) Biaya Bahan Baku

Jika biaya overhead pabrik yang dominan dengan nilai bahan baku, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya kepada produk adalah biaya bahan baku yang digunakan.

Rumus perhitungan tarif biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase BOP dari biaya bahan baku yang dipakai} = \frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya bahan baku yang dipakai}} \times 100\%$$

Metode ini terbatas pada pemakaiannya. Sebagai contoh suatu produk mungkin dibuat dari bahan baku yang harganya mahal, sedangkan produksi yang lain dibuat dari bahan yang lebih murah. Jika proses pengerjaan kedua macam produk tersebut sama, maka produk pertama akan menerima beban biaya overhead pabrik yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan produk yang kedua.

## 3) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jika sebagian besar elemen dari biaya overhead pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah upah tenaga kerja langsung, maka dasar yang dipakai untuk membebankan biaya overhead pabrik adalah biaya tenaga kerja langsung. Tarif BOP dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase BOP dari biaya tenaga kerja langsung} = \frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran biaya tenaga kerja langsung}} \times 100\%$$

## 4) Jam Mesin

Apabila biaya overhead pabrik bervariasi dengan waktu penggunaan mesin, maka dasar yang dipakai untuk membebankan adalah jam mesin. Tarif biaya overhead pabrik dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Tarif BOP per jam kerja mesin} = \frac{\text{Tarif BOP}}{\text{Taksiran jam kerja mesin}}$$

## F. Laba

Laba adalah (Supriyono, 1993: 552) selisih jumlah pendapatan dibanding dengan jumlah biaya dalam suatu periode yang sama, tiga pendekatan yang digunakan dalam perencanaan tingkat pencapaian laba bersih adalah:

a. Perencanaan tingkat laba bersih dari penjualan:

Dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{Laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100 \%$$

b. Perencanaan tingkat laba bersih dari total biaya variabel

Dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{laba bersih}}{\text{total biaya variabel}} \times 100 \%$$

c. Perencanaan tingkat laba bersih dari total biaya

Dihitung dengan rumus:

$$\frac{\text{laba bersih}}{\text{total biaya tetap} + \text{total biaya variabel}} \times 100 \%$$

Hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan:

a. *Cost of capital*

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

b. Resiko bisnis

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

c. Besarnya *capital employed* (jumlah investasi)

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk dan jasa, akan mengakibatkan semakin besar pula yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan studi kasus, yaitu peneliti mengadakan penelitian terhadap obyek dan data tertentu pada waktu tertentu. Kesimpulan dari hasil penelitian hanya berlaku bagi hotel yang bersangkutan dalam waktu tertentu dan tidak berlaku untuk umum.

##### B. Tempat dan Waktu Penelitian

- a. Penelitian dilakukan di Hotel "Ros-In".
- b. Pada bulan Oktober tahun 2004 sampai dengan selesai.

##### C. Subyek Penelitian

- a. Manajer umum (*General Manager*)
- b. Staf administrasi dan umum
- c. Personalia
- d. Staf karyawan

##### D. Obyek Penelitian

Obyek yang diteliti adalah penentuan tarif sewa kamar hotel.

##### E. Data yang diperlukan

- a. Gambaran umum perusahaan
- b. Data taksiran biaya
- c. Data prosentase laba yang diharapkan
- d. Data langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar.

e. Jumlah penjualan kamar

#### F. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Wawancara

Adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada subyek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teknik ini untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan dan data lainnya yang mendukung analisis data.

##### b. Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teknik ini untuk memperoleh data mengenai tarif sewa kamar, persentase tingkat hunian kamar, struktur organisasi perusahaan, pengeluaran-pengeluaran dan pendapatan di luar kamar hotel.

#### G. Teknik Analisis Data

a. Teknik deskriptif yaitu penyajian data dari hasil penelitian yang berhubungan dengan langkah-langkah atau prosedur-prosedur penentuan tarif sewa kamar.

b. Teknik analisis komparatif yaitu dengan memahami data-data dan membandingkan antara hasil temuan lapangan dengan teori yang ada.

Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Untuk menjawab masalah pertama:

- Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar yang ditetapkan oleh hotel "Ros-In".



2) Untuk menjawab masalah kedua:

- Menghitung tarif sewa kamar berdasarkan perhitungan peneliti dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing* dengan cara sebagai berikut:

a. Menghitung total biaya variabel yang terjadi untuk mendapatkan biaya penuh.

b. Menghitung biaya penuh dengan rumus:

Biaya Variabel:

Biaya Bahan Baku	XX	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX	
BOP Variabel	<u>XX</u>	
Taksiran Total Biaya Produksi Variabel		XX
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	XX	
Biaya Pemasaran Variabel	<u>XX</u>	
		XX
Biaya Tetap:		
BOP tetap	XX	
Biaya Administrasi & Umum Tetap	XX	
Biaya Pemasaran Tetap	<u>XX</u>	
Taksiran Total Biaya Tetap		<u>XX</u>
Taksiran Biaya Penuh		XX

c. Menghitung prosentase *mark up* dengan rumus:

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{biaya variabel}}$$

- c. Menghitung tarif sewa kamar hotel per unit dengan rumus:

$$\text{Tarif sewa kamar hotel} = \text{biaya variabel} + \% \text{ mark up}$$

- d. Membandingkan hasil penentuan harga jual yang dilakukan hotel dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya Perusahaan

Hotel Ros-In yang berlokasi di Jalan Lingkar Selatan No.110 Bantul, Yogyakarta berdiri kurang lebih empat tahun yang lalu. Hotel ini diprakarsai oleh seorang pengusaha lokal yang sukses yang bernama B.Y. Soeroso. Beliau adalah seorang pengusaha di bidang perjalanan umum bus “Rosalia Indah” yang beralamat di Kebakramat, Palur Surakarta. Sampai saat ini beliau mempunyai kurang lebih 130 bus angkutan umum jurusan Solo-Jakarta-Jambi, dengan fasilitas untuk *big top*, eksekutif maupun ekonomi. Biro perjalanan ini juga ditunjang dengan angkutan L300 yang mempunyai rute perjalanan Yogya- Malang-Surabaya. Sampai saat ini mempunyai kurang lebih 30 angkutan dengan fasilitas *big top* dan eksekutif.

