

EVALUASI PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus Pada Hotel ROS-IN, Bantul

SKRIPSI

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



Oleh :

HAPPY FIRST ASIH TRISNANI

NIM : 99 2114 122

NIRM : 99 0051121303120122

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

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus pada Hotel ROS-IN, Bantul

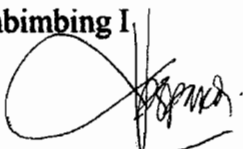
Oleh:

Nama : Happy First A.T

NIM : 99 2114 122

Telah disetujui oleh :

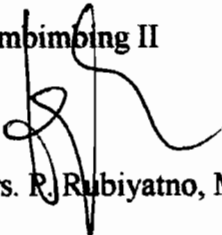
Pembimbing I



Drs. Y.P. Supardiyono, Msi. Akt

Tanggal : 12 Agustus 2004

Pembimbing II



Drs. R. Rubiyatno, M.M.

Tanggal : 25 Agustus 2004

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus Pada Hotel ROS-IN, Bantul

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

HAPPY FIRST ASIH TRISNANI

NIM : 992114122

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

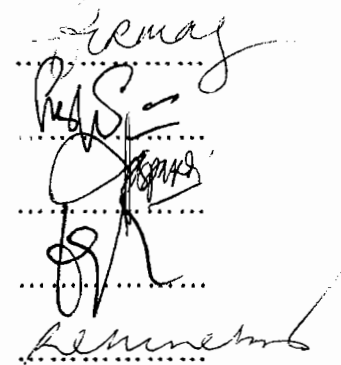
Pada tanggal 14 Oktober 2004

dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji :

Ketua : Firma Sulistiyowati, SE, MSi
Sekretaris : Lisia Apriani, SE, Msi, Akt
Anggota : Drs. Y.P Supardiyono, MSi, Akt
Anggota : Drs. P. Rubiyatno, M.M
Anggota : Fr. Reni Retno Anggraeni, SE, MSi, Akt

Tanda tangan




Yogyakarta, 30 Oktober 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Dekan

Drs. Alex Kahu Lantum, M.S.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hiduplah seperti air yang terus mengalir dan dibutuhkan banyak orang”

*“Love is the only thing which gives value to life,
it is the deepest, the greatest, the strongest
reason for living”*

“Bersukacitalah dalam pengharapan, bersabarlah dalam kesesakan dan bertekunlah dalam doa”

.....(Roma 12 : 12)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

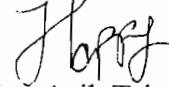
1. Bapak dan ibu tercinta,
2. Kedua adikku,
3. “*kekasih*” yang kurindukan di Bali.

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, 25 Agustus 2004

Penulis



Happy First Asih Trisnani

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL

Studi Kasus Pada Hotel ROS-IN Bantul

Happy First Asih Trisnani

NIM 992114122

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2004

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode yang diterapkan oleh Hotel ROS-IN dalam penentuan tarif sewa kamar. Penelitian dilakukan di Hotel ROS-IN, Jalan Lingkar Selatan No 110 Kabupaten Bantul Yogyakarta pada bulan Maret sampai April 2004.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis komparatif. Setelah dilakukan analisis deskriptif diperoleh kesimpulan bahwa yang menjadi pedoman dalam penetapan tarif sewa kamar di Hotel ROS-IN adalah berdasarkan suatu kebijakan harga baik dari pihak manajemen hotel sendiri maupun berdasarkan rentang harga yang telah ditetapkan oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) sesuai dengan predikat bintang yang disandangnya. Dari hasil analisis komparatif diperoleh kesimpulan bahwa Hotel ROS-IN belum menerapkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* dalam penentuan tarif sewa kamar.

ABSTRACT
AN EVALUATION ON HOTEL'S ROOM RATE
DETERMINATION

A Case Study at Hotel ROS-IN Bantul

Happy First Asih Trisnani
Student Number: 992114122
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The objective of this research was to find out the application of determination hotel room rate . It was conducted in ROS-IN Hotel.

Data collecting technique used in this research were interview, documentation and observation. Data analyze techniques were used descriptive and comparative analysis. According to the result of descriptive analysis, it could be concluded that the guideline in determining the room rate was based the price policy which accomodate the interest of the hotel management and the price range which stated by the PHRI (Indonesian Hotel and Restaurant Association). The comparative analysis result that the hotel did not apply the Cost Plus Pricing method with a Full Costing approach in determining its room rate.

KATA PENGANTAR

Segala hormat, puji syukur serta terima kasihku untuk Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu menyertai setiap langkah hidupku, menjadi benteng kekuatan dalam setiap kesulitan yang kualami, yang akhirnya atas segala limpahan rahmat dan kasih-Nya memberkati penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Evaluasi Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel”, yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak mungkin terselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis, yaitu :

1. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si, Akt, selaku Ketua Jurusan Akuntansi.

Terima kasih atas izin yang diberikan kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.

2. Bapak Drs. Y.P Supardiyono, M.Si. Akt, selaku Dosen Pembimbing I.

Terima kasih atas waktu, saran dan masukan serta dukungan yang bapak berikan sehingga bisa lebih menyempurnakan skripsi ini.

3. Bapak E. Maryarsanto P; SE Akt

Terima kasih atas saran dan masukan serta kerjasama yang baik selama ini.

4. Bapak Deni Iriana selaku Executive Marketing Hotel ROS-IN beserta seluruh karyawannya.
Terima kasih atas keramah-tamahan dan kerjasamanya selama pengambilan data di Hotel ROS-IN.
5. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang tulus. Terima kasih banyak.....
6. Kedua adikku atas kasih sayang serta persaudaraan yang tulus. Thank' for all.....
7. Buat "kekasih" yang kurindukan di Kantor Pelayanan Pajak Bali.
Terima kasih atas kasih sayang, dukungan serta doanya yang tulus.
8. Sahabat sejatiku Endah Kusumawati ST, disaat aku kesulitan, sedih dan butuh tempat berbagi kamu selalu siap membantuku. Terima kasih atas persahabatan yang indah ini dan suatu mukjizat aku bisa mendapatkan sahabat seperti kamu.
9. Buat Harsana ST, makasih atas dukungan dan doanya yang tulus serta persahabatan yang indah ini.
10. Mas Adie (Wartawan Kompas) terima kasih untuk support dan doanya yang tulus serta "*All Memories*" *between us*.
Buat saudaraku Ujank Sanchez terima kasih atas bantuannya mengedit dan mengetik skripsiku.
11. Teman-temanku MPT: Puji, Dewi, Desi, Markus, Sigit, Yohanes Ari, Papip, Tata, Aric, Rina, Vetrin, Bayu, Dina. Ayo maju terus pantang mundur.....!!!

12. Buat Wisnu (STIKER), Evi, Endah Bule (STIE AUB Solo), Mas Tri, Lenda (Merauke), dan teman-temanku di Kampus AKPRIND Yogya : Wilis, Nana, Nchus, Linda, Anton, Yanti.

Terima kasih atas dukungannya, masukan, saran serta persahabatan yang indah ini.

13. Keluarga Bapak / Ibu Mulyadi, Blunyahrejo TR II / 1157 Karangwaru: Mbak Sri, Mas Dar, Mbak Yanti, Herdi yang lucu, Mas Har, Mas Pur, Mas Wiwid, Dik Iin, dan teman-teman kostku: Mudah, Dini, Afrida, Septi, Nana. Terima kasih atas kekompakan, kebersamaan, kelucuan, kegembiraan dan bantuannya selama kurang lebih 4 tahun tinggal bersama kalian. Buat Mas Boet-jenk + Mas No, terima kasih atas bantuannya ngetik and ngedit. To Mas Trimbil thank's for supportnya.

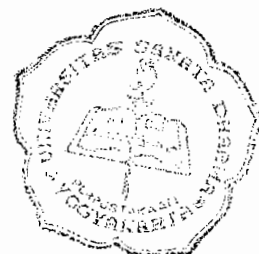
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kepada semua pihak, penulis sangat terbuka untuk semua saran, kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini. Akhirnya harapan penulis, semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut.

Yogyakarta, 25 Agustus 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Konsep Harga Jual	6
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual	7



C. Orientasi Dalam Menetapkan Harga	9
D. Kebijakan Tentang Penentuan Harga Jual.....	9
E. Metode Penentuan Harga Jual.....	11
F. Biaya.....	17
G. Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	20
H. Tarif Kamar Hotel (Room Rate).....	21
I. Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	26
C. Subjek Dan Obyek Penelitian	26
D. Data Yang Dicari.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisa Data.....	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAN	31
A. Sejarah Berdirinya Hotel ROS-IN.....	31
B. Tujuan Pendirian Hotel	32
C. Lokasi Hotel ROS-IN.....	34
D. Alasan Pemilihan Lokasi.....	35
E. Struktur Organisasi.....	36
F. Personalia	43
G. Fasilitas Dan Jasa-Jasa Yang Diberikan	44
H. Permodalan.....	47

I. Pemasaran	47
BAB V ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	49
A. Metode Penentuan Tarif Sewa Kamar di Hotel ROS-IN	49
B. Penentuan Tarif Sewa Kamar Menurut metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i>	52
C. Analisis Komparatif	64
BAB VI PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	66
C. Saran-Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	73

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Perincian Jumlah Karyawan Di Hotel ROS-IN.....	43
Tabel 4.2	Perincian Jenis Kamar Di Hotel ROS-IN.....	45
Tabel 5.1	Tarif Sewa Kamar di Hotel ROS-IN Tahun 2002.....	53
Tabel 5.2	Daftar Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung	54
Tabel 5.3	Daftar Biaya Kamar Tipe Standard.....	55
Tabel 5.4	Daftar Biaya Kamar Tipe Deluxe.....	56
Tabel 5.5	Daftar Biaya Kamar Tipe Suite.....	57
Tabel 5.6	Data Biaya Penuh Menurut Tipe Kamar	58
Tabel 5.7	Laba Yang Diharapkan Pada Hotel ROS-IN Tahun 2002	59
Tabel 5.8	Mark-Up Untuk Tiap Tipe Kamar di Hotel ROS-IN	60
Tabel 5.9	Perhitungan Harga Pokok Kamar Pendekatan Full Costing	60
Tabel 5.10	Tarif Sewa Kamar Per-hari Pendekatan Full Costing	62
Tabel 5.11	Selisih Tarif Sewa Kamar Pada Hotel ROS-IN Tahun 2002	63
Tabel 5.12	Analisis Komparatif.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Denah Lokasi Hotel ROS-IN	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hotel ROS-IN.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri jasa yang kian pesat dalam bidang perhotelan dapat menimbulkan persaingan yang ketat antar industri jasa perhotelan. Untuk itu, kemampuan manajemen dalam menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan perusahaan akan sangat mempengaruhi kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan. Kebijakan-kebijakan tersebut tertuang dalam *marketing mix* yang mencakup perencanaan produk, kebijakan penentuan harga, kebijakan distribusi fisik dan kebijakan promosi.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang sangat penting karena keputusan konsumen untuk memilih suatu produk sangat dipengaruhi oleh besarnya harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen. Untuk itu perusahaan harus dapat menentukan harga jual yang paling tepat, dalam arti dapat menarik serta memuaskan pembeli sekaligus dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan, harga jual yang ditetapkan harus dapat mencakup semua biaya yang telah dikeluarkan. Oleh karena itu, sebelum menentukan besarnya harga jual perlu diketahui terlebih dahulu berapa kira-kira biaya yang akan dikeluarkan. Dengan demikian, penetapan harga jual yang telah ditetapkan dapat menutup seluruh biaya yang

dikeluarkan sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

Pemilihan perusahaan jasa perhotelan ini didasarkan pada produk yang dihasilkan berupa jasa pelayanan, yang dalam penentuan harga jualnya sangat membutuhkan kreativitas dan keahlian manajemen. Supaya pencapaian tujuan perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan tepat, manajemen sangat membutuhkan informasi yang cepat dan tepat. Maka diperlukan akuntansi biaya yang mampu menyediakan data untuk pengambilan keputusan manajemen.

