

**EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT
PAKET PERJALANAN WISATA
STUDI KASUS PADA PT. PANORAMA TOURS
YOGYAKARTA**

Skripsi

Diajukan Untuk memenuhi Salah satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh:

Dewi Puspita Ratnaningrum

NIM: 992114272



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

**EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT
PAKET PERJALANAN WISATA
STUDI KASUS PADA PT. PANORAMA TOURS
YOGYAKARTA**

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi

Oleh:

Dewi Puspita Ratnaningrum

NIM: 992114272

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

S K R I P S I

**EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT
PAKET PERJALANAN WISATA
STUDI KASUS: PT. PANORAMA TOURS
YOGYAKARTA**

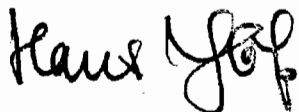
Oleh:

Dewi Puspita Ratnaningrum

NIM: 992114272

Telah disetujui oleh:

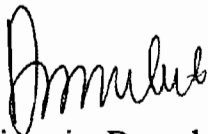
Pembimbing I



Drs. Hansiadi YH, Msi, Akt

Tanggal 31 Juli 2004

Pembimbing II



Dionysius Desembriarto, S.E., M.Si

Tanggal 07 Agustus 2004

S K R I P S I

**EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT
PAKET PERJALANAN WISATA
STUDI KASUS: PT. PANORAMA TOURS
YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Dewi Puspita Ratnaningrum

NIM : 992114272

Telab dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 21 Agustus 2004
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si	
Sekretaris	Lisia Apriani, S.E., Akt.,M.Si	
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi Y H, Akt., M.Si	
Anggota	Dionysius Desembriarto, S.E., M.Si	
Anggota	Lisia Apriani, S.E., Akt.,M.Si	

Yogyakarta, 21 Agustus 2004
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma



Drs. Alex Kahu Lantum, M.S.

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

*DO YOUR BEST GOD DO
THE REST*

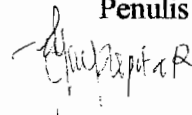
*Kepada: Tuhan Yesus Kristus
Bapak dan Ibu yang tersayang
Eyang Putri yang ada di surga
Mbak Dian dan Ade
Mas Tony*

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 daftar pustaka sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, Agustus 2004

Penulis



DEWI PUSPITA RATNANINGRUM

ABSTRAK

EVALUASI PROFITABILITAS PER SEGMENT PAKET PERJALANAN WISATA

Studi Kasus pada PT. Panorama Tours Yogyakarta

Dewi Puspita Ratnaningrum
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui jenis paket perjalanan wisata apa pada biro perjalanan PT. Panorama Tours yang memberikan kontribusi paling besar menurut metode Segmentasi produk dengan pendekatan *Variable Costing*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik tersebut digunakan untuk mengumpulkan data mengenai paket perjalanan wisata dan gambaran umum perusahaan.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menghitung laba adalah Metode Segmentasi produk dengan pendekatan *variable costing*, dengan cara:
1. Menggolongkan biaya ke dalam biaya tetap langsung dan biaya tetap umum.
2. Menghitung laba segmentasi dari sampel paket.
3. Menghitung persentase laba segmentasi berdasarkan produk dan total produk.
4. Membandingkan besarnya laba segmentasi berdasarkan laba absolut dan persentase laba segmentasi.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa: 1. Untuk keputusan jangka panjang Yogyakarta Surprice paling menguntungkan yang memiliki laba absolut terbesar yaitu Rp 707.000,00 dengan persentase margin segmen berdasarkan produk 9,09% dan berdasarkan total produk 17,33%. 2. Untuk keputusan jangka pendek Yogyakarta Surprice "B" lebih menguntungkan dengan margin kontribusi sebesar 47,63%.

ABSTRACT

AN EVALUATION OF PER SEGMENT OF PROFITABILITY IN THE TOUR PAKAGE

The Case Study at PT. Panorama Tours Jogjakarta

Dewi Puspita Ratnaningrum

**Sanata Dharma University
Jogjakarta
2004**

This research was performed in purpose to find out Which tipe of tour packageserved by PT. Panorama Tours that gave the greatest contribution According to the menthod of product segmentation with the approach of Variable Costing.

The tecnique of data collection used was interview, observation, and documentation. They were used to collect the data of tourism tour package and the general description of company.

The tecnique of data analysis used to calculate the profit was the menthod of product segmentation with the approach of variable costing, the steps were: 1. categorizing the cost inti the direct and general fix cost, 2. Calculating the segment profit from the sample of pakage, 3. Calculating the persentage of segment profit based on the product and total product, 4. Comparing the amount of segment profit based on the absolute profit and the persentage of segment profit.

Based on the result of the analysis, it could be conclude that: 1. For the long term decision, Jogjakarta Surprice was the most profitable packageand had the greatest absolute profit, that was, Rp 707.000,00 with the persentage of segment margin based on the product and total product were 9,09% and 17,33%, respectively, 2. For the short term one, Jogjakarta Surprice "B" was more profitable with the contribution margin was 47,63%.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih sayang dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Evaluasi Profitabilitas Persegmen Tarif Paket Perjalanan Wisata studi kasus pada PT. Panorama Tours Yogyakarta.

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

Dalam menyusun skripsi ini penulis mendapatkan begitu banyak kasih sayang, bimbingan, saran dan dukungan yang begitu tulus dan besar dari pribadi yang dengan suka rela memberikannya kepada penulis. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
2. Bapak Ir. Drs. Hansiadi YH, M.Si., Akt., selaku Kaprodi Akuntansi dan Dosen pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan saran selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dionysius Desembriarto, S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan support selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Anto Listianto, untuk referensi buku dan saran yang Bapak berikan.
5. Ibu Firma, untuk support Ibu selama ini.
6. Bapak Agung, selaku Pimpinan PT. Panorama Tours Yogyakarta.

7. Bapak Raharja selaku Manajer Operasional PT. Panorama Tours.
8. Seluruh karyawan dan kru PT. Panorama Tours yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Mbak Sri, Mbak Maryani, Om Cuat, Pak Joko, Mas Fasa, Mbak Mira, Mbak Dani, Mbak Susi, Pak Stefen, Mas Edwin Tedy.
9. Ibu dan Bapak, makasih buat pengertian, kasih sayang, doa, buat Dewi selama ini, *I LOVE U*.
10. Mbak Dian dan Ade, *thanks 4 everything*.
11. Mas Tony, makasih ya tanpa kamu skripsi ini ga bakalan ada.
12. Wiwin temenku *u are more than what a friend mean, thanks 4 everything*.
13. Anak-anak Stembayo 14, Reni, Vinuk, Diana
14. Temenku Hera dimana aku bisa ketawa lepas, kapan ni gila-gilaan lagi?.....
15. Temen- temen angkatan '99, Yanti Borang, Hera, Yudi, Risma, Simbah, Sinta, Thomas Radiyo'00.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu kritik dan saran akan sangat membantu demi hasil yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, Agustus 2004

Dewi Puspita Ratnaningrum

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Jasa.....	7
1. Pengertian Jasa.....	7
2. Karakteristik Jasa.....	7



B. Pariwisata	8
1. Definisi Pariwisata	8
2. Definisi Industri Pariwisata.....	8
C. Biro Perjalanan Wisata	9
1. Fungsi Umum.....	9
2. Fungsi Khusus	9
3. Produk Industri Pariwisata	10
D. Harga Jual	11
1. Pengertian Harga Jual	11
2. Tujuan Penentuan Harga.....	11
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual	12
4. Metode Penetapan Harga yang Berorientas pada Biaya.....	13
E. Segmen	14
1. Biaya Tetap Langsung (<i>Direct Fixed Cost</i>)	14
2. Biaya Tetap Umum (<i>Common Fixed Cost</i>)	14
F. Biaya	15
1. Pengertian Biaya	15
2. Penggolongan Biaya Dalam Paket Perjalanan Wisata.....	15
3. Metode Penentuan Harga Pokok Produk	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
C. Subyek dan Obyek Penelitian	18

D. Data yang Dicari	19
E. Teknik Pengumpulan Data.....	19
F. Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	21
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan	21
B. Struktur Organisasi Perusahaan	22
C. Personalia	27
D. Pemasaran	28
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	29
BAB VI KESIMPULAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel V.1	Tabel Perkalian Paket Yang Terjual Dengan Paket Tour.....	41
Tabel V.2	Biaya Administrasi Umum Per Paket Tour.....	42
Tabel V.3	Biaya Gaji Karyawan.....	43
Tabel V.4	Biaya Listrik Dan PAM.....	44
Tabel V.5	Biaya Penjualan.....	44
Tabel V.6	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap.....	45
Tabel V.7	Biaya Sewa Gedung.....	46
Tabel V.8	Biaya Telekomunikasi.....	47
Tabel V.9	Laba Segmentasi dari 9 Sampel Tarif Paket Perjalanan Wisata.....	53
Tabel V.10	Persentase Laba Segmentasi Berdasarkan Total Paket Perjalanan Wisata.....	56
Tabel V.11	Persentase Laba Segmentasi Berdasarkan Produk (Paket Perjalanan Wisata).....	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor usaha jasa saat ini sangat berkembang pesat. Hal demikian ini tidak hanya terjadi pada negara besar saja seperti Amerika Serikat, tetapi terjadi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia

Pariwisata merupakan industri paling besar dalam suatu negara, dan kegiatan pariwisata akan memberikan sumbangan sangat menentukan bagi perkembangan perekonomian negara melalui perolehan devisa, penyerapan tenaga kerja dan dampak ganda terhadap sektor lainnya. Pariwisata berbeda dengan sektor lainnya. Pariwisata lebih mengutamakan pada nilai tambah sementara sektor lainnya cenderung mengeksploitasi kekayaan alam sebagaimana dilakukan oleh pendekatan pembangunan selama ini. Oleh karena itu sangat tepat bila pariwisata ditempatkan sebagai model pendekatan strategis untuk pembangunan Nasional (Business News 30 Des 1998:11).