Hotel Ros-In merupakan ekspansi usaha dari perjalanan umum Rosalia Indah yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh Bapak B.Y. Soeroso. Hotel Ros-In diresmikan pada tanggal 1 Juni 2000 dan diadakan *soft opening* dengan jumlah kamar 24, yang dilengkapi dengan restoran, kafe, *music room* dan *meeting room*. Saat ini Hotel Ros-In dipimpin oleh seorang manajer bernama bapak Putranto dan memiliki 33 karyawan. Di lantai pertama hotel, kita akan menjumpai *lobby*, resepsionis, kantor *ticketing*, *souvenir shop*, restoran dan 11 kamar. Sedangkan di lantai dua kita akan menjumpai *lobby*, gamelan *setting*, ruang rapat, *dinner counter* dan 13 kamar.

Dalam rangka pengembangan hotel dan untuk meningkatkan persaingan maka Hotel Ros-In menambah kamar menjadi 43 kamar. Dalam waktu dekat juga akan diadakan penambahan bangunan berupa *music room* dengan kapasitas 150 set dan kolam renang yang rencananya akan didirikan di atas lahan sekitar 2.800 meter persegi. Penambahan bangunan tersebut untuk menunjang perkembangan Hotel Ros-In menjadi salah satu hotel berbintang di kabupaten Bantul.

#### **B. Tujuan Didirikannya Perusahaan.**

Setiap organisasi atau perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa pasti mempunyai tujuan, seperti juga dengan hotel Ros-In. Adapun tujuan didirikannya Hotel Ros-In adalah:

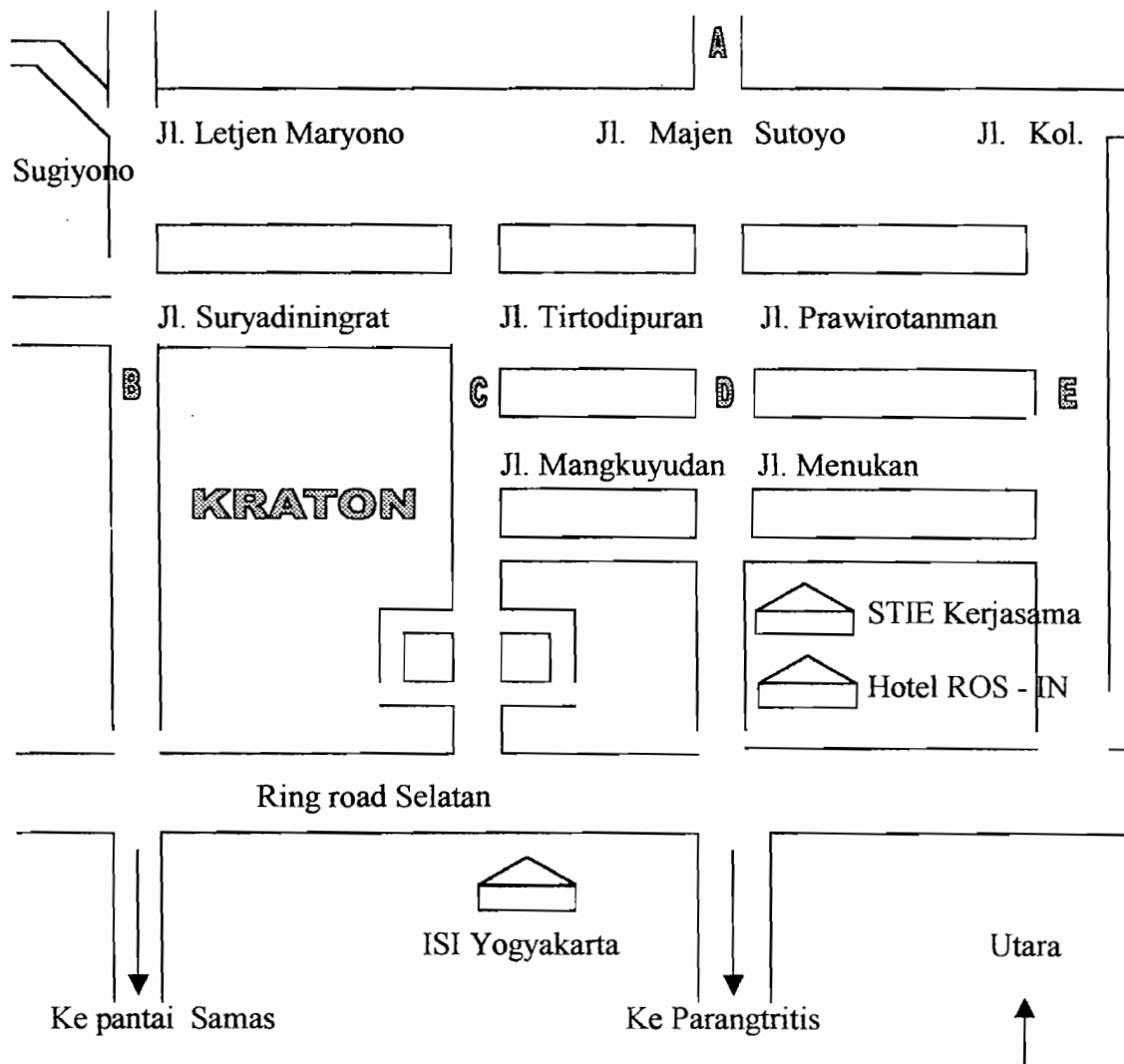
1. Memperoleh laba atau keuntungan .
2. Menyediakan tempat menginap bagi wisatawan yang mengadakan kunjungan ke wilayah tersebut.
3. Menyediakan tempat menginap bagi rombongan seminar atau rapat dan sekaligus menyediakan fasilitas ruang rapat.
4. Turut serta mengambil bagian dalam pembangunan nasional, antara lain:
  - a. Menambah pendapatan daerah berupa pajak.
  - b. Memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat. Dengan kata lain mengurangi jumlah pengangguran yang memang merupakan masalah negara yang sulit diatasi.