Yogyakarta adalah salah satu kota tujuan wisata di Indonesia yang sangat ramai pengunjungnya sehingga banyak berdiri Hotel sebagai fasilitas penunjang. Salah satu Hotel yang ada di Yogyakarta yaitu Hotel ROS-IN yang berdirinya masih sangat muda yaitu tahun 2000. Hotel ROS-IN dalam menetapkan tarif terlalu tinggi dibandingkan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, disamping itu tarif yang ditetapkan tidak sesuai dengan kelas hotel yang sejenis. Hal ini akan mengakibatkan jumlah tamu yang menginap di Hotel ROS-IN menjadi semakin berkurang, sehingga dapat mengganggu kelangsungan hidup Hotel ROS-IN. Ada beberapa macam metode penentuan harga jual dalam teori, salah satu metode penentuan harga jual adalah metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*. Metode ini lebih akurat karena memiliki beberapa kelebihan (Mulyadi, 1985:29-30) yaitu :

1. Merupakan metode penentuan harga pokok produk yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk.
2. Biaya overhead pabrik, yang bersifat tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

Apakah Hotel ROS-IN sudah menerapkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* dalam penentuan tarif sewa kamar ?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini masalah dibatasi dengan hanya meneliti metode penentuan tarif sewa kamar untuk tipe Suite Room, Deluxe Room, Standard Room. Batasan masalah bertujuan agar pemecahan masalah yang dihadapi benar-benar tepat pada sasaran.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui metode yang diterapkan oleh Hotel ROS-IN dalam penentuan tarif sewa kamar.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menentukan kebijaksanaan penetapan harga terutama dalam penentuan tarif sewa kamar hotel.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bacaan ilmiah dan wawasan serta dapat menambah referensi perpustakaan.

3. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini penulis diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh pada situasi yang sesungguhnya dalam bidang akuntansi dan pemasaran.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan 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 di Hotel ROS-IN

BAB III : Metodologi Penelitian berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

- BAB IV : Gambaran umum perusahaan berisi tentang sejarah berdirinya dan perkembangan perusahaan, alasan didirikannya perusahaan, tujuan perusahaan, jasa – jasa yang dimiliki oleh perusahaan, struktur organisasi, personalia.
- BAB V : Analisis data dan pembahasan berisi penyajian hasil penelitian di lapangan, kemudian dievaluasi untuk mengetahui metode yang diterapkan oleh Hotel ROS-IN dalam penentuan tarif sewa kamar.
- BAB VI : Penutup berisi keterbatasan penelitian, kesimpulan yang diambil dari evaluasi data kemudian dari kesimpulan tersebut akan diberikan saran – saran untuk pihak hotel.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Kotler dan Armstrong (2001 : 439) menyatakan definisi harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Pada situasi tertentu harga jual harus mengalami perubahan. Hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan keadaan pasar, reaksi pasar, laba yang diharapkan. Dalam jangka panjang harga jual diharapkan dapat menghasilkan pendapatan masa depan yang cukup untuk menutup biaya masa depan. Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal maupun internal.

2. Tujuan Menetapkan Harga Jual

Perusahaan harus dapat menentukan tujuan menetapkan harga jual dan berusaha menetapkan harga jual setepat mungkin. Banyak perusahaan yang melakukan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapai. Tujuan menetapkan harga jual adalah (Swasta, 1996: 148) :

a. Mendapatkan laba maksimum

Tujuan mendapatkan laba maksimum bisa dikatakan paling utama bagi perusahaan. Makin besar daya beli konsumen semakin besar pula

kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi.

b. Mendapatkan pengembalian investasi.

Investasi kembali diperoleh dari laba dan laba bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

c. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Perusahaan dapat mencapai itu bila kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih longgar dan memungkinkan untuk ditingkatkan.

B. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Adapun faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi manajemen dalam keputusan penetapan harga jual adalah (Kotler dan Armstrong, 2001: 440-455) :

a. Faktor internal

1) Tujuan Pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan seharusnya 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.

2) Strategi Bauran Pemasaran.

Keputusan harga harus dihubungkan dengan keputusan rancangan produk, distribusi dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang efektif.

Keputusan yang dibuat untuk variabel bauran pemasaran lainnya mempengaruhi keputusan penentuan harga.

3) Organisasi Perusahaan

Manajemen harus memutuskan siapa yang harus menetapkan harga didalam organisasi tersebut. Dalam perusahaan kecil harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan dalam perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer-manajer divisi ataupun manajer-manajer lini produk.

b. Faktor eksternal

1) Permintaan dan Penawaran

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang rendah akan menyebabkan jumlah barang yang diminta lebih besar.

Penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan pada penjual pada tingkat tertentu. Umumnya harga yang lebih tinggi akan mendorong jumlah barang atau jasa yang ditawarkan lebih besar.

2) Persaingan

Suatu perusahaan dalam menetapkan harga biasanya juga melihat pada harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain untuk produk barang atau jasa yang sejenis.

c. Faktor-faktor eksternal lainnya

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

Pada periode resesi merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu

tingkat yang lebih rendah. Di Indonesia setelah ada Keputusan Pemerintah 15 November 1978 yang menentukan nilai tukar \$1,- (satu dollar) Amerika dari Rp 415,00 menjadi Rp 625,00 terjadilah reaksi-reaksi dikalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis. Reaksi spontan terhadap keputusan tersebut adalah adanya kenaikan harga-harga. Kenaikan yang paling menyolok terjadi pada harga barang-barang mewah, barang-barang impor dan barang-barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri.

C. Orientasi dalam Menetapkan Harga

Ada tiga macam orientasi penetapan harga yaitu (Sigit,1992:38) :

a. Orientasi pada harga pokok atau biaya

Artinya harga ditetapkan atas dasar biaya yang dikeluarkan .

b. Orientasi pada permintaan pasar

Artinya harga ditetapkan dengan melihat dan memperkirakan permintaan pasar.

c. Orientasi pada persaingan

Artinya harga yang ditetapkan dapat memungkinkan perusahaan untuk bersaing.

D. Kebijakan Tentang Penentuan Harga Jual

a. Keputusan tentang tingkat harga (*Price Level Decision*)

Winardi (1989:128) menyatakan ada tiga alternatif untuk pengambilan keputusan harga jual dikaitkan dengan pemasaran :

1.) Harga diatas saingan (*Above Competition*)

Bahwa harga produk atau jasa yang bersangkutan berada jauh diatas harga produk atau jasa pihak saingan. Kualitas produk lebih tinggi disebabkan karena bahan yang digunakan berkualitas tinggi dalam bidang produksi atau keterampilan yang berkualitas tinggi dalam bidang jasa.

2.) Harga sama dengan saingan (*Equal to Competition*)

Berarti pembeli harus memilih berdasarkan faktor-faktor lain dan faktor-faktor tersebut terus berubah guna membedakan penawaran dipasar.

3.) Harga dibawah saingan (*Below Competition*)

Mengimplikasikan bahwa harga akan digunakan sebagai variabel aktif dalam marketing mix. Bila digunakan kualitas yang rendah maka hal tersebut dapat merupakan harga rata-rata pada sebuah pasar yang berbeda.

b. Kebijakan Pasar

Penentuan harga jual dapat berpedoman pada kebijaksanaan- kebijaksanaan tertentu yang juga berkaitan dengan harga. Redwolt, Scott, Marshaw (1987:45) berpendapat bahwa kebijakan tersebut meliputi :

1.) Kebijakan harga jual

Kebijakan harga jual disini berarti kebijakan satu harga untuk semua pembeli tanpa memperhatikan waktu pembelian, kuantitas, atau aspek yang lain pada saat terjadi transaksi.

2.) Kebijakan satu harga

Dimana penjual menyamakan harga kedalam satu harga untuk semua pembeli yang mana pembelian ini dibawah kondisi yang serupa

3.) Kebijakan harga berubah-ubah

Kebijakan menyusun harga diantara penjual dan pembeli yang berakibat perjanjian secara langsung atau harga ditentukan oleh kekuatan penawaran yang relatif, disamping itu pembeli dapat mengevaluasi nilai produk yang digunakan dan tersedianya persediaan pengganti sumber daya.

c. Kebijakan Potongan Harga

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

E. Metode Penentuan Harga Jual

Mulyadi (1992:262), menyatakan ada lima metode yang dipakai dalam penentuan harga jual yaitu :

1. Penentuan Harga Jual Normal

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan persentase *mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Metode *cost-plus pricing* juga merupakan metode penetapan harga yang sederhana dan ditetapkan dengan menambahkan suatu persentase mark up tertentu yang diinginkan sebagai keuntungan diatas harga- harga pokoknya atau atas biaya produksi produk tersebut. *Cost Plus Pricing* mempunyai berbagai kelebihan yaitu kepastian

biaya dibandingkan dengan permintaan, keadilan bagi penjual dan pembeli (Kotler, 1989:142) :

- a. Penjual lebih pasti mengenai biaya dibandingkan dengan permintaan mengingat adanya kepastian biaya maka mereka tidak perlu sering mengadakan penyesuaian apabila terjadi perubahan permintaan.
- b. Banyak orang merasa bahwa penetapan harga jual dengan *Cost Plus Pricing* lebih adil bagi penjual dan pembeli.

Kelemahan pendekatan *Cost Plus Pricing* adalah (Winardi, 1991:173-175) :

- a. Harga yang bersedia dibayar oleh pembeli untuk produk tersebut tidak perlu berhubungan dengan biaya untuk memproduksi barang tersebut.
- b. Penerapan harga *Cost Plus* mengharuskan adanya alokasi overhead pada kasus biasa, dimana perusahaan yang bersangkutan memproduksi lebih dari satu produk.

Dalam keadaan normal harga jual atau jasa dihitung dengan formula sebagai berikut :

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

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*. Dengan pendekatan *full costing*, harga jual dan taksiran biaya penuh dihitung dengan rumus (Mulyadi, 1992:47) :

Full Costing :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx

Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	<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

Harga jual = Biaya produksi + *mark up*

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya produksi} + \text{Labayangdiharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

Kelebihan menggunakan metode *full costing* (Mulyadi, 1985:29-30) :

1. Merupakan metode penentuan harga pokok produk yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk.
2. Biaya overhead pabrik, baik bersifat tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya.

Kelemahan menggunakan metode *full costing* (Mulyadi, 1985:30) :

1. Karena biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal, maka apabila dalam suatu periode biaya overhead pabrik sesungguhnya berbeda dengan yang dibebankan tersebut, akan terjadi pembebanan overhead lebih atau pembebanan overhead kurang.