Pada dasawarsa terakhir ini tingkat kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami peningkatan yang berarti, menurut hasil penelitian WTO Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk dalam *Worlds Top 40 Tourism Destination* dan rankingnya terus meningkat.

Peningkatan wisatawan baik mancanegara maupun domestik ini terus diikuti dengan perkembangan bisnis pariwisata seperti biro perjalanan wisata, bisnis transportasi dan usaha perhotelan.

Pada tahun 1998 semua usaha di bidang pariwisata mengalami penurunan yang serius, hal ini dikarenakan negara Indonesia sedang mengalami krisis moneter, kondisi krisis ini secara bertahap mengalami pemulihan, oleh karena itu Departemen Seni dan Budaya memberikan perhatian yang khusus terhadap sektor pariwisata ini dengan mengadakan seperti *Let's Go Indonesia* yang dicanangkan pada tahun 1998 dengan program *Indonesia Welcome You* pada tahun 1999. Dengan adanya event-event seperti ini, diharapkan dapat meningkatkan kembali jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara.

Namun sayangnya, terjadi peristiwa peledakan bom di Legian Bali pada 12 Oktober 2002 dan banyaknya ancaman teror bom menyebabkan banyak wisatawan mancanegara tidak berani datang ke Indonesia karena mempertimbangkan keselamatan mereka. Hal ini menyebabkan turunnya pendapatan negara berupa devisa dan banyak perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata menutup usahanya.

Oleh karena itu biro-biro perjalanan wisata dituntut untuk meningkatkan kinerja manajemen agar perusahaan dapat terus bertahan dan mengantisipasi turunnya jumlah wisatawan. Manajemen harus jeli dalam menentukan keputusan yang berkaitan dengan strategi dan kebijakan-kebijakan yang harus diambil oleh manajemen demi kelangsungan dan kemajuan biro perjalanan wisata tersebut.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang penting yang harus diambil oleh manajemen. Keputusan yang dihasilkan untuk menentukan

harga jual harus dapat menutupi semua biaya operasional yang dibuat. Penentuan harga jual yang terlalu tinggi atau terlalu rendah akan kurang menguntungkan. Pada dasarnya dalam keadaan normal harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh perusahaan dan menghasilkan laba. Biaya penuh merupakan total biaya yang bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut (Mulyadi, 1995:50). Untuk itu perusahaan harus mampu menentukan harga jual bagi produk maupun jasa yang dihasilkannya secara tepat, agar dapat menutup unsur biaya yang dikorbankan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas mendorong penulis untuk melakukan suatu penelitian dengan Judul “Evaluasi Profitabilitas Per Segmen Paket Perjalanan Wisata”, dengan studi kasus pada PT.Panorama Tours Yogyakarta. Menggunakan metode Segmentasi Produk dengan pendekatan *Variabel Costing*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan suatu masalah yaitu jenis paket perjalanan wisata apa pada biro perjalanan PT. Panorama Tours yang memberikan kontribusi paling besar menurut metode Segmentasi Produk dengan pendekatan *Variabel Costing*.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penetapan tarif paket perjalanan wisata biro perjalanan wisata PT. Panorama Tours sudah sesuai dan tepat menurut metode Segmentasi Produk dengan pendekatan *Variabel Costing*.

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Biro Perjalanan Wisata

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan pembuatan kebijaksanaan penentuan tarif paket perjalanan wisata.

b. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan pustaka.

c. Bagi Penulis

Mendapatkan tambahan wawasan baru dan sebagai sarana penulis dalam mempraktekkan teori yang telah didapatkan selama kuliah pada lingkungan sesungguhnya.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Diuraikan tentang teori-teori yang mendukung dan digunakan sebagai dasar untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini berisikan data perusahaan, gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan dan perkembangannya secara singkat, lokasi perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan tentang hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasan berdasarkan teori-teori dan teknik analisis yang digunakan.

BAB VI KESIMPULAN

Bab ini berisi mengenai ringkasan hasil analisis dan kesimpulan yang dapat diambil dari analisis yang dilakukan serta saran yang diajukan untuk tujuan perbaikan-perbaikan system tarif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jasa

1. Pengertian Jasa

Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Philip Kotler (dalam Husein Umar, 2003:3) mendefinisikan jasa sebagai berikut, "jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya berwujud *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu".

2. Karakteristik Jasa

a. Tidak Berwujud

Jasa adalah suatu perbuatan kinerja atau usaha. Jika barang dapat dimiliki maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa tidak dapat dinilai sebelum dinikmati. Orang akan menilai jasa dari tempat (*place*), *people*, *equipment*, simbol dan harga yang diamati (Tjiptono, 1996:100).

b. Tidak Terpisahkan

Jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

c. Variabilitas

Jasa bersifat variabilitas karena merupakan *non standard output*, artinya banyak variasi bentuk dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa itu dihasilkan.

d. Tidak Tahan Lama

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

B. Pariwisata

1. Definisi Pariwisata (*Tourism*)

Menurut definisi luas, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perseorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987:21).

2. Definisi Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah kumpulan macam-macam perusahaan yang secara bersamaan menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan *traveler* pada umumnya selama dalam perjalanannya (Yoeti, 1983:140).

R.S Dharmadjati (Karyono, 1997:24) mengemukakan industri pariwisata merupakan rangkuman dari berbagai macam bidang usaha, yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa/layanan-layanan atau *services*, yang nantinya, baik secara langsung

ataupun tidak langsung dibutuhkan oleh para wisatawan selama perawatannya .

C. Biro Perjalanan Wisata

Perusahaan perjalanan atau *travel agent* adalah perusahaan yang mempunyai tujuan untuk menyiapkan satu perjalanan (*tour*) bagi seorang yang merencanakan untuk mengadakannya. Definisi biro perjalanan wisata menurut R.S Damardjati adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dari luar negeri ke dalam negeri, dari dalam negeri ke luar negeri atau dalam negeri sendiri. Berikut ini adalah fungsi biro perjalanan wisata yang dapat dibedakan menjadi fungsi umum dan fungsi khusus (Yoeti, 1983:226).

1. Fungsi Umum

Merupakan badan usaha yang dapat memberikan penerangan dan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

2. Fungsi Khusus

Ada tiga fungsi khusus biro perjalanan wisata yaitu:

a. Fungsi Perantara (broker dalam dunia perdagangan)

Dalam kegiatannya ia bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya.

- b. Sebagai perusahaan yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri .
- c. Sebagai pengorganisasi, aktif bekerjasama dengan perusahaan lain dalam dan luar negeri dalam rangka meningkatkan usahannya. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan ini dimanfaatkan barang dagangannya, yang akan ditawarkan pada wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata.

3. Produk Industri Pariwisata

Produk industri pariwisata merupakan suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek wisata, atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur dipersiapkan oleh setiap perusahaan dan ditawarkan secara terpisah. Adapun ciri-ciri dari produk industri pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Hasil atau produk industri pariwisata itu tidak dapat dipindahkan.
- b. Peranan perantara (*middlemen*) tidak diperlukan, kecuali *Travel Agent* atau *Tour Operator*.
- c. Hasil ataupun produk industri pariwisata tidak dapat ditimbun.
- d. Permintaan terhadap hasil atau produk industri tidak tetap dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomis.
- e. Calon konsumen tidak dapat mencicipi produk yang akan dibeli.
- f. Hasil atau produk industri pariwisata banyak bergantung pada tenaga manusia.
- g. Hasil atau produk industri pariwisata tidak mempunyai standar atau ukuran yang objektif.

- h. Dari segi pemilikan usaha, penyediaan produk industri pariwisata memerlukan biaya yang besar, resiko tinggi, dan elastisitas permintaan sangat peka.

D. Harga Jual

1. Pengertian Harga dan Harga Jual

Istilah harga mempunyai bermacam-macam makna. Harga yang kita bayarkan untuk membayar rumah tinggal sewaan disebut sebagai "sewa", Yang dibayarkan untuk sekolah dinamakan "uang sekolah", yang dibayarkan kepada dokter disebut "honorarium", bank mengenakan "bunga" kepada peminjam atas pinjaman yang diberikan. Jadi secara singkat dapat kita mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang diminta untuk barang atau jasa tertentu (Winardi, 1991:2)

Dipandang secara lebih luas, dapat pula dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan para konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang-barang atau jasa-jasa (Winardi, 1991:1).