### C. Lokasi Hotel Ros – In

Hotel Ros-In berlokasi di Jalan Lingkar Selatan No.110 Kabupaten Bantul, DIY. Hotel ini sangat strategis karena terletak dekat dengan tempat-tempat wisata dan juga dekat dengan daerah pengembangan industri. Berikut ini gambar denah lokasi Hotel Ros-In:

**Gambar IV.1**

**Denah letak dan lokasi Hotel Ros-In Yogyakarta**



**Keterangan :**

- A : Jl. Brigjen Katamso
- B : Jl. Bantul
- C : Jl. Mayjen Panjaitan
- D : Jl. Parangtritis
- E : Jl. Sisingamangaraja

**D. Struktur Organisasi**

Dalam mencapai tujuan perusahaan memerlukan suatu struktur organisasi yang baik. Dengan struktur organisasi yang jelas maka karyawan akan mengetahui tugas dan tanggungjawab serta wewenangnya di perusahaan, selain itu kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan akan lebih efektif dan efisien.

Struktur organisasi di Hotel Ros-In menggunakan struktur organisasi bentuk garis, dimana setiap atasan memiliki sejumlah bawahan tertentu yang masing-masing memberi pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas kepada atasannya. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing jenjang jabatan dalam departemen:

**1. Direksi**

Direksi merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam struktur organisasi di Hotel Ros-In.

**2. Manager Hotel**

Manager bertanggungjawab atas operasional Hotel Ros-In secara keseluruhan dan bertanggungjawab langsung kepada direksi.

### 3. *Room Departement*

Departemen ini menangani pengelolaan kamar-kamar. Departemen ini terdiri dari tiga bagian yaitu:

a) *Front Office (FO)* atau kantor depan, yaitu bagian yang menangani registrasi tamu, sejak tamu datang (*check in*) hingga tamu pulang (*check out*).

Tugas-tugas bagian kantor depan (*front office*) antara lain:

- Menangani pemesanan kamar
- Menangani penerimaan tamu yang akan *check in*
- Menangani pendaftaran tamu-tamu
- Memberikan informasi kepada tamu
- Menangani pembayaran sewa kamar
- Bekerjasama dengan *housekeeping* dalam menangani *service* (pelayanan) kepada tamu.

b) *Housekeeping (HK)* yaitu yang mempersiapkan penyediaan dan pelayanan kamar bagi tamu-tamu. Bagian ini terdiri dari:

- *Linen Room/laundry* yaitu bagian yang mengelola linen hotel dan linen tamu atau konsumen lainnya sesuai ketentuan yang ada.
- *Room Boy* yaitu orang-orang yang melakukan pelayanan terhadap tamu-tamu hotel dan yang menjaga kebersihan kamar.

c) *Engineering* yaitu bagian yang menangani masalah pemeliharaan *property* hotel, agar berfungsi dengan baik sehingga tidak akan rusak

sebelum waktunya. Bagian ini terdiri dari tukang listrik, tukang mesin, dan tukang kebun.

#### 4. *Food and Beverage Departement (F&B)*

Departemen ini yang menangani pengelolaan makanan dan minuman.

Departemen ini terdiri dari:

- a) *Kitchen* (dapur), yaitu bagian yang menangani penyiapan atau pengelolaan makanan dan minuman. Bagian ini terdiri dari juru masak dan pembantu – pembantunya, yang bertanggungjawab secara keseluruhan di dapur.
- b) *Restaurant*, yaitu bagian yang menangani penyajian makanan dan minuman, menangani pembelian, dan menangani administrasi hasil penjualan dari restoran.

#### 5. *Marketing dan Sales Manager*

*Marketing dan Sales Manager* bertanggungjawab atas operasional *marketing department* secara keseluruhan dan bertanggungjawab langsung kepada *General Manager*.

*Marketing and Sales Manager* mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Mengadakan promosi
- Bertanggungjawab atas terselenggaranya operasional dari departemen yang menanganinya.
- Mengadakan pendekatan kepada pihak-pihak pemerintah



- Memberikan informasi mengenai departemennya baik diminta maupun tidak diminta kepada manager sekaligus memberikan saran yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.
- Survei dan membuat analisa/perbandingan dengan hotel–hotel lain untuk disampaikan kepada *marketing manager*.
- Membuat *productivity report* yang terperinci dari tiap–tiap segmen pasar
- Menyusun program kerja dan *budget plan* untuk *marketing department*.
- Mengadakan penilaian dan usulan promosi mengenai *staff marketing department*.
- Mengkoordinasi, mengawasi dan bertanggungjawab mengenai kegiatan.

#### 6. *Accounting*

*Accounting Departement* yang bertanggungjawab atas penghitungan keuangan hotel, pembuatan laporan keuangan dari setiap departmen di hotel.

*Accounting Departement* membawahi:

##### a) *Cost Control Income Audit Supervisor*

*Cost Control Income Audit Supervisor* adalah pimpinan yang bertanggungjawab atas pengontrolan biaya yang telah ditetapkan oleh manajemen dan dapat juga menentukan harga jual produk yang menguntungkan bagi hotel tanpa mengurangi kepuasan tamu.

b) *Purchasing and Store keeping Supervisor* bertanggungjawab atas keberhasilan operasi *Purchasing and Store keeping Supervisor Departement* secara keseluruhan.

c) *General Chaser Supervisor*

*General Chase Supervisor* bertanggungjawab atas operasional *General Chaser Supervisor*.

## 7. Personalia Manager

Personalia manager bertanggungjawab atas masalah kepegawaian secara keseluruhan.