2. Biaya overhead tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk jadi yang belum jadi dijual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Sedangkan dengan pendekatan *variabel costing*, harga jual dan taksiran biaya penuh dihitung dengan rumus (Mulyadi, 1992:47):

Variabel Costing :

Biaya variabel :

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx +</u>	
Taksiran total biaya produksi variabel		xx
Biaya administrasi dan umum variabel	xx	
Biaya pemasaran variabel	xx	
Taksiran total biaya variabel		xx
Biaya Tetap :		
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xx +</u>	
Taksiran total biaya tetap		<u>xx +</u>
Taksiran biaya penuh		xx

Harga jual = Biaya variabel + Persentase *Mark up*

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Labayangdiharapkan}}{\text{Biaya variabel}}$$

Kelebihan menggunakan metode *variable costing* (Mulyadi,1992:157-161):

- a. Manfaat informasi *variable costing* dalam perencanaan laba jangka pendek.

Metode *variable costing* menghasilkan laporan laba rugi yang menyajikan informasi biaya variabel yang terpisah dari informasi biaya tetap dapat memenuhi kebutuhan manajemen untuk perencanaan jangka pendek. Dengan adanya pemisahan biaya tetap dan biaya variabel dalam laporan laba rugi, hal ini memungkinkan manajemen melakukan analisis hubungan antara biaya, volume, dan laba

- b. Manfaat informasi *variabel costing* dalam pengendalian biaya.

Didalam *variabel costing*, period cost yang terdiri dari biaya yang berperilaku tetap dikumpulkan dan disajikan secara terpisah dalam laporan laba rugi sebagai pengurang terhadap laba kontribusi, sehingga pengendalian biaya tetap dalam jangka pendek dapat dilakukan oleh manajemen.

- c. Manfaat informasi *variabel costing* dalam pengambilan keputusan.

Variabel costing menyajikan data yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka pendek Khususnya bermanfaat untuk penentuan harga jual jangka pendek.

Kelemahan metode *variabel costing* (Mulyadi,1991:163-165) adalah :

- a. Pemisahan biaya – biaya kedalam biaya variabel dan biaya tetap sebenarnya sulit dilaksanakan, karena jarang sekali suatu biaya

digolongkan sebagai suatu biaya benar-benar variabel atau benar – benar tetap.

- b. Dalam metode *variabel costing*, naik turunnya laba dihubungkan dengan perubahan – perubahan dalam penjualannya.

Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk perhitungan persentase mark up. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume produk menurut pendekatan *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak secara langsung berhubungan dengan volume produk adalah biaya non produksi.

2. Penentuan harga jual waktu dan bahan.

Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode ini biasanya digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani kebutuhan konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual persatuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

3. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

Dalam *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.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus ini, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan dalam penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima.

5. Penentuan harga jual atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan Peraturan pemerintah.

Harga jual produk atau jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing*, karena menurut penentuan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan Peraturan Pemerintah pendekatan *varibel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

F. Biaya

1. Pengertian biaya

Supriyono (1999:16) berpendapat biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenues) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

2. Penggolongan biaya

Penggolongan biaya ke dalam akuntansi biaya suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain Supriyono (1999 : 18-19) :

a. Penggolongan biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan.

1) Fungsi produksi adalah fungsi untuk mengubah atau mengolah bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual kepada para pembeli. Biaya produksi adalah biaya – biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya, biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

2) Fungsi non produksi adalah meliputi fungsi–fungsi dalam suatu perusahaan selain fungsi produksi. Fungsi ini bertujuan agar produk yang dihasilkan oleh fungsi produksi dapat dipasarkan dan kegiatan perusahaan dapat berdaya guna dan berhasil guna dalam perolehan dan penggunaan sumber–sumber perusahaan. Yang termasuk dalam biaya non produksi adalah biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya finansial.

b. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

1) Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.

2) Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu,

atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.

c. Penggolongan biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. :

- 1) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah biaya total, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
- 3) Biaya semi *fixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- 4) Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.

- d. Penggolongan biaya berdasarkan waktu dan manfaatnya.
- 1) Pengeluaran modal (*Capital Expenditure*) adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat (benefit) pada beberapa periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
 - 2) Pengeluaran pendapatan (*Revenues Expenditure*) adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi di mana pengeluaran terjadi.
- e. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan
- 1) Biaya relevan (*Relevant Cost*)
Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan.
 - 2) Biaya tidak relevan (*Irrelevant Cost*)
Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan atau dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan.

G. Pengertian dan Karakteristik Jasa

Kotler (1989:575) menyatakan definisi jasa adalah kegiatan atau manfaat yang bisa ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak bisa diraba dan tidak menghasilkan pemilikan apapun.

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut (Kotler dan Susanto, 2001: 605-607):

1. Jasa merupakan sesuatu yang tidak berujud.
2. Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Jasa sangat bervariasi, karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan.
4. Jasa tidak tahan lama dan tidak untuk disimpan.

II. Tarif Kamar Hotel (Room Rate)

Setiap hotel mempunyai beberapa kategori tarif kamar (*rate category*). Kategori tarif kamar umumnya didasarkan pada kamar yang ada seperti ukuran kamar, letak kamar, fasilitas kamar, dan perjanjian. Dalam menentukan tarif dan potongan tarif kamar harus dilakukan dengan hati-hati dan teliti oleh pihak manajemen hotel dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya, inflasi, persaingan, penyusutan, pajak dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan agar mendapat suatu tarif yang menguntungkan. Minimal tarif kamar hotel harus dapat mengembalikan biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan sebuah kamar hotel yang siap untuk ditempati.

Sugiarto dan Haryadi (2002:6) menyatakan harga kamar secara garis besar dapat dibagi atas dua macam, yaitu harga pasti dan harga potongan. Harga pasti adalah harga kamar yang tidak dapat ditawar atau tidak mendapatkan potongan. Harga kamar ini sama dengan harga yang dikeluarkan oleh pihak

manajemen dalam bentuk brosur. Istilah lain harga pasti dalam dunia perhotelan adalah *standard rate/ normal rate-published rate*, sedangkan harga potongan adalah harga yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan potongan (*discount*).

Pada umumnya, harga atau tarif kamar hotel dapat dibedakan menjadi (Darsono,1992:3-4) :

1. Harga per kamar (*Basic rate*)

Harga setiap kamar sesuai dengan fasilitas masing-masing. Penentuan harga bergantung kepada fasilitas, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi. Dengan demikian harga ini belum terkena potongan harga.

2. Harga paket

Harga kamar merupakan paket, yaitu sewa kamar ditambah pelayanan yang berupa makan dan fasilitas lainnya.

3. Harga khusus

Harga kamar ditetapkan secara khusus dan resmi dengan perjanjian harga diberikan kepada biro perjalanan, perusahaan penerbangan, dan kedutaan. Harga ini biasanya lebih murah dari harga resmi. Berikut ini yang termasuk harga kamar khusus adalah :

- a. *Company rates*, yaitu harga kamar untuk tamu dari suatu perusahaan tertentu yang menginap secara kontinyu.
- b. *Comercial rates*, yaitu harga kamar untuk tamu-tamu yang mengadakan perjalanan usaha (*business*).
- c. *Airlines rates*, yaitu harga kamar untuk tamu yang bekerja pada perusahaan penerbangan.

- d. *Seasonal rates*, yaitu harga kamar yang diberikan kepada tamu saat musim tertentu. Harga ini lebih murah dari harga resmi karena untuk menarik para tamu pada saat hotel mengalami *low season*.
 - e. *Family rates*, yaitu harga khusus yang diberikan kepada tamu keluarga yang membawa anak di bawah umur 12 tahun. Anak ini dianggap satu dengan orang tuanya sehingga ia tidak dikenakan biaya tambahan. Namun, apabila berpisah kamar maka dikenai harga khusus.
 - f. *Day use rates*, yaitu harga khusus diberikan kepada tamu yang tinggal hanya beberapa jam, datang dan berangkat pada hari yang sama.
 - g. *Over flow rates*, yaitu harga khusus diberikan kepada tamu yang dikirim dari hotel lain. Ini terjadi karena hotel yang bersangkutan *over booked* (persediaan kamar hotel tidak mampu menampung tamu yang ada).
 - h. *Travel agency rates*, yaitu harga satu kamar untuk para tamu yang menginap di hotel lewat biro perjalanan.
 - i. *Week and rates*, yaitu harga kamar untuk para tamu yang menginap pada hari libur mingguan (Jumat, Sabtu, Minggu).
 - j. *Group rates*, yaitu harga untuk tamu rombongan yang berjumlah lebih dari 15 orang.
4. Harga perseorangan
- Harga sewa kamar dikenakan tamu sesuai dengan jumlah yang akan menginap

I. Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel

1. Pengertian Hotel

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan, minum serta jasa-jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia, 1990 : 155).

2. Tujuan Menetapkan Tarif Sewa Kamar

Adapun tujuan-tujuan dalam menetapkan tarif sewa kamar adalah (Sugiarto, 1996 : 3) :

- a. Memperoleh keuntungan yang diharapkan bagi hotel yang bersangkutan.
- b. Pengembalian investasi (modal yang ditanamkan) sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan.
- c. Memperbaiki atau mempertahankan *market share* (pangsa pasar) yang ada.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Tarif Sewa Kamar

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan tarif sewa kamar ada dua macam yaitu (Sugiarto, 1996 : 6):

a. Faktor Internal

Yaitu faktor-faktor yang disebabkan dari dalam hotel antara lain :

- 1.) Sasaran perusahaan yang terdiri dari laba, penjualan, posisi keuangan, tipe tamu dan service.

2.) Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari desain produk, distribusi dan promosi.

3.) Biaya yang terdiri dari biaya produksi, distribusi, promosi dan fasilitas.

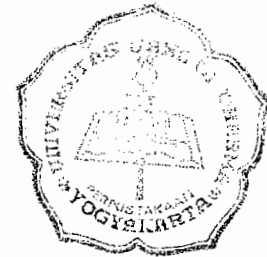
b. Faktor Eksternal

Yaitu faktor-faktor yang disebabkan dari luar hotel antara lain :

1.) Pasar dan permintaan yang terdiri dari analisis kebutuhan konsumen dan persepsi konsumen terhadap harga.

2.) Kompetitor atau pesaing yang terdiri dari harga dan tawaran pesaing.

3.) Lingkungan yang terdiri dari lingkungan ekonomi, politik atau kebijakan pemerintah serta lokasi hotel.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian studi kasus pada Hotel ROS-IN. Dimana data yang didapatkan akan diolah kemudian dievaluasi, selanjutnya ditarik kesimpulan yang hanya berlaku bagi pihak Hotel yang diteliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

- a. Tempat penelitian : Hotel ROS-IN
- b. Waktu penelitian : bulan Maret sampai bulan April 2004

C. Subyek dan Obyek Penelitian

- a. Subyek penelitian
 - 1). Manajer Hotel
 - 2). Manajer Pemasaran
 - 3). Bagian Keuangan
- b. Obyek penelitian
 - Metode penentuan tarif sewa kamar .

D. Data yang dicari

- a. Gambaran umum perusahaan
- b. Data biaya yang ditetapkan tahun 2002

- c. Langkah penentuan tarif sewa kamar
- d. Tarif sewa kamar hotel tahun 2002
- e. Persentase laba yang diharapkan
- f. Data atau informasi yang berhubungan dengan penentuan tarif sewa kamar.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung pada pihak yang berkepentingan dengan obyeknya seperti bagian keuangan dan bagian personalia. Dengan wawancara ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang diperlukan yaitu gambaran umum perusahaan beserta tarif sewa kamar hotel.

2. Metode Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyalin dan mempelajari data-data yang terdapat diperusahaan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti seperti biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan berkaitan dengan metode penentuan tarif sewa kamar hotel.