Harga suatu barang adalah nilai tukar barang tersebut yang dinyatakan atau diukur dengan uang. Jadi antara nilai dan harga tidak sama. Nilai tukar suatu barang diukur dengan membandingkannya dengan barang lain sedangkan harga dinilai dengan uang. Nilai suatu barang adalah dasar untuk menentukan harga barang tersebut (Gilarso, 1994:55).

2. Tujuan Penentuan Harga

Tujuan terpenting dalam penetapan harga jual dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Penetapan harga untuk mencapai suatu target *return of investment* (pengembalian atas investasi)
 - b. Stabilisasi harga dan margin
 - c. Penetapan harga untuk mencapai suatu target *market share* (bagian pasar)
 - d. Penetapan harga untuk mengatasi dan mencegah persaingan
 - e. Penetapan harga untuk memaksimumkan laba
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Swasta dan Sukotjo mengatakan bahwa terdapat tujuh faktor yang sangat mempengaruhi tingkat harga suatu produk, yaitu (Swasta, 1985:242-246):

- a. Kondisi perekonomian
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Misalnya pada masa resesi harga-harga berada pada satu tingkat yang lebih rendah.
- b. Penawaran dan permintaan
Harga akan ditentukan pada satu titik pertemuan antara titik permintaan dan penawaran
- c. Elastisitas permintaan
Sifat permintaan pasar seperti inelastis, elastis, unitary elasticity, adalah faktor lain yang dapat menentukan harga.
- d. Persaingan antara penjual dan pembeli
Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjualan perorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi.

e. Biaya

Dasar utama penentuan harga adalah biaya sebab suatu tingkat harga yang tak dapat dibiayai akan mengakibatkan kerugian.

f. Tujuan perusahaan

Tujuan usaha suatu perusahaan sering dikaitkan dengan penetapan harga suatu barang atau jasa. Pada umumnya tujuan yang hendak dicapai suatu perusahaan adalah pencapaian laba maksimum, pencapaian volume penjualan tertentu, penguasaan pasar dan kembalinya modal dalam waktu tertentu.

g. Pengawasan pemerintah

Merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Wujud pengawasan tersebut misalnya penentuan harga minimal dan maksimal suatu barang atau jasa.

4. Metode Penetapan Harga yang Berorientasi pada Biaya (Winardi,1991:64).

Banyak perusahaan yang menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Pendekatan ini dikenal sebagai penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu:

- a. *Mark-Up Pricing*. *Mark-Up Pricing* merupakan praktek dimana harga tertentu ditetapkan dengan jalan menambahkan suatu prosentase tetap di atas biaya produksi sesuatu produk.

- b. *Variabel Cost Pricing*. Adalah metode penetapan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.
- c. *Break-Even Analysis*. Memungkinkan pihak eksekutif pemasaran untuk mengestimasi dampak harga pada posisi laba perusahaannya. Pada titik impas, hasil total sama dengan biaya total. Jadi titik impas suatu produk dinyatakan sebagai jumlah unit yang dijual, dimana hasil produk tersebut seimbang dengan total untuk menghasilkan produk yang bersangkutan.

E. Segmen

Segmen dapat didefinisikan sebagai bagian atau aktivitas organisasi yang mengakibatkan manajer perlu mencari data biaya mengenai bagian atau aktivitas organisasi tersebut (Garrison, 1987:342-344).

Di dalam laporan segmentasi, biaya tetap digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Biaya tetap langsung (*Direct Fixed Cost*).

Biaya tetap langsung adalah biaya yang dapat dikaitkan langsung pada segmen. Biaya ini kadang kala disebut sebagai beban tetap yang dapat dihindari atau beban tetap yang dapat ditelusuri (*Avoidable fixed expenses or Traceable fixed expenses*) karena biaya ini akan hilang bila segmen ditutup atau dihapus (Hansen & Mowen, 1999:172).

2. Biaya tetap umum (*Common fixed cost*)

Biaya tetap umum adalah biaya tetap yang tidak dapat dikaitkan langsung pada setiap segmen tertentu tetapi timbul karena aktivitas operasi keseluruhan.

Kontribusi laba setiap segmen setelah penutupan biaya tetap umum perusahaan disebut margin segmen (*Segment Margin*). Suatu segmen harus mampu menutup paling tidak biaya variabel dan biaya tetap langsung (Hansen & Mowen, 1999:173).

Margin segmen dipandang sebagai ukuran terbaik profitabilitas jangka panjang segmen, sebab dalam menghitung margin segmen hanya digunakan biaya yang langsung ditelusur ke segmen (Garrison, 1987:350). Sedangkan margin kontribusi pada dasarnya merupakan alat perencanaan jangka pendek, maka margin kontribusi terutama berguna dalam pengambilan keputusan yang menyangkut penggunaan sementara kapasitas, pesanan khusus dan promosi produk jangka pendek, elemen yang terlibat dalam margin kontribusi adalah biaya variabel dan pendapatan (Garrison, 1987:346).

F. Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan landasan bagi harga yang dapat diminta oleh perusahaan tertentu untuk produk yang dihasilkannya. Dalam konsep biaya, biaya memiliki dua konsep utama yaitu adanya pengorbanan sumber ekonomi dan satuan uang sebagai dasar pengukur. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1993:8).

2. Penggolongan Biaya dalam Paket Perjalanan Wisata

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam satu paket perjalanan wisata biasanya digolongkan dalam dua bagian, yaitu:

a. Biaya Variabel

Biaya Variabel meliputi biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan (Supriyono,1987:481). Biaya Variabel juga didefinisikan sebagai biaya yang secara total, bervariasi dalam proporsi langsung dengan perubahan output aktivitas (Hansen & Mowen, 1999:54).

Biaya Variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah secara langsung menurut jumlah orang dalam sebuah *group tour*. Biaya-biaya yang termasuk dalam golongan biaya variabel adalah:

- Biaya makan
- Segala bentuk pengeluaran untuk tips atau persen
- Biaya-biaya yang terjadi dalam suatu perjalanan wisata
- Segala bentuk pengeluaran untuk biaya masuk atau atraksi hiburan lainnya.
- Semua pengeluaran untuk keperluan membayar pajak

b. Biaya Tetap

Biaya tetap meliputi semua biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi maupun penjualan (Supriyono,1987:481). Biaya tetap juga didefinisikan sebagai biaya yang secara total tidak berubah dalam rentang relevan ketika tingkat output aktivitasnya berubah (Hansen & Mowen, 1999:52), atau

biayanya tidak secara langsung berhubungan dengan orang atau *klien* dalam sebuah *tour*. Biaya yang termasuk dalam golongan biaya tetap adalah:

- Biaya promosi
- Biaya perjalanan dari seorang *organizer*
- Biaya gaji pegawai dan manajer perusahaan
- Biaya sewa kendaraan dan berbagai macam pengeluaran tak terduga

3. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

a. Metode *Full Costing*

Full costing adalah metode penentuan harga pokok produk yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk. Metode *full costing* menunda pembebanan biaya overhead pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan terjual. Jadi biaya overhead pabrik yang terjadi masih dianggap sebagai aktiva sebelum persediaan itu terjual.

b. Metode *Variable Costing*

Variable costing adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Dalam metode ini biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai period cost dan bukan sebagai harga pokok produk, sehingga biaya overhead pabrik tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode di mana biaya overhead pabrik tetap itu terjadi (Mulyadi, 1985:29-31).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus pada Biro Perjalanan Wisata PT.Panorama Tours dengan memusatkan penelitian pada satu objek penelitian.

B. Tempat dan waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada biro perjalanan wisata PT.Panorama Tours Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus tahun 2003.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

- a. Pimpinan perusahaan
- b. Bagian keuangan perusahaan
- c. Bagian operasional perusahaan
- d. Bagian ticketing perusahaan

2. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti adalah Tarif Paket Perjalanan Wisata menggunakan metode Segmentasi Produk dengan pendekatan *Variabel Costing*.

D. Data yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan
2. Tarif paket perjalanan wisata
3. Daftar biaya yang diperlukan
4. Data persentase laba yang diharapkan
5. Jumlah paket perjalanan wisata pada perusahaan

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dengan teknik ini diharapkan dapat diperoleh data berupa gambaran umum perusahaan dan persentase laba yang diharapkan.

2. Observasi

Observasi adalah teknik analisis data sebagai pelengkap dari teknik wawancara dengan mengamati secara langsung keadaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan.

3. Dokumentasi

Dengan teknik ini dapat mengumpulkan data dan mempelajari data yang didapat dari perusahaan berupa dokumen daftar biaya, tarif paket

perjalanan wisata, jumlah paket perjalanan wisata, dan persentase laba yang diharapkan.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab masalah di atas akan ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggolongkan biaya ke dalam biaya variabel, biaya tetap langsung (*Direct Fixed Cost*) dan biaya tetap umum (*Direct Common Cost*).
2. Menghitung laba segmentasi dari 9 sampel tarif paket perjalanan wisata dengan menggunakan metode segmentasi produk berdasarkan variabel costing.
3. Menghitung persentase laba segmentasi berdasarkan produk dan laba segmentasi berdasarkan total produk (paket wisata).
4. Membandingkan besarnya persentase laba segmentasi per tarif paket perjalanan wisata dan mengambil kesimpulan berdasarkan laba absolut dan persentase laba segmentasi per tarif paket perjalanan wisata.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT. Panorama Tours Yogyakarta berdiri pada bulan oktober 1992 beralamat di Jl. Pandega Siwi No. 8 Yogyakarta. Pada mulanya PT. Panorama Tours Yogyakarta merupakan perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Panorama Tours Jakarta dengan system pembagian keuntungan, sebagai anak cabang yang berdiri sendiri dari PT. Panorama Tours Jakarta yang sudah berbadan hokum dan sudah disahkan oleh Direktorat Jendral Pariwisata, melalui surat keputusan No. Kep/BP/IX/84 tertanggal 24 September 1984 dengan nama perusahaan PT. Regina Alta Panorama yang beralamat di Jl. Balikpapan 22B Jakarta, nomor ijin usaha 46/D2/BPU/IV/79.