Tugas dari personalia manager adalah sebagai berikut:

- Mengontrol absensi karyawan
- Mengurusi cuti karyawan
- Mengurusi asuransi kecelakaan tenaga kerja
- Mengurusi surat-surat ijin perusahaan yang berhubungan dengan Depnaker.

Personalia Manager membawahi:

a) *Security Chief*

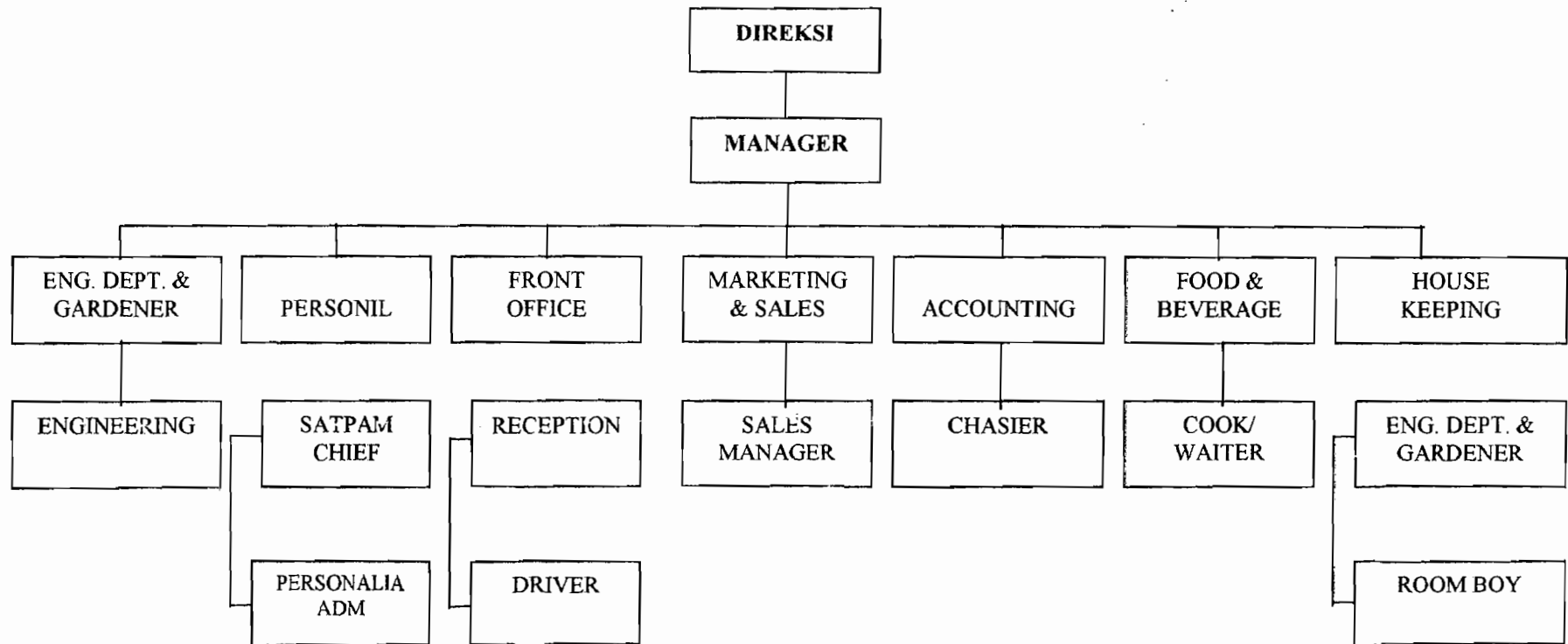
*Security Chief* bertanggungjawab atas keamanan keseluruhan lingkungan hotel.

*Security Chief* mengkoordinasi tugasnya dari *Security Crew*

b) Personalia Administrasi

Personalia administrasi mengkoordinasi tugas personalia administrasi.

**Gambar IV.2**  
**Struktur Organisasi**



**Keterangan :**

**Floor S : Floor Supervisor**  
**Laudry S : Laundry Supervisor**

**Gambar IV.2. Struktur Organisasi ROS - IN Hotel**

### E. Personalia

Hotel sebagai salah satu perusahaan jasa sangat selektif dalam memilih karyawan. Karyawan hotel yang baik seharusnya mempunyai penampilan yang rapi, mudah bergaul, ramah, mempunyai jiwa senang membantu orang lain, mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga mudah memberikan informasi, jujur, sabar dan telaten.

Hotel Ros-In memiliki 33 orang karyawan, dengan status sebagai karyawan tetap jumlah karyawan tersebut terdiri dari 26 (dua puluh enam) orang karyawan pria dan 7 (tujuh) orang karyawan wanita. Berikut ini adalah jumlah karyawan menurut bidang pekerjaannya di hotel Ros-In:

**Tabel IV.1**  
**Jumlah karyawan Hotel Ros-In**

No.	Jabatan	Karyawan		Jumlah
		Pria	Wanita	
1	Manager	1	-	1
2	Marketing	1	1	2
3	Accounting	-	3	3
4	Processing	1	-	1
5	Security	4	-	4
6	Receptionist	2	1	3
7	House keeping	5	-	5
8	Food & beverage	4	1	5
9	Laundry	1	1	2
10	Service	4	-	4
11	House keeping	1	-	1
12	Gardener	1	-	1
13	Houseman	1	-	1
		26	7	33

### 1. Jam Kerja

Manajemen hotel Ros-In melakukan pembagian jam kerja karyawan operasional menjadi 3 (tiga) shif, masing-masing shif terdiri dari delapan jam kerja per hari yaitu:

- a. Shif pagi : pukul 07.00 – 15.00 WIB
- b. Shif siang : pukul 15.00 – 23.00 WIB
- c. Shif malam : pukul 23.00 – 07.00 WIB

### 2. Penggajian

Pembayaran gaji karyawan hotel Ros-In dilakukan setiap awal bulan, dengan jumlah yang mengacu pada ketentuan upah minimum regional (UMR) yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan pertimbangan prestasi kerja masing-masing karyawan serta masa kerjanya. Di samping gaji pokok tersebut karyawan juga menerima bonus yang disebut *service*.