3. Metode Observasi

Teknik ini digunakan untuk mendukung data yang diperoleh melalui teknik wawancara, khususnya berkaitan dengan gambaran umum perusahaan.

F. Teknik Analisis Data

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

1. Mendeskripsikan metode penentuan tarif sewa kamar yang diterapkan di Hotel ROS-IN. Langkah – langkahnya adalah sebagai berikut :
 - a. Menetapkan perkiraan biaya operasi + pajak, asuransi + penyusutan + kewajiban tingkat pengembalian yang diinginkan = (total perkiraan biaya dan kewajiban tingkat pengembalian yang diinginkan).
 - b. Total biaya perkiraan dan kewajiban tingkat pengembalian yang diinginkan – pendapatan lain diluar kamar = jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban tingkat pengembalian nilai investasi saat ini.
 - c. Jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban tingkat pengembalian nilai investasi saat ini : Rata-rata tingkat hunian kamar = Tarif harian minimum setiap kamar yang dihuni untuk menutup biaya dan kewajiban pengembalian nilai investasi yang diinginkan.
2. Mendeskripsikan penentuan tarif sewa kamar berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *Full Costing*. Langkah – langkahnya adalah sebagai berikut :
 - a. Menghitung total biaya dengan unsur – unsur sebagai berikut :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx

Biaya overhead pabrik (variabel+tetap)	xx	
		—— +
Total biaya produksi		xx
Biaya administrasi dan umum	xx	
Biaya pemasaran	xx	
		—— +
Total biaya komersial		xx
		—— +
Total biaya penuh		xx

- b. Menghitung persentase mark up yang diperoleh dengan rumus :

$$\text{Mark up} = \frac{\text{BiayaLangsung} + \text{Labayangdiharapkan}}{\text{BiayaLangsung}}$$

- c. Menghitung tarif kamar perunit dengan rumus

Biaya harga jual perunit

Tarif kamar

Biaya produksi xx

(% mark up x biaya produksi) xx

—— +

jumlah harga jual xx

$$\text{harga jual perunit} = \frac{\text{H arg aJual}}{\text{Volume Pr oduk}}$$

3. Melakukan analisis komparatif yaitu dengan membandingkan antara metode yang diterapkan di Hotel ROS-IN dengan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*. Dari hasil perbandingan tersebut akan didapatkan kesimpulan yaitu apakah Hotel ROS-IN sudah menerapkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* atau belum menerapkan metode tersebut.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Hotel ROS-IN

Hotel ROS-IN berdiri kurang lebih 4 tahun lalu yang berada di lokasi Kabupaten Bantul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan yang dimiliki oleh Bapak Y. Soeroso. Beliau adalah seorang pengusaha di bidang perjalanan umum bus “Rosalia Indah” yang beralamat di Kebakkramat, Palur, Surakarta yang sampai saat ini mempunyai kurang lebih 130 bus angkutan umum jurusan Solo-Jakarta-Jambi, dengan fasilitas untuk big top, eksekutif maupun ekonomi. Biro perjalanan ini juga ditunjang oleh angkutan travel L 300 yang mempunyai rute perjalanan Yogya-Malang-Surabaya.

Hotel ROS-IN merupakan ekspansi usaha dari perjalanan umum Rosalia Indah yang telah direncanakan oleh Bapak Y. Soeroso. Hotel ROS-IN diresmikan pada tanggal 1 Juni 2000 dan diadakan *soft opening* dengan jumlah kamar 23 yang juga dilengkapi kantor travel Rosalia Indah., restoran, kafe, *music room*, ruang rapat, dan fasilitas lainnya. Hotel ROS-IN memiliki karyawan 43 orang. Para karyawan tersebut terdiri dari 8 staf yaitu *Manajer, Executive Marketing, Chief Cook, Chief Accounting, Executive House Keeper, Supervisor SDM, HRD, General Cashier* dan sisanya karyawan biasa. Hotel ROS-IN terdiri atas 2 lantai yaitu :

1. Lantai I

Pertama masuk akan menjumpai lobby, resepsionis, kantor ticketing souvenir shop, restoran, dan ada 11 kamar.

2. Lantai II

Di lantai II terdapat lobby, gamelan setting, ruang rapat, dinner counter, dan ada 12 kamar.

Untuk menunjang perkembangan Hotel ROS-IN dalam waktu dekat akan ada penambahan kurang lebih 23 kamar, music room dengan kapasitas 150 set, dan kolam renang yang rencananya akan didirikan di atas lahan seluas 2.800 meter persegi. Dengan demikian Hotel ROS-IN dalam waktu yang akan datang akan mempunyai 44 kamar standar, 8 suite room, sehingga bisa menunjang perkembangan Hotel ROS-IN untuk menjadi salah satu hotel berbintang di Kabupaten Bantul.

B. Tujuan Pendirian Hotel

Setiap perusahaan baik manufaktur maupun jasa mempunyai tujuan utama yaitu mencari keuntungan yang biasanya berupa uang. Karena sebagian besar kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan menggunakan uang. Seperti halnya Bapak Y. Soeroso, beliau adalah salah seorang wiraswasta yang bergerak di bidang perhotelan. Beliau bermula dari usaha bus perjalanan umum. Kemudian setelah usahanya maju, Bapak Y. Soeroso mempunyai niat untuk mengembangkan usahanya dengan mendirikan hotel sebagai sarana untuk mengembangkan usaha travelnya.

Tujuan utama pendirian hotel ini adalah untuk bisnis. Dunia bisnis adalah dunia yang sangat banyak tantangan dan penuh resiko sehingga orang-orang yang akan masuk ke dalam dunia bisnis harus benar-benar mempunyai keahlian yang baik, mempunyai pengetahuan yang luas, mampu dan sanggup menghadapi resiko, tidak pantang menyerah, senang dan tertarik akan hal-hal baru. Dunia bisnis sangat erat sekali dengan resiko oleh karena itu dalam dunia bisnis sering ada istilah “siapa yang kuat dialah yang menang” istilah seperti ini bisa juga dikenal dengan sebutan hukum rimba. Orang yang menang akan memegang kendali di dalam dunia bisnis tersebut. Jadi tujuan pendirian Hotel ROS-IN yang utama adalah mencari laba yang sebesar - besarnya.

Selain tujuan utama tersebut pendirian hotel ini bertujuan untuk membantu Pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran yang memang merupakan masalah negara yang sangat sulit untuk diatasi. Oleh karena itu beliau patut dijadikan sebagai panutan dan suri tauladan karena paling tidak dengan pendirian Hotel ROS-IN tersebut masalah pengangguran yang setiap tahunnya semakin meningkat dapat sedikit teratasi.

Tindakan yang diambil oleh Bapak Y. Soeroso dengan mendirikan Hotel ROS-IN tersebut patut untuk ditiru, tetapi sayangnya tidak setiap orang mampu seperti itu. Ketidakmampuan ini disebabkan antara lain: adanya hambatan di dalam dana atau modal bisa juga disebabkan karena dia tidak mampu berjiwa sebagai wiraswasta. Kebanyakan dari mereka ingin bekerja sebagai karyawan bukan sebagai pimpinan. Karena mereka mempunyai

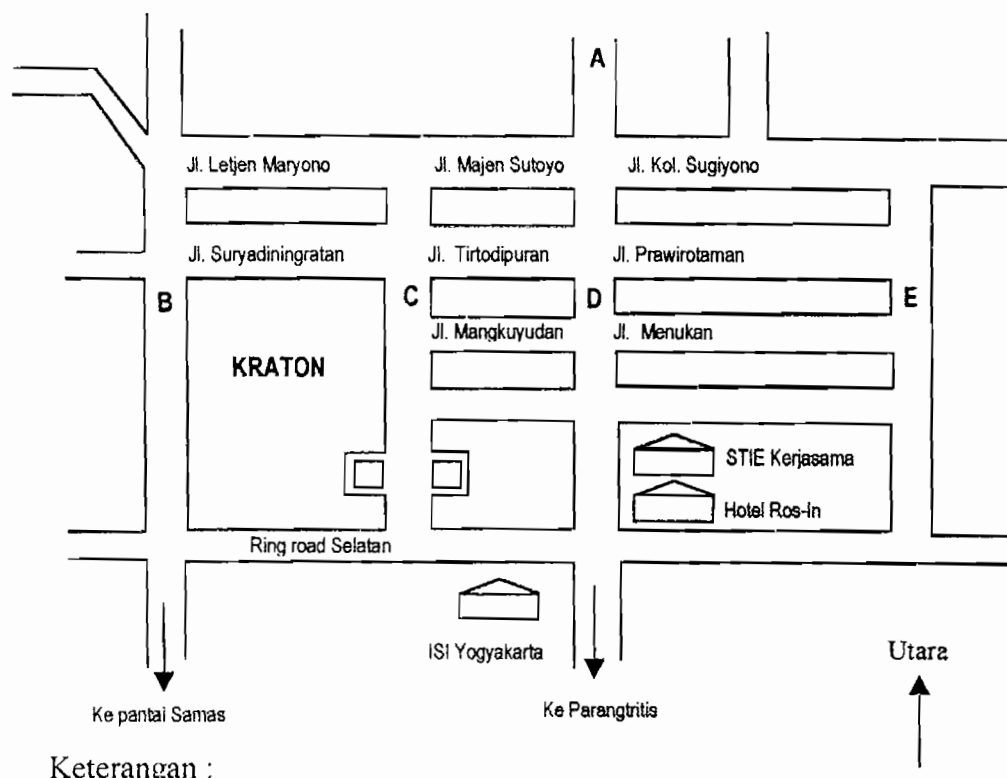
anggapan bahwa resiko yang dihadapi seorang karyawan itu jauh lebih kecil dan sederhana bila dibandingkan dengan resiko yang dihadapi oleh seorang pemimpin. Selain itu tujuan dari pendirian hotel ini adalah ikut berpartisipasi dalam mengembangkan kota Yogyakarta sebagai kota budaya dan daerah tujuan wisata.

C. Lokasi Hotel ROS-IN

Hotel ROS-IN berlokasi di Jalan Lingkar Selatan No. 110 yang termasuk wilayah Kabupaten Bantul. Hotel ini sangat strategis karena dekat dengan tempat-tempat wisata dan juga dekat dengan daerah pengembangan industri. Berikut ini gambar lokasi Hotel ROS-IN :

Gambar 4.1

Denah Letak dan Lokasi Hotel ROS-IN Yogyakarta



A : Jl. Brigjen Katamso

B : Jl. Bantul

C : Jl. Mayjen Panjaitan

D : Jl. Parangtritis

E : Jl. Sisingamangaraja

D. Alasan Pemilihan Lokasi

Adapun pemilihan lokasi Hotel ROS-IN di Jalan Lingkar Selatan No. 110 wilayah Kabupaten Bantul ini karena lokasinya sangat strategis dekat dengan tempat-tempat wisata selain itu lokasinya juga menjanjikan karena dekat dengan jalan raya dan daerah Bantul merupakan daerah pengembangan industri. Selain itu Hotel ROS-IN merupakan salah satu hotel yang ada di Kabupaten Bantul yang dekat dengan tempat bisnis dan lain-lain.