Dalam perkembangannya PT. Panorama Tours Yogyakarta mengalami perubahan status dari anak cabang menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan tidak tergantung lagi pada PT. Panorama Tours Jakarta dalam mengurus masalah rumah tangga perusahaan.

PT. Panorama Tours Yogyakarta menyadari bahwa persaingan dalam bidang bisnis pariwisata semakin ketat dari waktu ke waktu. Maka perusahaan mulai mulai membuat paket-paket tour yang baru guna menambah segmen yang lebih luas.

Untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, PT. Panorama Tours Yogyakarta pada bulan Desember 1993 mulai menyediakan transportasi

sendiri diawali dengan mobil T 1200, Mitsubishi L 300 sampai dengan armada Micro Bus dan bis besar.

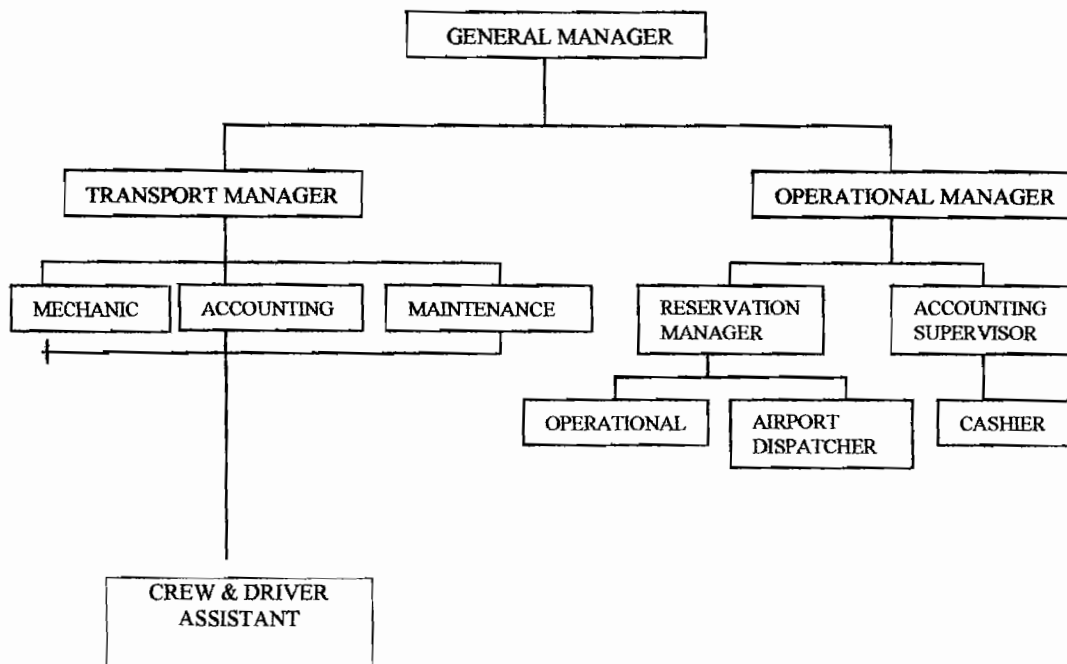
Pada tanggal 20 Desember 1993 kantor PT. Panorama tours Yogyakarta pindah ke Yogya International Hotel di Jl. Laksda Adisucipto 38 Yogyakarta. Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada kliennya dan agar perusahaan lebih berkembang maka pada tanggal 8 September 1996 PT. Panorama Tours Yogyakarta berpindah alamat lagi ke Hotel Jayakarta di Jl. Laksda Adisucipto Km. 8 No. 1049. Kemudian dikarenakan tuntutan kerja yang semakin tinggi dengan sistem koputerisasi dan perkembangan perusahaan yang cukup pesat, kantor PT. Panorama Tours yang berada di Hotel Jayakarta digunakan untuk melayani *domestic tours*, sedangkan kantor pusat kini berada di Jl. Ambarukmo 377 Caturtunggal, Depok, Sleman Yogyakarta 55281.

PT. Panorama Tours Yogyakarta dipimpin oleh Bapak Tri Agung Pramono Adhi dengan didukung oleh 10 orang karyawan dan lebih dari 30 awak transportdalam menjalankan usahanya di bidang pariwisata.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Banyak perusahaan yang pada awalnya berjalan atas kemampuan pimpinannya sendiri. Dengan semakin berkembangnya perusahaan seorang pimpinan tidak mungkin lagi menjalankan sendiri semua tugasnya, oleh sebab itu diperlukan orang lain untuk membantu menjalankan tugasnya. Oleh karena itu dibutuhkan adanya pembagian fungsi yang akan terlihat dalam struktur

organisasi perusahaan. Gambaran struktur organisasi PT. Panorama Tours Yogyakarta dapat dilihat pada gambar



Adapun tugas-tugas dan wewenang dari setiap bagian adalah sebagai berikut:

1. General Manager

Memimpin dan bertanggung jawab secara mutlak atas seluruh kegiatan operasional maupun non operasional yang dijalankan oleh perusahaan agar tercapai internal control yang baik. Selain itu tugas-tugasnya adalah:

- a. Mengkoordinir dan mengawasi tugas-tugas yang dilaksanakan dan dibagikan kepada manajer.
- b. Mengadakan pengawasan pelaksanaan intern manajemen, organisasi, informasi, tatakerja dan peraturan lain yang ditetapkan.

2. Operational Manager

Tugas dari Operational Manager antara lain adalah:

- a. Operasional kerja sehari-hari.
- b. Mengawasi kerja para staff.
- c. Menentukan guide yang akan memimpin tour.
- d. Menandatangani setiap fax pesanan yang masuk dan berhubungan dengan tour.
- e. Menentukan harga-harga paket tour.
- f. Membuat jadwal piket staff.

3. Accounting Manager

Fungsi dan tanggungjawabnya meliputi:

- a. Menangani masalah keuangan perusahaan.
- b. Menghitung *cost* atau harga yang harus dibayar oleh wisatawan yang mengikuti salah satu paket tour yang dijual.
- c. Membuat invoice untuk ditagih ke agen-agen lain yang menggunakan jasa dari perusahaan.
- d. Mengaudit kekayaan perusahaan untuk kemudian dilaporkan kepada General Manager.

4. Cashier Administration

Di dalam perusahaan Cashshier bertugas untuk menangani masalah keuangan perusahaan yang berkaitan dengan pembagian gaji para karyawan dan dana operasional kantor sehari-hari.

5. Transport Manager

Tugas-tugas Transport Manager antara lain adalah:

- a. Mengurus hal-hal yang berhubungan dengan transportasi yang akan digunakan dalam suatu tur yang diselenggarakan oleh perusahaan.
- b. Membuat *driver order*.
- c. Menerima pesanan transport dari masyarakat umum maupun wisatawan yang ingin menyewa kendaraan.
- d. Membuat laporan yang berhubungan dengan transport yang untuk dilaporkan kepada General Manager.

6. Reservation

Bagian ini mempunyai tugas antara lain:

- a. Membuat *daily tour*.
- b. Booking hotel dan *restaurant*.
- c. Menerima atau menerima guide yang melakukan inspeksi hotel.
- d. Memasukkan *Fax-In* pesanan ke dalam system computer.
- e. Memasukkan data pesanan yang masuk.
- f. Membalas surat yang masuk ke perusahaan.
- g. Menerima setiap telepon yang masuk.
- h. Bersama Operational Manager mengatasi *complain* yang masuk dari wisatawan.



7. Airport Dispatcher

Bagian ini mengurus masalah yang berkaitan dengan kegiatan di airport, seperti mengurus kedatangan dan keberangkatan tamu dengan pesawat, mengurus tiket, bagasi, sampai dengan *welcome flower* untuk menyambut kedatangan wisatawan.

8. Maintenance

Tugas dari maintenance berhubungan dengan perbaikan transportasi, seperti mengontrol kondisi kendaraan dan juga memeriksa suku cadang kendaraan yang sudah saatnya untuk diganti yang baru agar kendaraan selalu dalam kondisi yang baik dan siap digunakan.

9. Technisian

Tugasnya hampir sama dengan *maintenance* yaitu urusan teknis di bagian transport.

10. Crew

Crew di sini terdiri dari para *driver* dan kenek yang ada di perusahaan.

11. Operation

Bagian ini mengurus operasional dari perusahaan secara umum, seperti mengurus pajak.