### 3. Lain-lain

Dalam rangka perekrutan karyawan baru, manajemen hotel membuka lowongan pekerjaan dengan menentukan syarat-syarat yang dibutuhkan. Bagi para karyawan diberikan fasilitas makan 2 kali selama jam kerjanya, seragam kerja dan jaminan sosial untuk masa depan karyawan yang berupa ASTEK dan JAMSOSTEK.

## F. Jasa – jasa yang dimiliki oleh Hotel Ros-In

Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan, hidangan serta fasilitas lain yang bersifat menyenangkan, menghibur dan dikelola secara komersial.

Adapun jasa-jasa yang tersedia di Hotel Ros-In adalah sebagai berikut:

### 1. Kamar

Jumlah kamar tersedia di Hotel Ros-In adalah 43 kamar, dengan pembagian jenis atau tipe *suite room*, *deluxe room*, *standard room*.

Berikut ini adalah jumlah kamar untuk masing-masing jenis kelas adalah:

- *Suite room* berjumlah 6 kamar
- *Deluxe room* berjumlah 14 kamar
- *Standard room* berjumlah 23 kamar

Adapun fasilitas-fasilitas yang disediakan pada setiap kamar, sesuai dengan tipenya yaitu:

- *Suite room*, fasilitas yang diberikan AC (split), telepon, air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, mini bar, TV 21”, *bath tub*.
- *Deluxe room*, fasilitas yang diberikan AC (split), telepon, air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, TV 21”, *bath tub*.
- *Standard room*, fasilitas yang diberikan AC (split), telepon, air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, TV 21”, shower.

### 2. Restaurant/Cafe

*Restaurant* ini dikelola oleh hotel Ros-In dan dibuka selama 24 jam. Jenis masakan yang disediakan yaitu masakan Indonesia.

### 3. *Lobby*

*Lobby* digunakan para tamu untuk bersantai.

### 4. *Souvenir Shop*

Hotel Ros-In menyediakan cinderamata yang dijual untuk para tamu hotel.

### 5. Ruang *Meeting*

Hotel Ros-In menyediakan ruang untuk *meeting* dengan luas 17 x 9 meter.

### 6. *Taxi Service*

Disediakan untuk tamu yang memerlukan, dengan tarif standar.

### 7. *Laundry*

*Laundry* khusus untuk para tamu yang menginap saja.

### 8. *Ticketing*

Hotel Ros-In melayani pemesanan tiket travel Rosalia Indah yang berkantor pusat di Yogyakarta.

### 9. *Member Card*.

Bagi pengunjung yang sering menginap di Hotel Ros-In diberi harga khusus.



## **G. Pemasaran**

Untuk meningkatkan pendapatan hotel dari penjualan kamar, pihak manajemen hotel Ros-In berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi para tamunya. Seperti slogan-slogan pemasaran umumnya yaitu “Kepuasan anda adalah kebahagiaan kami”, begitu pula halnya dengan pihak manajemen

hotel Ros-In yang mengutamakan kepuasan para tamu dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

Langkah-langkah yang dilakukan pihak hotel Ros-In untuk meningkatkan penjualan jasa adalah melakukan promosi melalui iklan, radio dan brosur. Masih banyak juga trik-trik yang dilakukan oleh hotel dengan melihat situasi dan kondisi yang sesuai dengan kemampuan hotel.

#### **H. Keuangan dan Akuntansi**

Berdasarkan surat ijin usaha No. 556.2 / 3196, hotel Ros-In merupakan perusahaan perseorangan. Sebagai perusahaan perseorangan maka pengelolaan hotel termasuk keuangannya dapat diserahkan kepada orang lain sebagai pengelolanya dan sumber modalnya dari pemilik perusahaan.

Di hotel Ros-In sistem akuntansi yang digunakan adalah sistem akuntansi konvensional, dengan proses akuntansi secara manual. Dalam melakukan pencatatan dari bukti transaksi hotel Ros-In tidak melakukan kegiatan jurnal tetapi langsung ke buku besar. Dari buku besar tersebut kemudian dilakukan penyesuaian setiap bulannya. Dan dari hasil buku besar tersebut dibuat laporan rugi laba dan neraca secara periodik.



## **BAB V**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Seperti telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, bahwa teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik deskriptif dan analisis komparatif. Teknik deskriptif digunakan untuk menyajikan data yang ada mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penentuan tarif sewa kamar, sedangkan teknik analisis komparatif digunakan untuk membandingkan hasil temuan di lapangan, dalam hal ini hotel, dengan kajian teori yang dipergunakan yaitu metode *cost plus pricing*.

#### **A. Penentuan Tarif Sewa Kamar di Hotel Ros-In**

Sebagai perusahaan jasa, penekanan utama adalah pelayanan. Dengan pelayanan yang terbaik bagi para tamu yang menginap ataupun yang menggunakan fasilitas-fasilitas hotel, diharapkan para tamu akan betah untuk tinggal lebih lama dan akan memberikan kesan yang baik kepada hotel yang ditempatinya, sehingga akan membawa pengaruh yang menguntungkan bagi pihak hotel.

Faktor yang mempengaruhi konsumen adalah fasilitas yang tersedia dan besarnya tarif sewa kamar. Secara implisit besarnya tarif sewa kamar dapat memberikan gambaran seperti apa pelayanan yang akan diterima dan seperti apa fasilitas yang disediakan oleh hotel.

Dalam menentukan besarnya tarif sewa kamar, pihak manajemen Hotel Ros-In mempertimbangkan fasilitas yang disediakan. Ini berarti besarnya tarif sewa kamar disesuaikan dengan fasilitas yang tersedia. Menurut manajemen Hotel Ros-In, dalam menentukan tarif sewa kamar ada dasar khusus yang diberikan oleh PHRI (Perusahaan Hotel dan Restoran Indonesia). Pihak PHRI mempunyai standar tarif untuk hotel sesuai dengan bintang yang disandangnya. Dalam menentukan tarif sewa kamar manajemen hotel tetap memperhatikan standar tarif dari PHRI.