Hal ini sangat menguntungkan dan menimbulkan daya tarik tersendiri bagi para tamu domestik ataupun manca negara. Disamping itu juga terdapat agen perjalanan yang kesemuanya ini diharapkan saling menunjang untuk mencapai apa yang di harapkan oleh pihak Hotel ROS-IN. Untuk meningkatkan kebutuhan tempat penginapan khususnya hotel maka Hotel ROS-IN berusaha untuk memenuhi keinginan masyarakat dengan memilih lokasi yang terletak di Jalan Lingkar Selatan No. 110 wilayah Kabupaten Bantul yang sangat menjanjikan.

E. Struktur Organisasi

Perusahaan dalam mencapai tujuannya memerlukan suatu organisasi yang baik. Dengan organisasi yang baik tersebut maka usaha-usaha yang dilaksanakan akan menjadi lebih efisien dan efektif. Dengan struktur organisasi yang jelas maka karyawan akan mengetahui tugas dan tanggung jawab serta wewenangnya di perusahaan yang bersangkutan.

Pembuatan struktur organisasi di Hotel ROS-IN Yogyakarta pada khususnya dan juga pada perusahaan-perusahaan lain pada umumnya mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. untuk mengetahui kedudukan tiap-tiap jabatan yang ada di Hotel.
2. untuk mengetahui besar-kecilnya organisasi
3. untuk mengetahui satuan organisasi yang ada dalam hotel.
4. untuk mengetahui rincian aktivitas masing-masing pejabat dan karyawan.

Struktur organisasi di Hotel ROS-IN mempergunakan struktur organisasi bentuk garis dimana setiap atasan memiliki sejumlah bawahan tertentu yang masing-masing memberi pertanggungjawaban atas pelaksanaan kerja kepada masing-masing atasannya sehingga menimbulkan rasa solidaritas yang tinggi. Berikut ini merupakan keterangan yang lebih jelas mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing jenjang jabatan dalam departemen :

1. Direksi

Direksi merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam struktur organisasi di Hotel ROS-IN.

2. Manager

Manager bertanggung jawab atas operasional Hotel ROS-IN secara keseluruhan dan bertanggung jawab langsung kepada direksi.

3. Front Office Manager

Front Office Manager bertanggung jawab penuh atas operasional *Front Office Department* secara keseluruhan.

Secara rinci tugas-tugasnya sebagai berikut :

- a. melaksanakan strategi penjualan kamar.
- b. menganalisa penjualan kamar.
- c. memberi keterangan yang dibutuhkan tamu.
- d. mengkoordinasi operasional seluruh seksi *Front Office*.

Front Office membawahi supervisor yang membawahi langsung tenaga-tenaga seperti : operasional, sopir dan resepsionis.

4. House Keeping

House Keeping Manager merupakan pimpinan tertinggi di *House Keeping Department* yang bertanggung jawab penuh atas operasional *House Keeping Department*. Adapun tugas *House Keeping* adalah sebagai berikut:

- a. Koordinasi dengan *Front Office* mengenai penempatan kamar.
- b. Mengecek semua persiapan kamar-kamar (perlengkapan, kerapian, dan kebersihan).

5. Food and Beverage Manager

Food and Beverage Manager merupakan pimpinan tertinggi dari *Food and Beverage Department*. Bagian ini menyediakan makanan dan minuman untuk tamu.

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut :

- a. Membuat sistem administrasi yang baik untuk kelancaran operasional yang diperlukan untuk seluruh *section* yang berada di bawah tanggung jawabnya.
- b. Menetapkan metode pelayanan untuk masing-masing outlet yang berada di bawah tanggung jawabnya.
- c. Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak luar yang berkaitan dengan hotel khususnya *Food & Beverage Department*.
- d. Menetapkan harga makanan dan minuman.
- e. Memberikan pengarahan operasional baik secara langsung maupun secara tidak langsung mengenai pelayanan makanan dan minuman bagi para tamu
- f. Mengatur dan memberikan training program.
- g. Kursus-kursus untuk menambah ketrampilan dan wawasan kerja.

6. Marketing and Sales Manager

Marketing and Sales Manager bertanggung jawab atas operasional *marketing department* secara keseluruhan dan bertanggung jawab langsung kepada *General Manager*. *Marketing and Sales Manager* mempunyai tugas-tugas sebagai berikut :

- a. Mengadakan promosi.
- b. Bertanggung jawab atas terselenggarakannya operasional dari departemen yang menanganinya.
- c. Mengadakan pendekatan kepada pihak-pihak pemerintah.
- d. Memberikan informasi mengenai departemennya baik diminta maupun tidak diminta kepada manager sekaligus memberikan saran yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.
- e. Survey dan membuat analisa/perbandingan dengan hotel-hotel lain untuk disampaikan kepada *General Manager*.
- f. Mengadakan penilaian terhadap *staf marketing department*.
- g. Mengkoordinasi, mengawasi dan bertanggung jawab mengenai semua kegiatan.

7. Accounting

Accounting Department yang bertanggung jawab atas perhitungan keuangan hotel, pembuatan laporan keuangan dari setiap departemen di hotel.

Accounting Department membawahi :

a. Cost Control Income Audit Supervisor

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

b. Purchasing and Store Keeping Supervisor

Purchasing and Store Keeping Supervisor bertanggung jawab atas keberhasilan operasional *Purchasing and Store Keeping Supervisor Department* secara keseluruhan.

c. General Chaser Supervisor

General Chaser Supervisor bertanggung jawab atas keberhasilan operasional *General Chaser Supervisor*.

8. Personalia Manager

Personalia Manager bertanggung jawab atas masalah kepegawaian secara keseluruhan dalam operasionalnya.

Tugas dari Personalia Manager adalah sebagai berikut :

- a. Mengontrol absensi karyawan.
- b. Mengurusi cuti karyawan.
- c. Mengurusi asuransi kecelakaan tenaga kerja.
- d. Mengurusi surat-surat izin perusahaan yang berhubungan dengan Depnaker.

Personalia Manager membawahi :

a. Security Chief

Security Chief bertanggung jawab atas keamanan keseluruhan lingkungan hotel. *Security Chief* mengkoordinasi tugasnya dari *Security Crew*.

b. Personalia Administrasi

Personalia administrasi mengkoordinasi tugas Personalia Administrasi.

9. Engineering

Engineering merupakan pimpinan yang bertanggung jawab atas kelangsungan dan keberhasilan operasional *Engineering Department* secara keseluruhan. *Engineering* langsung membawahi :

a. Mechanical Supervisor

Mechanical Supervisor merupakan pimpinan yang bertanggung jawab atas keberhasilan operasional bagian-bagian penanganan mekanik.

b. Electrical supervisor

Electrical supervisor adalah pimpinan yang bertanggung jawab mengkoordinir kegiatan engineering yang mengurus peralatan dan sumber tenaga listrik.

c. Repairing and Maintenance Supervisor

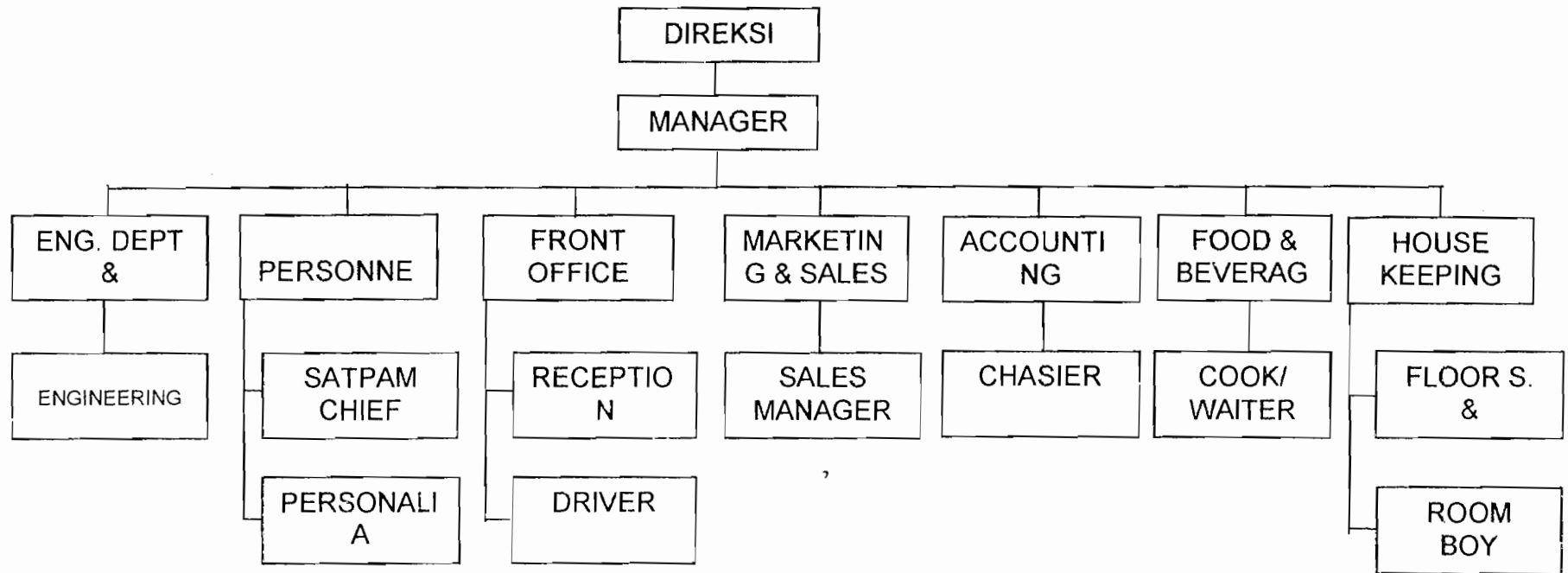
Repairing and Maintenance Supervisor merupakan bagian yang menangani perbaikan dan perawatan serta pemeliharaan.

d. Transport Dispatcher Supervisor

Transport Dispatcher Supervisor merupakan bagian *engineering department* yang menangani transportasi.

Struktur organisasi di Hotel ROS-IN dapat juga dipahami dari bagan di bawah ini :

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Hotel ROS-IN



Keterangan :

Floor S. : Floor Supervisor
Laundry S. : Laundry Supervisor

F. Personalia

Hotel sebagai industri yang menjual jasa dalam memilih karyawan tentu saja berbeda dengan perusahaan lain yang sifatnya hanya menghasilkan barang. Sebagai karyawan hotel sebaiknya mempunyai penampilan yang rapi, sifat ramah-tamah yang tinggi, mempunyai jiwa senang dalam membantu orang dan mempunyai kemampuan berkomunikasi yang tinggi sehingga mudah memberi pelayanan.

Pada saat ini Hotel ROS-IN memiliki karyawan berjumlah 43 orang. Karyawan tersebut bekerja sesuai dengan bidang dan jabatannya. Penjelasan mengenai jumlah karyawan dan jabatannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1
Perincian Jumlah Karyawan yang Bekerja pada Hotel ROS-IN Yogyakarta Per 1 Desember 2003

No.	Jabatan	Karyawan		Jumlah
		Pria	Wanita	
1.	Manager	1	-	1
2.	Marketing	2	-	2
3.	Accounting	1	1	2
4.	Supervisor SDM	1	-	1
5.	Security	7	-	7
6.	Receptionist	1	2	3
7.	House Keeping	10	3	13
8.	Food & Beverage	4	1	5
9.	Laundry	-	2	2
10.	HRD	1	-	1
11.	House Keeper	1	-	1
12.	Gardener	2	-	2
13.	Engineering	3	-	3
	Jumlah Keseluruhan	34	9	43

1. Jam kerja

Hotel ROS-IN mempunyai mempunyai hari kerja yaitu Senin sampai Minggu dengan menggunakan sistem kerja sebagai yaitu :

Shift pagi : pukul 07.00 – 15.00 WIB

Shift siang : pukul 15.00 – 23.00 WIB

Shift malam : pukul 23.00 – 07.00 WIB

Hotel ROS-IN juga memberikan jam istirahat bagi karyawannya tetapi mempunyai peraturan yang khusus karena sewaktu-waktu karyawan tersebut dibutuhkan untuk melayani tamu.