12. Office Boy

Tugasnya membantu segala keperluan staff dan juga sebagai *cleaning service*.

C. Personalia

Seperti tercermin dalam struktur organisasi yang dimiliki oleh PT. Panorama Tours Yogyakarta, dapat terlihat adanya kejelasan mengenai tugas masing-masing bagian yang bertanggungjawab kepada atasannya.

Jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan kurang lebih 40 orang. Karyawan yang direkrut oleh perusahaan adalah hasil dari penyaringan dengan menggunakan tes-tes yang sudah disusun sedemikian rupa sehingga perusahaan mendapatkan karyawan yang benar-benar berkualitas di bidangnya.

PT. Panorama Tours Yogyakarta menentukan lamanya jam kerja selama 8 jam per hari yang dimulai pada pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WIB yang berlaku hari senin sampai dengan jumat, sedangkan pada hari sabtu hingga pukul 13.00 WIB. Karyawan PT. Panorama Tours Yogyakarta mendapatkan jatah libur satu hari setiap bulannya, selain libur pada hari minggu, akan tetapi masing-masing karyawan juga mendapat giliran piket setiap bulannya.

Karyawan PT. Panorama Tours Yogyakarta setiap bulannya mendapatkan gaji sebagai kompensasi dari pekerjaannya. Besarnya gaji pokok yang didapatkan disesuaikan dengan lamanya karyawan bekerja dan jabatan yang dipegang di perusahaan, ditambah lagi setiap karyawan yang sudah berkeluarga mendapatkan tunjangan catu beras setiap bulannya dan bagi yang belum berkeluarga mendapatkan tunjangan bujang. Selain itu semua karyawan yang bekerja di perusahaan dimasukkan ke dalam asuransi Jamsostek.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

PT.Panorama Tours Yogyakarta merupakan biro perjalanan wisata yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa yang ditawarkan antara lain seperti pemesanan hotel dan restaurant, mengurus dokumen perjalanan seperti VISA dan *pasport*, serta melayani pemesanan tiket angkutan darat, laut, maupun udara, juga dapat mengatur menyediakan dan menyelenggarakan perjalanan wisata.

Dalam penelitian ini menggunakan data penjualan paket perjalanan wisata PT. Panorama Tours Yogyakarta pada tahun 2002. Adapun jumlah paket yang terjual selama tahun 2002 adalah sebesar 4.145 paket. Dalam pembahasan ini penulis mengkhususkan pada paket perjalan wisata di Yogyakarta yang terdiri dari 24 paket tour yang sudah ditetapkan oleh perusahaan seperti dapat dilihat di bawah ini:

No	Nama Paket	Jumlah Paket Terjual	Hari Tour
1	<i>City Tour</i>	97	1
2	<i>Dieng Plateu Tour</i>	75	1
3	<i>Borobudur, Pawon, Mendut Tour</i>	109	1
4	<i>Prambanan</i>	122	1
5	<i>Solo City Tour</i>	86	1
6	<i>Kaliurang</i>	58	1
7	<i>Parangtritis</i>	45	1
8	<i>Imogiri Royal Tomb</i>	41	1
9	<i>Kasongan Village Tour</i>	48	1
10	<i>Baron, Krakal, Kukup</i>	20	1
11	<i>Ramayana Ballet Prambanan</i>	75	1
12	<i>Dinner Performance</i>	20	1
13	<i>Wayang Kulit</i>	35	1
14	<i>Borobudur One Day</i>	976	1
15	<i>Yogya Day Trip "A"</i>	668	1
16	<i>Yogya Day Trip "B"</i>	137	1
17	<i>Yogya Day Trip "C"</i>	118	1

18	Yogya Two Day Trip "A"	455	1
19	Yogya Two Day Trip "B"	256	2
20	Yogya Two Day Trip "C"	188	2
21	Yogyakarta Surprice	237	2
22	Yogyakarta Surprice "A"	97	3
23	Yogyakarta Surprice "B"	93	3
24	Yogyakarta Surprice "C"	89	3
	Jumlah	4.145	

Panorama Tours memiliki 24 paket perjalanan wisata, oleh penulis diambil 9 sampel paket yang memiliki rata-rata penjualan tertinggi untuk tahun 2002, yang diharapkan dapat memberikan gambaran tarif paket perjalanan wisata yang paling menguntungkan menurut metode segmentasi produk dengan pendekatan variabel costing, yaitu:

1. Borobudur One Day
2. Yogya Day Trip "A"
3. Yogya Day Trip "B"
4. Yogya Two Day Trip "A"
5. Yogya Two Day Trip "B"
6. Yogya Two Day Trip "C"
7. Yogyakarta Surprice
8. Yogyakarta Surprice "A"
9. Yogyakarta Surprice "B"

Dalam penentuan tarif perjalanan wisatanya PT. Panorama Tours Yogyakarta sudah memisahkan komponen biaya ke dalam bagian komponen biaya variabel dan komponen biaya tetap. Adapun komponen biaya variabel meliputi *transfer in*, *transfer out*, tiket masuk objek wisata, dan konsumsi sebagai berikut:

1. *Biaya Transfer In*

Transfer in adalah penjemputan peserta tour sebagai service dari perusahaan baik di stasiun, terminal maupun di bandara.

2. *Biaya Transfer Out*

Transfer out adalah mengantar peserta yang sudah mengikuti tour ke stasiun, terminal maupun bandara.

3. *Biaya Tiket Masuk Objek Wisata*

Tiket masuk objek wisata memiliki tarif yang berbeda-beda untuk tiap objek wisata yang dikunjungi, dan biaya tiket masuk ini dihitung sebanyak jumlah peserta tour.

4. *Biaya Konsumsi*

Biaya konsumsi dihitung sesuai dengan jumlah peserta tour, dan biasanya perusahaan sudah bekerjasama dengan restaurant-restaurant yang dilalui selama tour.

Sedangkan komponen biaya tetap antara lain adalah biaya transportasi, biaya guide, biaya boarding pass, dan biaya parkir. Adapun rinciannya sebagai berikut.

1. Biaya Transportasi

Biaya transportasi tergantung dari lamanya tour dan kendaraan yang digunakan. Perusahaan biasanya menggunakan kendaraan sendiri yang terdiri dari mobil L 300, micro bus, dan bis besar, tergantung dari banyaknya jumlah peserta tour. Besarnya biaya transportasi dihitung per jam sesuai dengan jenis mobil yang digunakan.

2. Biaya Guide

Biaya Guide tidak tergantung dari jumlah peserta tour, karena berapapun jumlah peserta dalam satu tour hanya memerlukan seorang guide.

3. Biaya Boarding Pass

Adalah biaya yang dikenakan di dalam pemesanan tiket pesawat terbang.

4. Biaya Parkir

Pada setiap objek wisata, kendaraan yang digunakan dikenakan biaya parkir. Besarnya biaya parkir ini beragam disetiap objek wisata, selain itu juga disesuaikan dengan jenis kendaraan yang digunakan.

Besarnya biaya-biaya yang menjadi komponen dari masing-masing paket dan besarnya tarif paket per peserta tergantung pada jumlah peserta dan lamanya tour.

1. Berikut adalah tarif masing-masing perjalanan wisata untuk tahun 2002, menurut PT.Panorama Tours Yogyakarta yang telah digolongkan ke dalam biaya variabel dan biaya tetap langsung (*Direct Fixed Cost*):

**Borobudur One Day
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang	Rp	600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk		
Borobudur Rp 55.000,00		
Mendut Rp 3.000,00		
Prambanan <u>Rp 55.000,00 +</u>		
Jumlah Rp 113.000,00		
Total biaya tiket masuk Rp 113.000,00 x 20 orang	Rp	2.260.000,00
5. Biaya City Tour		
Rp 10.250,00 x 20 orang	Rp	205.000,00
Biaya Tetap Langsung:		
6. Biaya Transport Lokal		
10 Jam x Rp 110.000,00	Rp	1.100.000,00
7. Biaya Guide		
12 Jam x Rp 6.000,00	Rp	72.000,00
8. Biaya Parkir	Rp	40.000,00
9. Biaya Boarding Pass	<u>Rp</u>	<u>3.000,00 +</u>
Jumlah	Rp	4.360.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp</u>	<u>436.000,00 +</u>
Total	Rp	4.796.000,00
Tarif Per Orang Rp 4.796.000,00 : 20 Orang	Rp	239.800,00

Yogya Day Trip "A"
20 Peserta

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang	Rp	600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk		
Borobudur Rp 55.000,00		
Mendut <u>Rp 3.000,00</u> +		
Jumlah Rp 58.000,00		
Total biaya tiket masuk Rp 58.000,00 x 20 orang	Rp	1.160.000,00

Biaya Tetap Langsung:

5. Biaya Transport Lokal		
10 Jam x Rp 110.000,00	Rp	1.100.000,00
6. Biaya Guide		
6 Jam x Rp 6.000,00	Rp	36.000,00
7. Biaya Parkir	Rp	21.000,00
8. Biaya Boarding Pass	<u>Rp</u>	<u>3.000,00</u>
Jumlah	Rp	3.000.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp</u>	<u>300.000,00</u> +
Total	Rp	3.300.000,00
Tarif Per Orang Rp 3.300.000,00 : 20 Orang	Rp	165.000,00