Adapun tarif yang berlaku di Hotel Ros-In saat ini adalah sebagai berikut:

**Tabel V.1**  
**Tarif Sewa Kamar Hotel Ros-In**  
**Tahun 2004**  
**(Dalam Rupiah)**

No	Tipe Kamar	Tarif Sewa Kamar
1.	Standard Room	160.000
2.	Deluxe Room	190.000
3.	Suite Room	300.000

Adanya perbedaan tarif sewa kamar untuk tiap tipe kamar disebabkan oleh adanya perbedaan ukuran kamar serta fasilitas yang tersedia dalam kamar.

Adapun langkah-langkah yang digunakan oleh Hotel Ros-In dalam penentuan tarif sewa kamar adalah sebagai berikut:

### **1. Melihat Fasilitas yang Disediakan oleh Hotel**

Dalam rangka menentukan tarif sewa kamar, fasilitas merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan. Untuk setiap tipe kamar yang berbeda, fasilitas kamar yang disediakan pun berbeda. Perbedaan fasilitas tersebut yang menyebabkan perbedaan tarif antar tipe kamar.

### **2. Mempertimbangkan Kebijakan Tentang Standar Klasifikasi Hotel yang Ditetapkan oleh PHRI**

Dalam menentukan tarif sewa kamar, Hotel Ros-In memperhatikan standar klasifikasi hotel yang ditetapkan oleh PHRI. Standar klasifikasi yang dimaksud adalah klasifikasi bintang yang disandang oleh tiap hotel. Hotel Ros-In termasuk dalam kategori hotel berbintang dua. Dalam menentukan tarif sewa kamar, Hotel Ros-In tinggal menyesuaikan dengan kebijakan pihak PHRI namun juga melihat kondisi perusahaan.

### **3. Menentukan Harga Pokok Kamar**

Penentuan harga pokok kamar dilakukan dengan melihat fasilitas yang disediakan oleh hotel dan mempertimbangkan standar klasifikasi hotel yang ditetapkan oleh PHRI.

#### **4. Menetapkan Tarif Sewa Kamar**

Dalam menentukan tarif, manajemen Hotel Ros-In juga memperhitungkan masalah *tax and service* yang besarnya 10% sebagai biaya tambahan. Dengan demikian besarnya tarif sudah termasuk *service*.

Dalam hal ini peneliti tidak bisa menyajikan penghitungan yang dilakukan oleh pihak hotel karena ada beberapa hal yang tidak boleh diketahui oleh pihak luar yang merupakan rahasia perusahaan.

Namun Hotel Ros-In memberikan data-data biaya yang secara umum diperhitungkan dalam penentuan tarif. Oleh karena itu, data-data biaya tersebut akan peneliti gunakan untuk menghitung tarif sewa kamar hotel berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *variable costing*.

#### **B. Penentuan Tarif Kamar Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Variable Costing***

Pada bagian sebelumnya sudah ditunjukkan faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan pihak hotel Ros-In dalam menentukan besarnya tarif kamar. Dari faktor-faktor tersebut, yaitu fasilitas yang disediakan, tarif kamar dari hotel yang sejenis, biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diharapkan, secara tidak langsung bahwa di Hotel Ros-In yang berpengaruh besar terhadap penentuan tarif kamar adalah faktor biaya. Hal ini dapat dilihat dari dipertimbangkannya faktor

fasilitas yang disediakan oleh hotel, di mana dalam pelaksanaannya untuk mengadakan fasilitas-fasilitas tersebut dikeluarkan biaya.

Dari Hotel Ros-In diperoleh data-data biaya yang selanjutnya digunakan untuk menghitung besarnya tarif kamar dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*. Mengenai sumber angka-angka biaya tersebut diperoleh dari perusahaan tidak dapat ditelusuri kebenarannya, karena hal tersebut merupakan rahasia bagi pihak Hotel Ros-In. Untuk menganalisa dalam penulisan ini, biaya-biaya perlu dikelompokkan berdasarkan perilakunya atau dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Biaya-biaya yang dipisahkan tersebut adalah biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Pengelompokan ini dilakukan sesuai dengan perubahan terhadap volume kegiatan. Dalam penulisan ini yang dimaksud volume kegiatan adalah jumlah tamu, karena perusahaan bergerak di bidang jasa perhotelan.

Klasifikasi biaya sesuai dengan tingkah lakunya dalam kaitannya dengan jumlah tamu di Hotel Ros-In adalah sebagai berikut:

#### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Yang termasuk dalam biaya tetap adalah: biaya front office, biaya house keeping, biaya promosi, biaya gaji pegawai, biaya makan karyawan, biaya ASTEK, biaya alat tulis dan kantor, sumbangan, biaya administrasi bank, biaya transportasi, pajak.

## 2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Yang termasuk dalam biaya variabel adalah: biaya kamar.

## 3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatannya. Yang termasuk dalam biaya semi variabel adalah: biaya telepon dan biaya listrik.

Berdasarkan pengelompokan biaya tersebut di atas, maka diketahui komponen-komponen biaya yang termasuk dalam biaya tetap dan biaya variabel. Adapun langkah-langkah perhitungan tarif sewa kamar menurut *variable costing* adalah sebagai berikut:

### **a. Memisahkan Biaya Semi Variabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

Dari beberapa jenis biaya yang telah disebutkan, ada dua biaya yang merupakan biaya semi variabel yaitu biaya telepon dan biaya listrik. Pada langkah ini peneliti tidak menyajikan perhitungan pemisahan biaya semi variabel ke dalam komponen biaya tetap dan biaya variabel, sebab data biaya yang peneliti peroleh dari Hotel Ros-In sudah merupakan data jadi berupa biaya tetap dan biaya variabel.

Adapun jumlah biaya tetap dan biaya variabel untuk setiap tipe kamar dapat dilihat pada tabel V.2 sampai dengan tabel V.4.