2. Pengupahan dan Penggajian

Mengenai besarnya upah yang diberikan untuk tiap-tiap karyawan berbeda-beda berdasarkan golongan atau jabatan. Adapun pemberian gaji karyawan pada Hotel ROS-IN diberikan setiap bulan dan mengacu pada UMP (Upah Minimum Propinsi) yang merupakan gaji pokok. Disamping gaji pokok tersebut karyawan juga menerima bonus yang disebut service. Besarnya service ini diberikan sesuai dengan keadaan hotel itu sendiri

G. Fasilitas dan Jasa-jasa yang Diberikan

1. Fasilitas

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

- a. Fasilitas fisik, meliputi : *restaurant/café, music room, VIP karaoke, kamar, tempat tidur, AC, TV, taman, front office, lokasi, tempat parkir, convention hall, gedung, dapur, toilet umum, bangunan, dan mushola.*
- b. Fasilitas operasional, meliputi : *organisasi, tenaga kerja, house keeping, keamanan, travel, pelayanan, makanan dan minuman.*

2. Jasa-jasa

Adapun jasa-jasa yang ditawarkan oleh Hotel ROS-IN dan fasilitas yang tersedia adalah :

a. Kamar

Kamar dan fasilitas yang tersedia di Hotel ROS-IN sebanyak 43 kamar dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 4.2
Perincian Jenis Kamar di Hotel ROS-IN Tahun 2004

Jenis kamar	Jumlah Kamar	Harga (Rp)	Keterangan
Suite Room	6	Rp. 300.000	Twin/Double
Deluxe Room	14	Rp. 190.000	Twin/Double
Standar Room	23	Rp. 160.000	Twin/Double

Adapun fasilitas-fasilitas yang disediakan pada kamar adalah sebagai berikut :

- AC
- Telepon
- Musik
- TV 21 inch
- Air panas dan dingin

- dan lain-lain
- b. Restaurant/Café
Restaurant ini dikelola oleh Hotel ROS-IN dan dibuka selama 24 jam. Fasilitas di restaurant VIP Karaoke juga dapat digunakan untuk perjamuan pesta, jamuan makan/minum dan pertemuan lainnya.
- c. Lobby
Dipergunakan untuk duduk-duduk para tamu, khususnya untuk para tamu yang menunggu jemputan.
- d. Souvenir Shop
Hotel ROS-IN juga menyediakan barang keperluan umum seperti barang antik, kerajinan-kerajinan Yogyakarta dan lain sebagainya.
- e. Ruang Meeting
Ruang meeting ini berguna untuk mengadakan pertemuan-pertemuan dengan luas 17 x 9 meter.
- f. Taxi Service
Disediakan untuk para tamu yang akan berjalan-jalan dengan tarif standar
- g. Laundry
Jasa hotel yang menambah pemasukan hotel dan menambah nilai terhadap hotel. Dengan adanya jasa laundry ini tamu hotel tidak akan bersusah payah mencari jasa laundry di luar hotel dan kenyamanan tinggal di hotel meningkat. Jasa ini membuat pemasaran produk jasa

hotel mendapat tempat di dunia perhotelan yang semakin ketat persaingannya dewasa ini.

h. Ticketing

Hotel ROS-IN melayani pemesanan tiket dan merupakan kantor pusat di Yogyakarta untuk pemesanan travel Rosalia Indah.

i. Member Card

Bagi pengunjung yang sering menginap di Hotel ROS-IN diberi harga khusus.

H. Permodalan

Dalam pengembangan usaha Hotel ROS-IN tidak mengalami kesulitan keuangan atau dana yang dibutuhkan karena menggunakan modal sendiri. Jumlah modal awalnya kurang lebih Rp. 5.000.000.000,00 dengan demikian Hotel ROS- IN mampu mengembangkan usahanya lebih baik dan cepat.

I. Pemasaran

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, maka Hotel ROS-IN menggunakan saluran pemasaran yang sesuai dengan usahanya dalam memasarkan jasa penginapan diantaranya :

1. Hotel ROS-IN melakukan kegiatan pemasaran secara aktif melalui iklan, radio dan brosur.

2. Dengan meningkatkan pelayanan, misalnya dengan memberikan pelayanan yang cepat dan diutamakan ramah-tamah terhadap para pengunjungnya.
3. Sifatnya umum yaitu banyak trik-trik yang dilakukan oleh hotel dengan melihat situasi dan kondisi yang sesuai dengan kemampuan.

BAB V

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis data ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis komparatif. Analisis deskriptif merupakan penyajian mengenai data-data keuangan dan data-data lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti di Hotel ROS-IN, sedangkan analisis komparatif dipergunakan untuk membandingkan antara hasil temuan data dari Hotel ROS-IN dengan kajian teori.

A. Metode Penentuan Tarif Sewa Kamar Di Hotel ROS-IN

Hotel ROS-IN dalam menetapkan tarif sewa kamar berdasarkan suatu kebijakan harga baik dari pihak manajemen hotel sendiri maupun berdasarkan rentang harga yang telah ditetapkan oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) sesuai dengan predikat bintang yang disandangnya.

Kebijakan harga dari pihak manajemen Hotel ROS-IN yaitu pendapatan yang diperoleh dapat menutup biaya yang telah dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diharapkan.

Adapun langkah-langkah yang diterapkan di Hotel ROS-IN dalam menetapkan tarif sewa kamar adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan perkiraan biaya operasi + pajak, asuransi + penyusutan + kewajiban tingkat pengembalian yang diinginkan =

(Total perkiraan biaya dan kewajiban pengembalian yang diinginkan).

2. Total biaya perkiraan dan kewajiban pengembalian yang diinginkan – pendapatan lain diluar kamar = Jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban tingkat pengembalian nilai investasi saat ini.
3. Jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban pengembalian nilai tanah dan bangunan saat ini:
Rata-rata tingkat hunian kamar = Tarif harian minimum setiap kamar yang dihuni untuk menutup biaya dan kewajiban pengembalian nilai investasi yang diinginkan.

Dalam menetapkan tarif sewa kamar pihak Hotel ROS-IN juga mempertimbangkan faktor-faktor di bawah ini :

1. Faktor Biaya

Biaya yang terjadi atau biaya yang dikeluarkan oleh pihak hotel pada masa lalu dan masa kini. Penentuan tarif tahun sebelumnya ikut menjadi pertimbangan dalam menetapkan tarif tahun masa kini.

2. Faktor fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel

Fasilitas yang diberikan untuk masing-masing jenis kamar berbeda sehingga akan menyebabkan perbedaan tarif. Apabila konsumen memakai jenis kamar dengan tarif tinggi maka fasilitas yang didapat akan lebih banyak. Demikian pula sebaliknya, apabila tarifnya rendah maka fasilitas



yang didapat akan lebih sedikit. Fasilitas yang terdapat pada setiap tipe kamar di Hotel ROS-IN, yaitu :

1) Tipe Standard

Untuk tipe standard fasilitasnya adalah AC (split), telephone, air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, TV 21", Shower.

2) Tipe Deluxe

Adapun fasilitasnya adalah AC (Split), telephone, air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, TV 21", bath tub.

3) Tipe Suite

Fasilitas yang terdapat dalam kamar tipe suite adalah AC (Split), Telephone, Air panas/dingin, makan pagi untuk berdua, TV 21, Bath Tub, Mini Bar.

3. Faktor Letak Hotel

Pihak hotel harus melihat dan memperhatikan dimana letak hotel tersebut. Letak Hotel ROS-IN dekat dengan tempat pariwisata, pusat kebudayaan, pusat kota, bandara, pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan juga dekat dengan kampus.

4. Faktor tarif sewa kamar pada hotel sejenis

Hal ini dilakukan agar tarif yang berlaku di Hotel ROS-IN tidak berbeda jauh dengan tarif yang berlaku di hotel-hotel lain, sebab tarif yang ditetapkan oleh pihak hotel harus sesuai dengan predikat bintang yang disandangnya.

5. Melihat banyaknya sumbangan dari pihak luar hotel

Hotel ROS-IN mempunyai biro perjalanan umum atau travel agent yaitu Rosalia Indah. Jadi peranan travel agent ini sangat penting dalam rangka memperkenalkan dan mendatangkan tamu. Banyak sedikitnya tamu yang dapat di bawa oleh pihak travel agent juga berpengaruh terhadap tarif sewa kamar hotel. Hal ini ditunjukkan dengan adanya “Kontrak Rate”. Kontrak Rate ini merupakan kesepakatan tarif antara kedua belah pihak yang akan dikenakan kepada para tamu.

6. Melihat Analisa Variasi Musim

Dalam menentukan tarif sewa kamar, Hotel ROS-IN melihat analisa tarif tahun sebelumnya, pajak serta tingkat inflasi yang terjadi di Indonesia. Dari analisa tersebut oleh Hotel ROS-IN digunakan sebagai acuan dalam menetapkan harga. Biasanya persentase kenaikan yang berlaku adalah \pm 25%.

**B. Penentuan Tarif Sewa Kamar Menurut Metode *Cost Plus Pricing*
Pendekatan *Full Costing***

Untuk pembahasan selanjutnya, dalam perhitungan tarif sewa kamar, akan menggunakan dasar biaya yang dikeluarkan atau berorientasi pada biaya. Metode penentuan menurut *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* merupakan penentuan tarif sewa kamar yang dapat menutup biaya penuh yang merupakan penjumlahan dari biaya langsung dengan biaya tidak langsung dan untuk menghasilkan laba yang diharapkan.

Sebelum menghitung tarif sewa kamar menurut metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *Full Costing*, berikut ini akan disajikan tarif sewa kamar untuk tahun 2002 yang ditetapkan oleh pihak Hotel ROS-IN.