Yogya Day Trip "B"
20 Peserta

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00

3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang		Rp 600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk		
Borobudur Rp 55.000,00		
Prambanan Rp 55.000,00		
Mendut <u>Rp 3.000,00 +</u>		
Jumlah Rp 113.000,00		
Total biaya tiket masuk Rp 113.000,00 x 20 orang		Rp 2.260.000,00
Biaya Tetap Langsung:		
5. Biaya Transport Lokal		
10 Jam x Rp 110.000,00		Rp 1.100.000,00
6. Biaya Guide		
6 Jam x Rp 6.000,00		Rp 54.000,00
7. Biaya Parkir		Rp 28.000,00
8. Biaya Boarding Pass		<u>Rp 3.000,00 +</u>
Jumlah		Rp 4.125.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)		<u>Rp 412.500,00 +</u>
Total		Rp 4.537.000,00
Tarif Per Orang Rp 4.537.000,00 : 20 Orang		Rp 226.875,00

**Yogya Two Day Trip "A"
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang		Rp 40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang		Rp 40.000,00
3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang		Rp 600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk		
Prambanan Rp 55.000,00		
Borobudur Rp 55.000,00		
Mendut <u>Rp 3.000,00 +</u>		
Jumlah Rp 113.000,00		
Total biaya tiket masuk Rp 113.000,00 x 20 orang		Rp 2.260.000,00

Biaya Tetap Langsung:

5. Biaya Transport Lokal	
12 Jam x Rp 110.000,00	Rp 1.320.000,00
6. Biaya Guide	
9 Jam x Rp 6.000,00	Rp 54.000,00
7. Biaya Parkir	Rp 28.000,00
8. Biaya Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 +</u>
Jumlah	Rp 4.345.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp 434.500,00 +</u>
Total	Rp 4.779.500,00
Tarif Per Orang Rp 4.779.500,00 : 20 Orang	Rp 238.975,00

**Yogya Two Day Trip "B"
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In	
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp 40.000,00
2. Biaya Transfer Out	
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp 40.000,00
3. Biaya Makan Siang	
Rp 30.000,00 x 20 orang	Rp 600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk	
Borobudur Rp 55.000,00	
Mendut <u>Rp 3.000,00 +</u>	
Jumlah Rp 58.000,00	
Total biaya tiket masuk Rp 58.000,00 x 20 orang	Rp 1.160.000,00
5. Biaya City Tour	
Rp 10.250,00 x 20 orang	Rp 205.000,00

Biaya Tetap Langsung:

6. Biaya Transport Lokal	
12 Jam x Rp 110.000,00	Rp 1.320.000,00
7. Biaya Guide	
9 Jam x Rp 6.000,00	Rp 54.000,00

8. Biaya Parkir	Rp 33.000,00
9. Biaya Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 +</u>
Jumlah	Rp 3.455.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp 345.500,00 +</u>
Total	Rp 3.800.500,00
Tarif Per Orang Rp 3.800.500,00 : 20 Orang	Rp 190.025,00

**Yogya Two Day Trip "C"
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In

Rp 2.000,00 x 20 orang Rp 40.000,00

2. Biaya Transfer Out

Rp 2.000,00 x 20 orang Rp 40.000,00

3. Biaya Makan Siang

Rp 30.000,00 x 20 orang Rp 600.000,00

4. Biaya Tiket Masuk

Borobudur Rp 55.000,00

Prambanan Rp 55.000,00

Mendut Rp 3.000,00 +

Jumlah Rp 113.000,00

Total biaya tiket masuk Rp.113.000,00 x 20 orang Rp 2.260.000,00

5. Biaya City Tour

Rp 10.250,00 x 20 orang Rp 205.000,00

Biaya Tetap Langsung:

6. Biaya Transport Lokal

16 Jam x Rp 110.000,00 Rp 1.760.000,00

7. Biaya Guide

12 Jam x Rp 6.000,00 Rp 72.000,00

8. Biaya Parkir

Rp 40.000,00

9. Biaya Boarding Pass

Rp 3.000,00 +

Jumlah Rp 5.020.000,00

Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%) Rp 502.000,00 +

Total	Rp 5.522.000,00
Tarif Per Orang Rp 5.522.000,00 : 20 Orang	Rp 276.100,00

**Yogyakarta Surprice
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang	Rp	600.000,00
4. Biaya Dinner Show Purawisata		
Rp 85.000,00 x 20 orang	Rp	1.700.000,00
5. Biaya Tiket Masuk		
Borobudur Rp 55.000,00		
Mendut Rp 3.000,00		
Prambanan <u>Rp 55.000,00 +</u>		
Jumlah Rp 113.000,00		
Total biaya tiket masuk Rp 113.000,00 x 20 orang	Rp	2.260.000,00
6. Biaya City Tour		
Rp 10.250,00 x 20 orang	Rp	205.000,00
Biaya Tetap Lansung:		
7. Biaya Transport Lokal		
19 Jam x Rp 110.000,00	Rp	2.090.000,00
8. Biaya Guide		
15 Jam x Rp 6.000,00	Rp	90.000,00
9. Biaya Parkir	Rp	42.000,00
10. Biaya Boarding Pass	<u>Rp</u>	<u>3.000,00 +</u>
Jumlah	Rp	7.070.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp</u>	<u>707.000,00 +</u>
Total	Rp	7.777.000,00
Tarif Per Orang Rp 7.777.000,00 : 20 Orang	Rp	388.850,00

**Yogyakarta Surprice "A"
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
2. Biaya Transfer Out		
Rp 2.000,00 x 20 orang	Rp	40.000,00
3. Biaya Makan Siang		
Rp 30.000,00 x 20 orang	Rp	600.000,00
4. Biaya Tiket Masuk		
Borobudur	Rp 55.000,00	
Prambanan	Rp 55.000,00	
Mendut	<u>Rp 3.000,00 +</u>	
Jumlah	Rp 113.000,00	
Total biaya tiket masuk Rp. 113.000,00 x 20 orang	Rp	2.260.000,00
5. Biaya City Tour		
Rp 10.250,00 x 20 orang	Rp	205.000,00
Biaya Tetap Langsung:		
6. Biaya Transport Lokal		
16 Jam x Rp 110.000,00	Rp	1.760.000,00
7. Biaya Guide		
12 Jam x Rp 6.000,00	Rp	72.000,00
8. Biaya Parkir	Rp	40.000,00
9. Biaya Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 +</u>	
Jumlah	Rp	5.020.000,00
Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%)	<u>Rp 502.000,00 +</u>	
Total	Rp	5.522.000,00
Tarif Per Orang Rp 5.522.000,00 : 20 Orang	Rp	276.100,00

**Yogyakarta Surprice "B"
20 Peserta**

Biaya Variabel:

1. Biaya Transfer In

Rp 2.000,00 x 20 orang Rp 40.000,00

2. Biaya Transfer Out

Rp 2.000,00 x 20 orang Rp 40.000,00

3. Biaya Tiket Masuk

Borobudur Rp 55.000,00

Prambanan Rp 55.000,00

Mendut Rp 3.000,00 +

Jumlah Rp 113.000,00

Total biaya tiket masuk Rp.113.000,00 x 20 orang Rp 2.260.000,00

4. Biaya City Tour

Rp 10.250,00 x 20 orang Rp 205.000,00

Biaya Tetap Langsung:

5. Biaya Transport Lokal

16 Jam x Rp 110.000,00 Rp 1.760.000,00

7. Biaya Guide

12 Jam x Rp 6.000,00 Rp 72.000,00

8. Biaya Parkir

Rp 38.000,00

9. Biaya Boarding Pass

Rp 3.000,00 +

Jumlah Rp 4.418.000,00

Komisi Biro Perjalanan Wisata (10%) Rp 441.800,00 +

Total Rp 4.859.800,00

Tarif Per Orang Rp 4.859.800,00 : 20 Orang Rp 242.990,00

Di dalam penentuan tarif paket perjalanan wisata, PT. Panorama Tours Yogyakarta sudah memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan selama penyelenggaraan yang meliputi biaya variabel maupun biaya tetap. Namun perusahaan belum mencantumkan biaya tetap umum atau biaya-biaya yang secara tidak langsung berhubungan dengan tours yang diselenggarakan perusahaan

seperti biaya administrasi dan umum, biaya gaji karyawan, biaya listrik dan PAM, biaya penjualan, biaya penyusutan aktiva tetap, biaya sewa gedung, biaya telekomunikasi dan biaya tunjangan pegawai.

Maka komponen biaya tetap umum tersebut harus dimasukkan ke dalam tarif paket perjalanan wisata untuk mengetahui laba atau rugi bersih paket tersebut. Komponen biaya ini disesuaikan dengan lamanya waktu tour dan jumlah paket yang terjual.