**Tabel V.2**  
**Daftar Biaya Kamar Tipe Standar**  
**Tahun 2003**  
**(Dalam Rupiah)**

Nama Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Penuh
Front office	961.604	-	961.604
House Keeping	14.465.571	-	14.465.571
Kamar	1.858.000	-	1.858.000
Promosi	9.238.532	-	9.238.532
Gaji	59.000.166	-	59.000.166
Uang Makan	5.867.074	-	5.867.074
ASTEK	5.700.310	-	5.700.310
Telepon	2.030.200	4.251.000	6.281.200
Listrik	3.105.100	7.285.000	10.390.100
Alat Tulis Kantor	582.044	-	582.044
Sumbangan	1.867.697	-	1.867.697
Administrasi Bank	1.896.088	-	1.896.088
Transportasi	2.557.782	-	2.557.782
Pajak	7.534.535	-	7.534.535
PBB	949.644	-	949.644
Depresiasi Gedung + Inventaris	5.800.300	-	5.800.300
<b>TOTAL</b>	<b>123.414.647</b>	<b>11.536.000</b>	<b>134.950.647</b>

**Tabel V.3**  
**Daftar Biaya Kamar Tipe Deluxe**  
**Tahun 2003**  
**(Dalam Rupiah)**

Nama Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Penuh
Front Office	1.062.673	-	1.062.673
House Keeping	17.109.284	-	17.109.284
Kamar	2.000.000	-	2.000.000
Gaji	88.096.942	-	88.096.942
Uang Makan	9.778.457	-	9.778.457
ASTEK	9.500.516	-	9.500.516
Telepon	3.036.600	5.853.000	8.889.600
Listrik	7.208.100	14.419.400	21.627.500
Alat Tulis Kantor	970.071	-	970.071
Sumbangan	3.112.288	-	3.112.288
Administrasi Bank	2.601.110	-	2.601.110
Transportasi	4.226.971	-	4.226.971
Pajak	10.906.541	-	10.906.541
PBB	1.582.740	-	1.582.740
Depresiasi Gedung + Inventaris	8.345.200	-	8.345.200
<b>TOTAL</b>	<b>182.141.722</b>	<b>20.272.400</b>	<b>202.414.122</b>



**Tabel V.4**  
**Daftar Biaya Kamar Tipe Suite**  
**Tahun 2003**  
**(Dalam Rupiah)**

Nama Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Penuh
Front Office	1.404.088	-	1.404.088
House Keeping	15.063.972	-	15.063.972
Kamar	2.600.000	-	2.600.000
Promosi	10.097.342	-	10.097.342
Gaji	100.145.414	-	100.145.414
Uang Makan	11.676.775	-	11.676.775
ASTEK	11.775.250	-	11.775.250
Telepon	2.564.000	5.660.000	8.224.000
Listrik	3.909.000	9.789.000	13.698.000
Alat Tulis Kantor	1.455.108	-	1.455.108
Sumbangan	3.669.242	-	3.669.242
Administrasi Bank	2.240.170	-	2.240.170
Transportasi	3.394.547	-	3.394.547
Pajak	11.336.383	-	11.336.383
PBB	2.374.110	-	2.374.110
Depresiasi Gedung + Inventaris	10.100.000	-	10.100.000
<b>TOTAL</b>	<b>185.987.401</b>	<b>15.449.000</b>	<b>201.436.401</b>

**b. Menghitung Jumlah Laba yang Diharapkan**

Hotel Ros-in menginginkan atau mengharapkan laba sebesar 50% dari biaya penuh. Berikut ini adalah tabel perhitungan laba yang diharapkan.

**Tabel V.5**  
**Jumlah laba yang diharapkan Hotel Ros-In**  
**Untuk masing-masing tipe kamar**  
**Tahun 2003**  
**(Dalam Rupiah)**

Tipe Kamar	Biaya Penuh (1)	Laba yang diharapkan (2)=50% × (1)
Standard Room	134.950.647	67.475.323,5
Deluxe Room	202.414.122	101.207.061
Suite Room	201.436.401	100.718.200,5
TOTAL	538.801.170	269.400.585

**c. Menghitung Prosentase *Mark-Up***

Langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya *mark-up* untuk masing-masing tipe kamar dengan rumus sebagai berikut:

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

Berikut ini adalah tabel V.6 yang menunjukkan hasil perhitungan *mark-up*:

**Tabel V.6**  
**Jumlah *Mark-Up* Hotel Ros-In**  
**Untuk masing-masing tipe kamar**  
**Tahun 2003**  
**(Dalam Rupiah)**

Tipe kamar	Biaya Tetap (1)	Biaya Variabel (2)	Laba yang diharapkan (3)	% Mark-up (4)=(1+3)/(2)	Mark-up (5)= (4) × (2)
Standard Room	123.414.647	11.536.000	67.475.323,5	16,55	190.920.800
Deluxe Room	182.141.722	20.272.400	101.207.061	13,98	283.408.152
Suite Room	185.987.401	15.449.000	100.718.200,5	18,56	286.733.440
TOTAL	491.543.770	47.257.400	269.400.585		761.062.392

**d. Menghitung Tarif Sewa Kamar Hotel per Unit dengan Rumus:**

$$\text{Tarif sewa kamar} = \frac{\text{Biaya Variabel} + \% \text{ Mark-Up}}{(\text{jumlah hari dalam 1 tahun}) (\text{jumlah kamar per tipe}) (\text{Tingkat hunian rata-rata})}$$

Di mana diketahui jumlah hari dalam satu tahun adalah 360 hari. Berdasarkan rumus di atas, berikut ini adalah penghitungan tarif kamar untuk masing-masing tipe yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Tarif Kamar Standar} &= \frac{Rp\ 11.5396.000,- + Rp\ 190.920.800,-}{360 \times 23 \times 15,35\%} \\ &= \frac{Rp\ 202.456.800,-}{1.270,72} \\ &= Rp\ 159.324,48,- \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tarif Kamar Deluxe} &= \frac{Rp\ 20.272.400,- + Rp\ 283.408.152,-}{360 \times 14 \times 31,5\%} \\ &= \frac{Rp\ 303.680.552,-}{1.587,6} \\ &= Rp\ 191.282,79,- \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tarif Kamar Suite} &= \frac{Rp\ 15.449.000,- + Rp\ 286.733.440,-}{360 \times 6 \times 53\%} \\ &= \frac{Rp\ 302.182.440,-}{1.144,8} \\ &= Rp\ 263.960,9,- \end{aligned}$$