Tabel 5.1
Tarif Sewa Kamar di Hotel ROS-IN Tahun 2002

No.	Tipe Kamar	Tarif Sewa Kamar
1.	Standard Room	Rp. 120.000
2.	Deluxe Room	Rp. 135.000
3.	Suite Room	Rp. 200.000

Sumber Data : Hotel ROS-IN

Adapun langkah-langkah perhitungan tarif kamar menurut metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *Full Costing* adalah sebagai berikut :

1. Menghitung total biaya langsung dan total biaya tidak langsung. Biaya langsung yang ada di Hotel ROS-IN terdiri dari biaya kamar, cafeteria, POMECA (*Property Operation Maintenance and Energy Cost*) dan depresiasi. Biaya kamar adalah biaya yang terjadi di departemen kamar dimana departemen ini secara langsung mengelola kamar yang akan dijual kepada para tamu. Biaya cafeteria adalah biaya yang terjadi dalam rangka penyediaan makan/minum bagi para tamu. POMECA merupakan perawatan dan hak milik serta pemeliharaannya dan berbagai energi yang digunakan dalam mengoperasikan hotel. Biaya depresiasi merupakan biaya penyusutan aktiva tetap. Biaya tidak langsung meliputi biaya administrasi, biaya pemasaran, biaya rupa-rupa. Biaya administrasi adalah biaya untuk mengkoordinasi kegiatan-kegiatan produksi. Biaya pemasaran yaitu biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk jasa. Biaya rupa-rupa merupakan biaya penunjang yang digunakan untuk mendukung

kelancaran kegiatan bagi pihak hotel. Pemisahan biaya langsung dan biaya tidak langsung pada Hotel ROS-IN dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.2
Daftar Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung Pada Hotel ROS-IN
Tahun 2002

Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1. Biaya Gaji Karyawan	1. Biaya transportasi
2. Telephone	2. Barang cetakan dan alat tulis
3. Food and Beverage	3. Benda pos
4. Laundry and Dry Cleaning	4. Retribusi sampah
5. Guest Supplies	5. Hiburan
6. Biaya pemeliharaan dan penggantian peralatan kamar.	6. Sumbangan
7. Komisi	7. Iklan/Promosi
8. ASTEK/JAMSOSTEK	8. THR
9. Pajak	9. Solar
10. Biaya Listrik	
11. Seragam karyawan	
12. Cleaning supplies	
13. Depresiasi gedung + Inventaris	
14. Gas	

Sumber Data : Hotel ROS-IN

Adapun biaya-biaya yang terjadi untuk setiap tipe kamar dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.3
Daftar Biaya Kamar Tipe Standard Tahun 2002

No.	Jenis Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1.	Biaya Gaji Karyawan	Rp.54.400.800	
2.	Telephone	Rp. 5.000.800	
3.	Food and Beverage	Rp.45.500.600	
4.	Laundry and Dry Cleaning	Rp. 3.900.250	
5.	Guest Supplies	Rp. 4.000.000	
6.	Biaya pemeliharaan dan penggantian peralatan kamar.	Rp. 2.960.000	
7.	Komisi	Rp.10.000.000	
8.	ASTEK/JAMSOSTEK	Rp.30.700.150	
9.	Pajak	Rp.20.500.300	
10.	Biaya Listrik	Rp.22.300.850	
11.	Seragam karyawan	Rp. 2.000.000	
12.	Cleaning supplies	Rp. 500.000	
13.	Depresiasi gedung + Inventaris	Rp. 6.900.650	
14.	Gas	Rp. 600.300	
15.	Biaya transportasi		Rp. 700.000
16.	Barang cetakan dan alat tulis		Rp. 1.300.000
17.	Benda pos		Rp. 400.000
18.	Retribusi sampah		Rp. 300.000
19.	Hiburan		Rp. 1.500.000
20.	Sumbangan		Rp. 500.000
21.	Iklan/Promosi		Rp. 1.600.000
22.	THR		Rp. 1.000.000
23.	Solar		Rp.12.300.500
	JUMLAH	Rp.209.264.700	Rp.20.300.500

Sumber Data : Hotel ROS-IN

Tabel 5.4
Daftar Biaya Kamar Tipe Deluxe Tahun 2002

No.	Jenis Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1.	Biaya Gaji Karyawan	Rp.59.600.200	
2.	Telephone	Rp. 1.170.800	
3.	Food and Beverage	Rp.35.200.700	
4.	Laundry and Dry Cleaning	Rp. 3.800.600	
5.	Guest Supplies	Rp. 2.000.500	
6.	Biaya pemeliharaan dan penggantian peralatan kamar.	Rp. 1.250.000	
7.	Komisi	Rp. 1.900.000	
8.	ASTEK/JAMSOSTEK	Rp.10.900.600	
9.	Pajak	Rp. 8.300.800	
10.	Biaya Listrik	Rp.20.900.000	
11.	Seragam karyawan	Rp. 200.000	
12.	Cleaning supplies	Rp. 150.600	
13.	Depresiasi gedung + Inventaris	Rp.10.100.000	
14.	Gas	Rp. 700.000	
15.	Biaya transportasi		Rp. 1.700.000
16.	Barang cetakan dan alat tulis		Rp. 170.000
17.	Benda pos		Rp. 200.500
18.	Retribusi sampah		Rp. 1.600.000
19.	Hiburan		Rp. 400.500
20.	Sumbangan		Rp. 1.170.000
21.	Iklan/Promosi		Rp.14.000.000
22.	THR		Rp. 570.000
23.	Solar		Rp. 800.000
	JUMLAH	Rp.156.174.800	Rp.20.611.000

Sumber Data : Hotel ROS-IN

Tabel 5.5
Daftar Biaya Kamar Tipe Suite Tahun 2002

No.	Jenis Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung
1.	Biaya Gaji Karyawan	Rp.30.900.200	
2.	Telephone	Rp. 950.300	
3.	Food and Beverage	Rp.10.600.500	
4.	Laundry and Dry Cleaning	Rp. 3.000.100	
5.	Guest Supplies	Rp. 2.270.000	
6.	Biaya pemeliharaan dan penggantian peralatan kamar.	Rp. 1.500.000	
7.	Komisi	Rp. 1.900.300	
8.	ASTEK/JAMSOSTEK	Rp. 5.560.700	
9.	Pajak	Rp. 8.250.200	
10.	Biaya Listrik	Rp. 700.200	
11.	Seragam karyawan	Rp. 300.000	
12.	Cleaning supplies	Rp. 200.300	
13.	Depresiasi gedung + Inventaris	Rp. 5.800.300	
14.	Gas	Rp. 800.800	
15.	Biaya transportasi		Rp. 600.000
16.	Barang cetakan dan alat tulis		Rp. 1.500.000
17.	Benda pos		Rp. 300.000
18.	Retribusi sampah		Rp. 200.000
19.	Hiburan		Rp. 1.860.500
20.	Sumbangan		Rp. 470.000
21.	Iklan/Promosi		Rp. 1.580.000
22.	THR		Rp.10.900.000
23.	Solar		Rp. 900.000
	JUMLAH	Rp.72.733.900	Rp.18.310.500

Sumber Data : Hotel ROS-IN

2. Menghitung Biaya Penuh

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui total biaya langsung dan total biaya tidak langsung, sehingga dapat dihitung biaya penuh untuk masing-masing tipe kamar yaitu dengan cara menambahkan total biaya langsung dengan biaya tidak langsung. Data biaya penuh masing-masing kamar dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.6
Data Biaya Penuh Menurut Tipe Kamar Tahun 2002

No	Tipe Kamar	Biaya Langsung	Biaya Tidak Langsung	Biaya Penuh
1.	Standard Room	Rp.209.264.700	Rp.20.300.500	Rp.229.565.200
2.	Deluxe Room	Rp.156.174.800	Rp.20.611.000	Rp.176.785.800
3.	Suite Room	Rp. 72.733.900	Rp.18.310.500	Rp. 91.044.400

3. Menghitung Persentase Mark-Up

Berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* disebutkan bahwa untuk menghitung persentase *mark up* dapat dilakukan dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dengan biaya tidak langsung dibagi dengan biaya langsung. Persentase *mark up* dapat diperoleh dengan rumus, sebagai berikut :

$$\text{Persentase Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya Tidak Langsung}}{\text{Biaya Langsung}} \times 100\%$$

Laba yang diharapkan oleh Hotel ROS-IN sebesar 40 % dari biaya penuh. Berdasarkan data-data biaya yang ada maka dapat dihitung besarnya laba yang diharapkan untuk tiap tipe kamar. Hasil perhitungan besarnya laba yang diharapkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.7
Laba yang Diharapkan Pada Hotel ROS-IN Tahun 2002

Tipe Kamar	Biaya Penuh	Laba yang diharapkan (40% x Biaya Penuh)
Standard Room	Rp.229.565.200	Rp.91.826.080
Deluxe Room	Rp.176.785.800	Rp.70.714.320
Suite Room	Rp. 91.044.400	Rp.36.417.760

Berdasarkan tabel di atas, maka persentase *mark up* untuk tiap tipe kamar adalah sebagai berikut :

a. Standard Room

$$\begin{aligned}
 &= \frac{91.826.080 + 20.300.500}{209.264.700} \times 100\% \\
 &= \frac{112.126.580}{209.264.700} \times 100\% \\
 &= 53,58\%
 \end{aligned}$$

b. Deluxe Room

$$\begin{aligned}
 &= \frac{70.714.320 + 20.611.000}{156.174.800} \times 100\% \\
 &= \frac{91.325.320}{156.174.800} \times 100\% \\
 &= 58,48\%
 \end{aligned}$$

c. Suite Room

$$\begin{aligned}
 &= \frac{36.417.760 + 18.310.500}{72.733.900} \times 100\% \\
 &= \frac{54.728.260}{72.733.900} \times 100\% \\
 &= 75,25\%
 \end{aligned}$$

Setelah mengetahui persentase *mark up*, maka dapat dihitung besarnya *mark up* untuk setiap kamar. Besarnya *mark up* dapat diketahui dengan mengalikan persentase *mark up* dengan biaya langsung. Berikut

ini akan disajikan tabel perhitungan besarnya *mark up* untuk setiap tipe kamar :

Tabel 5.8
Mark Up untuk Tiap Tipe Kamar Di Hotel ROS-IN Tahun 2002

No	Tipe Kamar	% Mark Up	Biaya Langsung	Mark Up
1.	Standard Room	53,58	Rp.209.264.700	Rp.112.124.026,3
2.	Deluxe Room	58,48	Rp.156.174.800	Rp. 91.331.023,04
3.	Suite Room	75,25	Rp. 72.733.900	Rp. 54.732.259,75

4. Menghitung Harga Pokok Kamar

Setelah mengetahui besarnya mark up, maka dapat dihitung harga pokok kamar berdasarkan pendekatan *Full Costing* yaitu dengan cara menjumlahkan biaya penuh dengan mark up untuk tiap tipe kamar sehingga diperoleh harga pokok kamar. Perhitungan harga pokok kamar pada Hotel ROS-IN dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.9
Perhitungan Harga Pokok Kamar Pendekatan *Full Costing*

No	Tipe Kamar	Biaya Penuh	Mark Up	Harga Pokok Kamar
1.	Standard Room	Rp.229.565.200	Rp.112.124.026,3	Rp.341.689.226,3
2.	Deluxe Room	Rp.176.785.800	Rp. 91.331.023,04	Rp.268.116.823
3.	Suite Room	Rp. 91.044.400	Rp. 54.732.259,75	Rp.145.776.659,8

5. Menghitung Tarif Sewa Kamar Perhari.

Perhitungan di atas adalah untuk menunjukkan harga pokok kamar. Sedangkan untuk menghitung tarif sewa kamar per hari digunakan rumus sebagai berikut :

$\text{Room Rate} = \frac{\text{Harga Pokok Kamar}}{\text{Jumlah Kamar / Tipe} \times \text{Jumlah hari 1 th.} \times \text{rata - rata OCC 1 th.}}$
--

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat ditetapkan tarif untuk tiap tipe kamar. Adapun rata-rata tingkat hunian pada Hotel ROS-IN pada tahun 2002 adalah sebesar 40%. Jumlah kamar yang dipakai pada Hotel ROS-IN untuk kamar Standard sebanyak 23 kamar, kamar Deluxe sebanyak 14 kamar, dan untuk kamar Suite sebanyak 6 kamar. Berdasarkan data-data yang ada, maka dapat ditetapkan tarif kamar per hari yang perhitungannya disajikan di bawah ini :

$$\begin{aligned} \text{Room Rate (Standard)} &= \frac{341.689.226,3}{23 \times 365 \times 40\%} \\ &= \frac{341.689.226,3}{3.358} \\ &= 101.753 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Room Rate (Deluxe)} &= \frac{268.116.823}{14 \times 365 \times 40\%} \\ &= \frac{268.116.823}{2.044} \\ &= 131.172 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Room Rate (Suite)} &= \frac{145.776.659,5}{6 \times 365 \times 40\%} \\ &= \frac{145.776.659,5}{876} \\ &= 116.411 \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan di atas, maka dapat ditetapkan tarif sewa kamar per hari.