Pembebanan komponen biaya berdasarkan lamanya waktu tour dapat dihitung dengan cara mengalikan jumlah paket tour yang terjual selama tahun 2002 dengan waktu tour yang dapat dilihat pada tabel V.1, perhitungan ini dipakai untuk menghitung biaya tetap umum:

Tabel V.1
Tabel Perkalian Paket Yang Terjual Dengan Paket Tour

Nama Paket	Jumlah Paket Terjual	Hari Tour	Paket Terjual x Hari Tour
City Tour	97	1	97
Dieng Plateu Tour	75	1	75
Borobudur, Pawon, Mendut Tour	109	1	109
Prambanan	122	1	122
Solo City Tour	86	1	86
Kaliurang	58	1	58
Parangtritis	45	1	45
Imogiri Royal Tomb	41	1	41
Kasongan Village Tour	48	1	48
Baron, Krakal, Kukup	20	1	20
Ramayana Ballet Prambanan	75	1	75
Dinner Performance	20	1	20
Wayang Kulit	35	1	35
Borobudur One Day	976	1	976
Yogya Day Trip "A"	668	1	668
Yogya Day Trip "B"	137	1	137
Yogya Day Trip "C"	118	1	118
Yogya Two Day Trip "A"	455	2	910
Yogya Two Day Trip "B"	256	2	512

Yogya Two Day Trip "C"	188	2	376
Yogyakarta Surprice	237	3	711
Yogyakarta Surprice "A"	97	3	291
Yogyakarta Surprice "B"	93	3	279
Yogyakarta Surprice "C"	89	3	267
Jumlah	4.145		6.076

2. Adapun biaya-biaya yang secara tidak langsung berpengaruh dalam penentuan tarif paket perjalanan wisata dapat digolongkan ke dalam biaya tetap umum (*Common Fixed Cost*), yaitu:

a. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2002 adalah Rp 29.048.741,00. Besarnya biaya administrasi dan umum dihitung berdasarkan lamanya tour dan jumlah paket yang terjual.

$$\text{Biaya administrasi dan umum} = \frac{29.048.741}{6.076} = 4.780,89 \text{ per hari}$$

Tabel V.2
Biaya Administrasi Umum Per Paket Tour

Paket Tour	Jumlah hari	Biaya Administrasi dan Umum Tiap Paket (2) = (1) x 4.780,89
1. Borobudur One Day	1	4.780,89
2. Yogya Day Trip "A"	1	4.780,89
3. Yogya Day Trip "B"	1	4.780,89
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	9.561,78
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	9.561,78
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	9.561,78
7. Yogyakarta Surprice	3	14.342,67
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	14.342,67
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	14.342,67

b. Biaya Gaji Karyawan

Dalam melakukan kegiatannya untuk melayani konsumen perusahaan memiliki karyawan yang harus digaji sesuai dengan tugasnya masing-masing adapun biaya gaji karyawan pada tahun 2002 adalah sebesar Rp 221.245.842,00. Sedangkan biaya gaji karyawan per hari adalah:

$$\text{Biaya gaji karyawan} = \frac{221.245.842}{6.076} = 36.413,07 \text{ per hari}$$

Tabel V.3
Biaya Gaji Karyawan

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Gaji Karyawan Tiap Paket (2) = (1) x 36.413,07
1. Borobudur One Day	1	36.413,07
2. Yogya Day Trip "A"	1	36.413,07
3. Yogya Day Trip "B"	1	36.413,07
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	72.826,14
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	72.826,14
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	72.826,14
7. Yogyakarta Surprice	3	109.239,21
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	109.239,21
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	109.239,21

c. Biaya Listrik dan PAM

Untuk menunjang aktivitas perusahaan listrik dan PAM amatlah diperlukan seperti penggunaan listrik untuk komputer, mesin fax dan penerangan, sedangkan air dari PAM dapat digunakan untuk mencuci kendaraan dan operasional perusahaan lainnya adapun biaya listrik dan PAM selama tahun 2002 adalah sebesar Rp.2.319.751,00. Biaya listrik dan PAM dibebankan per hari yaitu sebesar:

$$\text{Biaya listrik dan PAM} = \frac{2.319.751}{6.076} = 381,79 \text{ per hari}$$

Tabel V.4
Biaya Listrik dan PAM

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Listrik dan PAM (2) = (1) x 381,79
1. Borobudur One Day	1	381,79
2. Yogya Day Trip "A"	1	381,79
3. Yogya Day Trip "B"	1	381,79
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	763,58
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	763,58
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	763,58
7. Yogyakarta Surprice	3	1.145,37
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	1.145,37
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	1.145,37

d. Biaya Penjualan

Biaya ini meliputi biaya pemasangan iklan dan pencetakan brosur untuk menarik konsumen supaya mau memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Biaya penjualan selama tahun 2002 adalah sebesar Rp 1.944.450,00.

$$\text{Biaya penjualan} = \frac{1.944.450}{4.145} = 469,11 \text{ per paket}$$

Tabel V.5
Biaya Penjualan

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Penjualan (2) = (1) x 469,11
1. Borobudur One Day	1	469,11
2. Yogya Day Trip "A"	1	469,11
3. Yogya Day Trip "B"	1	469,11
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	469,11
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	469,11
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	469,11
7. Yogyakarta Surprice	3	469,11
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	469,11
9. Yogyakarta Surprice "A"	3	469,11

e. Biaya Penyusutan Aktiva Tetap

Untuk menunjang aktivitasnya, perusahaan menggunakan berbagai sarana seperti computer, kendaraan dan peralatan kantor. Aktiva tetap ini setiap tahun nilainya akan menyusut, maka perusahaan harus membebankan biaya penyusutan. Biaya penyusutan aktiva tetap untuk tahun 2002 sebesar Rp 12.455.309,00.

$$\text{Biaya penyusutan aktiva tetap} = \frac{12.455.309}{6.076} = 2.048,91 \text{ per hari}$$

Tabel V.6
Biaya Penyusutan Aktiva Tetap

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap (2) = (1) x 2.048,91
1. Borobudur One Day	1	2.048,91
2. Yogya Day Trip "A"	1	2.048,91
3. Yogya Day Trip "B"	1	2.048,91
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	4.097,82
5. Yogya Two day Trip "B"	2	4.097,82
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	4.097,82
7. Yogyakarta Surprice	3	6.146,73
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	6.146,73
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	6.146,73

f. Biaya Sewa Gedung

Gedung adalah sarana yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya, tanpa gedung perusahaan tidak dapat melakukan aktivitasnya, adapun biaya sewa gedung selama tahun 2002 adalah sebesar Rp 4.750.000,00, biaya ini dibebankan per hari dengan cara membagi biaya sewa gedung per tahun dengan jumlah paket terjual dikalikan waktu tour, yaitu:

$$\text{Biaya sewa gedung} = \frac{4.750.000}{6.076} = 781,76 \text{ per hari}$$

Tabel V.7
Biaya Sewa Gedung

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Sewa Gedung (2) = (1) x 781,76
1. Borobudur One Day	1	781,76
2. Yogya Day Trip "A"	1	781,76
3. Yogya Day Trip "B"	1	781,76
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	1.563,52
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	1.563,52
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	1.563,52
7. Yogyakarta Surprice	3	2.345,28
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	2.345,28
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	2.345,28

g. Biaya Telekomunikasi

Telekomunikasi amatlah penting bagi sebuah biro perjalanan wisata, karena dengan adanya sarana komunikasi seperti telepon dan fax konsumen tidak perlu direpotkan dengan harus datang ke kantor, tetapi dapat juga dilayani melalui sarana telekomunikasi ini.

Biaya telekomunikasi selama tahun 2002 adalah sebesar Rp 30.421.183,00. Alokasi biaya telekomunikasi berdasarkan aktivitas pemakaian, yaitu biaya telekomunikasi dibagi jumlah paket terjual selama 1 tahun yang dikalikan waktu tour.

$$\text{Biaya telekomunikasi} = \frac{30.421.183}{6.076} = 5.006,78 \text{ per hari}$$

Tabel V.8
Biaya Telekomunikasi

Paket Tour	Jumlah Hari	Biaya Telekomunikasi (2) = (1) x 5.006,78
1. Borobudur One Day	1	5.006,78
2. Yogya Day Trip "A"	1	5.006,78
3. Yogya Day Trip "B"	1	5.006,78
4. Yogya Two Day Trip "A"	2	10.013,56
5. Yogya Two Day Trip "B"	2	10.013,56
6. Yogya Two Day Trip "C"	2	10.013,56
7. Yogyakarta Surprice	3	15.020,34
8. Yogyakarta Surprice "A"	3	15.020,34
9. Yogyakarta Surprice "B"	3	15.020,34

3. Sebuah paket perjalanan wisata paling tidak harus mampu menutup pengeluaran untuk biaya variabel dan biaya tetap langsung, karena apabila laba dari paket perjalanan wisata negatif, dapat menyebabkan berkurangnya laba perusahaan sehingga perusahaan dapat mempertinmbangkan untuk menghapus segmen tersebut. Untuk mengetahui apakah kesembilan sampel paket perjalanan wisata dapat menutup biaya variabel dan biaya tetap langsung maka harus dihitung dengan menggunakan metode segmentasi produk dengan dasar kalkulasi biaya variabel, seperti dapat dilihat di bawah ini:

Borobudur One Day

Harga Jual	Rp 4.796.000,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	Rp 2.260.000,00
City Tour	<u>Rp 205.000,00 -</u>

Magin Kontribusi	Rp 1.651.000,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.100.000,00
Guide	Rp 72.000,00
Parkir	Rp 40.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 436.000,00

Yogya Day Trip "A"