**e. Membandingkan Hasil Penentuan Harga Jual yang Dilakukan Hotel dengan Hasil Penentuan Harga Jual Berdasarkan Kajian Teori dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Variable Costing.**

Setelah menghitung tarif kamar menurut peneliti, tahap selanjutnya adalah membandingkan tarif kamar menurut Hotel Ros-In dengan tarif kamar menurut peneliti. Untuk lebih jelas penghitungannya dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel V.7**  
**Selisih Tarif Sewa Kamar Hotel Ros-In**  
**Tahun 2004**  
**(Dalam Rupiah)**

Tipe Kamar	Tarif menurut Peneliti (1)	Tarif menurut Hotel (2)	Selisih dalam Rp (3) = (1-2)	Selisih dalam % (4)=(3/1)×100%
Standard Room	159.324,48	160.000	675,52	0,42
Deluxe Room	191.282,79	190.000	1.282,79	0,67
Suite Room	263.960,9	300.000	36.039,1	13,65

Dari hasil yang ditunjukkan dalam tabel V.7 tersebut, terdapat perbedaan tarif kamar menurut perhitungan peneliti dengan tarif kamar menurut Hotel Ros-In. Perbedaan tersebut disebabkan adanya perbedaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual. Harga atau tarif yang ditentukan oleh Hotel Ros-In mempertimbangkan fasilitas yang disediakan, tarif dari hotel yang sejenis, dan biaya yang dikeluarkan. Dan hotel menganggap bahwa fasilitas yang disediakan adalah unsur yang perlu dipertimbangkan secara terpisah dari biaya yang dikeluarkan. Padahal secara implisit fasilitas yang disediakan juga merupakan biaya, karena untuk mengadakan fasilitas telah dikeluarkan sejumlah biaya. Sedangkan menurut perhitungan peneliti hanya mempertimbangkan biaya-biaya sebagai faktor penentu harga.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar Hotel Ros-In dengan mempertimbangkan fasilitas yang disediakan tiap tipe kamar, kebijakan tentang standar klasifikasi hotel yang ditetapkan oleh PHRI.

Ada perbedaan tarif kamar menurut perhitungan peneliti dengan tarif kamar menurut Hotel Ros-In, hal tersebut menyebabkan adanya selisih. Penghitungan besarnya tarif sewa kamar berdasarkan metode cost plus pricing pendekatan variable costing dan tarif sewa kamar yang ditetapkan hotel<sup>1</sup> untuk tipe standard, deluxe, dan suite terdapat selisih 0,42%; 0,67%; 13,65%.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Pihak hotel tidak memberikan perhitungan untuk menentukan tarif sewa kamar hotel menurut mereka sehingga penulis tidak dapat mengecek perhitungan tersebut.
2. Penulis tidak dapat mengevaluasi pemisahan biaya yang dilakukan oleh hotel. Oleh karena terbatasnya data yang diperoleh dan karena dalam penelitian ini tidak membahas mengenai evaluasi pemisahan biaya.

3. Penulis tidak dapat melacak kebenaran data yang diberikan oleh pihak hotel kepada penulis, karena penulis hanya menerima data jadi yang diberikan oleh pihak hotel.

### C. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, serta mengacu pada hasil analisis data, maka penulis akan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak Hotel Ros-In. Melihat perkembangan yang dicapai oleh Hotel Ros-In selama ini, maka langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar hotel yang telah ada dapat dipertahankan. Meskipun demikian Hotel Ros-In dapat mempertimbangkan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing* yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan tarif sewa kamar hotel, karena pertimbangan terhadap biaya penting dalam rangka mengendalikan biaya yang dikeluarkan, sehingga tarif yang ditetapkan dapat menutup biaya yang dikeluarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Garrison, Ray H. (1982). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 3. (Alih Bahasa: Bambang Purnomosidhi, Erwan Dukat). Plano, Texas: Business Publications, Inc.
- Hartanto, D.(1973). *Akuntansi Untuk Usahawan*. Jakarta: Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mas'ud. (1989). *Akuntansi Manajemen*. Buku satu. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Pertja.
- Nitisemito, Alex. (1982). *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pedoman Penulisan Skripsi*. (2004). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Prastowo, D. & Suryo, A. (2000). *Analisa Laporan Keuangan Hotel*. Yogyakarta: Andi.
- Supriyono. (1987). *Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu. (1987). *Manajemen Barang Dalam Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Weissinger, S.S. (1989). *Hotel/Motel Operation An Overview*. Ohio: Southwestern Publishing Company.

# Ros-In Hotel & Restaurant

Jl. Lingkar Selatan No. 110 Telp. (0274) 384543 Fax. 411818 Bantul, Yogyakarta, Indonesia

## SURAT KETERANGAN No.59/SP/XI/MRK/2004

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DENI IRIANA**  
Jabatan : **Exc. Marketing**  
**Ros – In Hotel Yogyakarta**  
**Jln. Lingkar Selatan No : 110 Yogyakarta**

Menerangkan Bahwa :

Nama : **E. NOVI RATRI**  
No. Mhs : **992114088**  
Jurusan : **AKUNTANSI**

Telah mengadakan penelitian di Ros – In Hotel sesuai dengan proposal yang di ajukan untuk Melengkapi Karya Ilmiah Berwujud Skripsi dengan Judul :  
"EVALUASI TARIF SEWA KAMAR HOTEL " pada Universitas Sanata Darma Yogyakarta , Fak: Ekonomi.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, ... November 2004



*We Do My Best Service*