Tabel 5.10
Tarif Sewa Kamar Per Hari Menurut Pendekatan *Full Costing* Tahun 2002

No.	Tipe Kamar	Tarif Per Hari
1.	Standard Room	Rp.101.753
2.	Deluxe Room	Rp.131.172
3.	Suite Room	Rp.116.411

6. Menghitung Selisih Tarif Sewa Kamar Hotel.

Untuk menghitung selisih tarif sewa kamar menurut Hotel ROS-IN dengan menurut pendekatan *Full Costing* digunakan rumus, sebagai berikut :

$$\text{Selisih Tarif Sewa Kamar} = \frac{\text{Selisih Tarif}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diketahui besarnya selisih tarif sewa kamar untuk tiap kamar. Adapun perhitungannya dapat dilihat di bawah ini :

$$\begin{aligned} \text{Selisih Tarif (Standard)} &= \frac{18.247}{150.000.000} \times 100\% \\ &= 0,012\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Selisih Tarif (Deluxe)} &= \frac{3.828}{150.000.000} \times 100\% \\ &= 0,003\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Selisih Tarif (Suite)} &= \frac{83.589}{150.000.000} \times 100\% \\ &= 0,056\% \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan di atas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.11
Selisih Tarif Sewa Kamar Pada Hotel ROS-IN Tahun 2002

Tipe Kamar	Tarif Menurut Hotel	Tarif Menurut Pendekatan <i>Full Costing</i>	Selisih Tarif	
			(Rp)	(%)
Standard Room	Rp.120.000	Rp.101.753	Rp.18.247	0,012
Deluxe Room	Rp.135.000	Rp.131.172	Rp. 3.828	0,003
Suite Room	Rp.200.000	Rp.116.411	Rp.83.589	0,056

Dari hasil analisis data tersebut terdapat beberapa selisih tarif. Maka selisih tarif tersebut akan diukur dengan menggunakan konsep materialitas. Materialitas adalah besarnya nilai yang dihilangkan atau salah saji informasi akuntansi yang dilihat dari keadaan yang melingkupinya, dapat mengakibatkan perubahan atas atau pengaruh terhadap pertimbangan orang yang meletakkan kepercayaan terhadap informasi tersebut, karena adanya penghilangan atau salah saji itu. Pada tingkat berapa selisih tarif dapat dikatakan material atau tidak material. Jika terdapat selisih 5% - 10% maka selisih tersebut dapat dikatakan material (Mulyadi dan Kanaka, 1998 : 153 - 154). Jika selisih tersebut kurang dari 5% maka selisih tersebut dapat dikatakan tidak material.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tarif kamar tipe Standard terdapat selisih tarif sebesar 0,012%. Untuk kamar tipe Deluxe terdapat selisih tarif sebesar 0,003%. Sedangkan untuk kamar tipe Suite terdapat selisih tarif sebesar 0,056%. Sehingga selisih tarif ketiga kamar tersebut dapat dikatakan tidak material dikarenakan kurang dari 5%.

C. Analisis Komparatif

Langkah terakhir yang dilakukan adalah analisis komparatif. Analisis komparatif merupakan penilaian kualitatif dari perbandingan antara metode yang diterapkan di Hotel ROS-IN dengan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*. Adapun hasil dari perbandingan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.12
Hasil Analisis Komparatif

Menurut Hotel ROS-IN	Menurut Pendekatan <i>Full Costing</i>
1. Menetapkan perkiraan biaya operasi + pajak, asuransi + penyusutan + kewajiban tingkat pengembalian yang diinginkan = (Total perkiraan biaya dan kewajiban pengembalian yang diinginkan).	1. Menghitung total biaya langsung dan total biaya tidak langsung.
2. Total biaya perkiraan dan kewajiban pengembalian yang diinginkan - pendapatan lain diluar kamar = Jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban pengembalian nilai investasi saat ini.	2. Menghitung biaya penuh
	3. Menghitung Persentase Mark-Up
	4. Menghitung Harga Pokok Kamar.
	5. Menghitung Tarif Sewa Kamar Perhari.

<p>3. Jumlah yang diperoleh dari penjualan kamar untuk menutup biaya dan kewajiban tingkat pengembalian nilai investasi saat ini : Rata-rata tingkat hunian kamar = Tarif harian minimum setiap kamar yang dihuni untuk menutup biaya dan kewajiban pengembalian nilai investasi yang diinginkan</p>	
--	--

Dari hasil perbandingan tersebut dapat diketahui bahwa pihak Hotel ROS-IN belum menerapkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* dalam menetapkan tarif sewa kamar.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan di Hotel ROS-IN dan setelah dilakukan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Hotel ROS-IN belum menerapkan metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* dalam penentuan tarif sewa kamar. Hal ini dikarenakan pihak Hotel ROS-IN dalam menetapkan tarif sewa kamar berdasarkan kebijakan harga baik dari pihak manajemen hotel maupun berdasarkan rentang harga yang telah ditetapkan oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) sesuai dengan predikat bintang yang disandangnya.

B. Keterbatasan Penelitian

Data yang diteliti yaitu tahun 2002. Jadi hasil penelitian ini hanya berlaku untuk tahun tersebut.

C. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan serta mengacu pada hasil analisis data, maka penulis mengajukan saran yaitu Hotel ROS-IN perlu mempertimbangkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dalam menentukan tarif sewa kamar. Agar dalam penentuan tarif sewa kamar dapat lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsono, Agustinus (1992) *Kantor Depan Hotel (Front Office)* Jakarta:Grasindo
- Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia (1996), *Promosi dan Informasi Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Indonesia*.
- Kotler, Philip (Alih bahasa Jaka Wasana dan Chrisanti Hasibuan S) 1989, *Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, edisi 5 Jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (Alih bahasa Damos Sihombing) 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B (2001) *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, edisi 2, Jakarta : Salemba Empat
- Mulyadi (1985) *Akuntansi Biaya untuk Manajemen*, edisi 4, Yogyakarta : BPFE
- Mulyadi (1991) *Akuntansi Biaya*, edisi 5, Yogyakarta : STIE YKPN.
- Mulyadi (1992) *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, edisi 2, Yogyakarta : BPFE
- Mulyadi dan Kanaka Puradiredja,(1998) *Auditing*, Edisi ke 5, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Pedoman Penulisan Skripsi (2004) Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma
- Rewoldt, JD Scott, MR Warshaw (Alih bahasa A.Hasymi Ali) (1987), *Strategi Harga dalam Pemasaran*. Jakarta: Bina Aksara.
- Soehardi (1992), *Pemasaran Praktis Yogyakarta* : BPFE – UGM
- Sugiarto, Endar (1996), *Hotel Front Office Administration (Administrasi Kantor Depan Hotel)* Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, Endar dan Haryadi, Ign (2002) *Manajemen Kantor Depan Hotel (Hotel Front Office Management)* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, R.A (1999) *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, edisi 2, Yogyakarta:BPFE Yogyakarta
- Swasta, B., (1996), *Asas-asas Marketing*, Penerbit Akademi Keuangan dan Bisnis, Yogyakarta.
- Winardi (1989), *Strategi Pemasaran*. Bandung : Mandar Maju.

LAMPIRAN

ROS – IN HOTEL

Jl. Lingkar Selatan No. 110 Jogjakarta

Telp (0274) 384543 3889912-3 Fax 411818

PAKET SEMINAR :

Harga Rp. 110.000,- / orang/hari

Fasilitas :

- Akomodasi di kamar standard, dihuni untuk 2 orang .
- 1 x makan pagi, 1 x makan siang, 1 x makan malam dan 2 x cofee break.
- Free ruang meeting dengan penataannya.
- Free fasilitas standard meeting.
- Makanan di hidangkan secara prasmanan.
- Minimum 10 room.

Harga menjadi :

- Single room Rp. 170.000,-
- Double room Rp. 240.000,-

PAKET MEETING : A

Harga Rp. 32.500,-/orang.

Meliputi :

- Free ruang meeting dengan penataannya 1 x makan siang dan 1 x cofee break.
- Free fasilitas standard meeting.

Minimum untuk 50 person.

PAKET MEETING : B

Harga Rp. 40.000,-.

Meliputi :

- Free ruang meeting dengan penataannya
1 x makan siang dan 1 x coffee break.
- Free fasilitas standard meeting.
- Minimum untuk 50 person.

Harga tersebut di atas semuanya sudah termasuk 21 % pajak & pelayanan.

ROOM RATE

1. Standard Twin Bed (10 Room) Rp. 120.000,-

Standard Double Bed (13 Room) Rp. 120.000,-

- AC (Split).
- Telepone.
- Air panas / dingin.
- Makan pagi untuk berdua.
- TV 21"
- Shower.

2. Deluxe Twin Bed (9 Room). Rp. 135.000,-

Deluxe Double Bed (5 Room). Rp. 135.000,-

Fasilitas :

- AC (Split).
- Telepone.

- Air panas / dingin.
 - Makan pagi untuk berdua.
 - TV 21"
 - Bath tub.
3. Suite Room (6 Room) Rp. 200.000,-
- Fasilitas :
- AC (Split).
 - Telepone.
 - Air panas / dingin.
 - Makan pagi untuk berdua.
 - Mini Bar.
 - TV 21"
 - Bath tub.
4. Extra Bed Rp. 50.000,-
5. Ruangan meeting / pertemuan : Rp. 300.000,-
- Parangtritis room (8 jam) Rp. 750.000,-
Kapasitas 70 person – Theatre style.
 - Parangkusumo room Rp. 450.000,-
Kapasitas 70 person – Theatre style.
6. Ballroom Rp. 1.000.000,-
- Kapasita 200 person.
 - Fasilitas Standard meeting.
 - Ruangan meeting ber AC.

- OHP dan layar.
- Wireless mike.
- White board & maker board.
- Air putih selama meeting.

Harga tersebut di atas semuanya sudah termasuk 21 % pajak & pelayanan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Happy First Asih Trisnani
TTL : Klaten, 16 Mei 1980
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Katholik
Alamat : Karang Jati RT 03/08 No. 34 Gombang, Cawas, Klaten
Jawa Tengah
Telephone : 08154852625
Warga Negara : Indonesia
Status : Belum Menikah

PENDIDIKAN

- 1. SD Negeri II Gombang, Cawas, Klaten, Tahun 1986 – 1992.**
- 2. SLTP Negeri I Cawas, Klaten, Tahun, 1992 – 1995**
- 3. SMU Negeri I Cawas, Klaten, Tahun 1995 – 1998**
- 4. Universitas Sanata Dharma, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta, Tahun 1999 -2004**



ROS - IN HOTEL

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

SURAT KETERANGAN *No.52/HRII/VII/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 : Happy First A.T
No. Mhs : 992114122
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akutansi

Telah mengadakan penelitian di Ros – In Hotel pada bulan Maret sampai April 2004 sesuai dengan proposal yang di ajukan untuk Melengkapi Karya Ilmiah Berwujud Skripsi dengan JUDUL EVALUASI PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL STUDY KASUS pada Hotel Ros-In Bantul Jogjakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta 7 Juli 2004


DENI IRIANA
Exc.. Marketing