Harga Jual	Rp 3.300.000,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	<u>Rp 1.160.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 1.460.000,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.100.000,00
Guide	Rp 36.000,00
Parkir	Rp 21.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 300.000,00

Yogya Day Trip "B"

Harga Jual	Rp 4.537.500,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	<u>Rp 2.260.000,00 -</u>

Magin Kontribusi	Rp 1.597.500,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.100.000,00
Guide	Rp 54.000,00
Parkir	Rp 28.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 412.500,00

Yogya Two Day Trip "A"

Harga Jual	Rp 4.779.500,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	<u>Rp 2.260.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 1.839.500,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.320.000,00
Guide	Rp 54.000,00
Parkir	Rp 28.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 434.500,00

Yogya Two Day Trip "B"

Harga Jual	Rp 3.800.500,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	Rp 1.160.000,00

City Tour	Rp <u>205.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 1.755.500,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.320.000,00
Guide	Rp 54.000,00
Parkir	Rp 33.000,00
Boarding Pass	Rp <u>3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 345.500,00

Yogya Two Day Trip "C"

Harga Jual	Rp 5.522.000,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	Rp 2.260.000,00
City Tour	Rp <u>205.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 2.377.000,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.760.000,00
Guide	Rp 72.000,00
Parkir	Rp 40.000,00
Boarding Pass	Rp <u>3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 502.000,00

Yogyakarta Surprice

Harga Jual	Rp 7.777.000,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00



Dinner Show	Rp 1.700.000,00
Tiket Masuk	Rp 2.260.000,00
City Tour	<u>Rp 205.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 2.932.000,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 2.090.000,00
Guide	Rp 90.000,00
Parkir	Rp 42.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 707.000,00

Yogyakarta Surprice "A"

Harga Jual	Rp 5.522.000,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Makan Siang	Rp 600.000,00
Tiket Masuk	Rp 2.260.000,00
City Tour	<u>Rp 205.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 2.377.000,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.760.000,00
Guide	Rp 72.000,00
Parkir	Rp 40.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 502.000,00

Yogyakarta Surprice "B"

Harga Jual	Rp 4.859.800,00
(-) Biaya Variabel	
Transfer In	Rp 40.000,00
Transfer Out	Rp 40.000,00
Tiket Masuk	Rp 2.260.000,00
City Tour	<u>Rp 205.000,00 -</u>
Magin Kontribusi	Rp 2.260.800,00
(-) Biaya Tetap Langsung	
Transport Lokal	Rp 1.760.000,00
Guide	Rp 72.000,00
Parkir	Rp 38.000,00
Boarding Pass	<u>Rp 3.000,00 -</u>
Magin Segmen	Rp 441.800,00

4. Setelah mengetahui jumlah laba segmentasi dari 9 sampel paket perjalanan wisata dapat dilihat bahwa setiap paket menghasilkan laba segmentasi yang positif, hal ini menunjukkan semua paket perjalanan wisata menghasilkan keuntungan bagi perusahaan setelah dapat menutup biaya variabel dan biaya tetap langsung.

Untuk mengetahui seberapa besar persentase laba segmentasi berdasarkan total paket perjalanan wisata, kita dapat menghitungnya dengan cara membandingkan antara pendapatan dan biaya per segmen atau paket perjalanan wisata dengan total tarif. Hasil penghitungan ini dapat dilihat dalam tabel V.10.

Dari tabel V.10 terlihat bahwa Yogyakarta Surprice memiliki persentase margin segmen berdasarkan total paket tertinggi yaitu 17,33% atau sebesar Rp 707.000,00, sedangkan yang memiliki margin segmen terendah adalah Yogya Day Trip "A" yaitu 7,35% atau sebesar Rp 300.000,00.

Paket perjalanan wisata yang memiliki biaya tetap langsung yang paling besar adalah Yogyakarta Surprice yaitu Terdiri dari transport sebesar 15,70%, guide sebesar 15,63%, parkir sebesar 13,55%, dan boarding pass sebesar 11,11%, dengan total keseluruhan Rp 2.225.000,00. Sedang yang memiliki biaya tetap langsung yang paling rendah adalah Yogya Day Trip "A" yaitu terdiri dari transport sebesar 8,26%, guide sebesar 6,25%, parkir sebesar 6,77%, dan boarding pass sebesar 11,11%, dengan total keseluruhan sebesar Rp 1.160.000,00, hal ini dikarenakan banyak faktor seperti jumlah hari tour yang menyebabkan biaya menjadi lebih tinggi atau menjadi lebih rendah.

Apabila dilihat dari segi pengambilan keputusan margin segmen sangat bermanfaat dalam pembuatan keputusan jangka panjang (Garrison, 1987:350), sedangkan margin kontribusi sangat bermanfaat untuk keputusan jangka pendek (Garrison, 1987:346). Untuk mengetahui produk mana yang paling baik sesuai dengan keputusan yang akan diambil maka harus dihitung persentase laba segmentasi berdasarkan produk (paket perjalanan wisata).

Persentase laba segmentasi berdasarkan produk (paket perjalanan wisata) dapat dilihat pada tabel V.11. Dari tabel V.11 dapat dilihat bahwa dalam ukuran keputusan jangka panjang seluruh sampel paket perjalanan wisata menghasilkan margin segmen sebesar 9,09%, hal ini menunjukkan seluruh paket perjalanan wisata menguntungkan untuk keputusan jangka panjang karena setiap paket mampu menutup seluruh biaya variabel dan biaya tetap langsung. Dalam hal ini dapat dilihat dalam jumlah laba absolut terbesar adalah Yogyakarta Surprice yaitu Rp 707.000,00. Untuk ukuran keputusan jangka pendek seperti untuk promosi jangka pendek dan pemanfaatan kapasitas, Yogyakarta Surprice "B" menghasilkan margin kontribusi yang paling besar yaitu 47,63%, dibandingkan Yogyakarta Surprice yang hanya sebesar 37,70%.

Tabel V.10
Persentase laba segmentasi berdasarkan total paket perjalanan wisata

	Borobudur One Day	Yogya Day Trip "A"	Yogya Day Trip "B"	Yogya Two Day Trip "A"	Yogya Two Day Trip "B"	Yogya Two Day Trip "C"	Yogyakarta Surprice	Yogyakarta Surprice "A"	Yogyakarta Surprice "B"	Total
Harga Jual	10,68%	7,35%	10,11%	10,65%	8,46%	12,30%	17,32%	12,30%	10,82%	100%
(-)Biaya Variabel										
Tranfer In	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	100%
Tranfer Out	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	100%
Makan Siang	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	-	100%
Dinner Show	-	-	-	-	-	-	100%	-	-	100%
Tiket Masuk	12,46%	6,39%	12,46%	12,46%	6,39%	12,46%	12,46%	12,46%	12,46%	100%
City Tour	16,67%	-	-	-	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100%
<i>Margin Kontribusi</i>	9,02%	7,98%	8,73%	10,05%	9,59%	12,99%	16,02%	12,99%	12,99%	100%
(-)Biaya Tetap Langsung										
Transport	8,26%	8,26%	8,26%	9,92%	9,92%	13,22%	15,70%	13,22%	13,22%	100%
Guide	12,5%	6,25%	9,38%	9,38%	9,38%	12,50%	15,63%	12,50%	12,50%	100%
Parkir	12,90%	6,77%	9,03%	9,03%	10,65%	12,90%	13,55%	12,90%	12,26%	100%
Boarding Pass	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	100%
<i>Margin Segmen</i>	10,69%	7,35%	10,11%	10,65%	8,47%	12,30%	17,33%	12,30%	10,80%	100%

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan uji analisis dari sembilan sampel paket perjalanan wisata yang dihitung oleh peneliti dan PT. Panorama Tours Yogyakarta, yaitu Borobudur One Day, Yogya Day Trip "A", Yogya Day Trip "B", Yogya Two Day Trip "A", Yogya Two Day Trip "B", Yogya Two Day Trip "C", Yogyakarta Surprice, Yogyakarta Surprice "A", Yogyakarta Surprice "B", maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Nilai paket perjalanan wisata yang dihitung menurut metode segmentasi produk dengan pendekatan variabel costing menunjukkan, dalam pandangan ukuran keputusan jangka panjang, Yogyakarta Surprice adalah paket yang paling baik karena menghasilkan laba absolut yang paling tinggi yaitu Rp 707.000,00 dengan persentase margin segmen berdasarkan produk (paket wisata) sebesar 9,09% dan berdasarkan total produk sebesar 17,33%.

Dalam ukuran keputusan jangka pendek seperti untuk pemanfaatan kapasitas atau promosi jangka pendek, tarif Yogyakarta Surprice "B" lebih baik dibandingkan Yogyakarta Surprice karena Yogyakarta Surprice "B" menghasilkan persentase batas kontribusi yang paling besar yaitu 47,63% sebesar Rp 2.314.800,00, dibandingkan dengan Yogyakarta Surprice yang hanya 37,70%. Tingginya persentase batas kontribusi akan dapat dengan cepat menutupi biaya tetap langsung.

B. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan adanya berbagai keterbatasan-keterbatasan sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu dari pihak perusahaan sendiri yang disebabkan oleh kesibukan-kesibukan kerja hingga data yang disampaikan juga terbatas.
2. Keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan yang ada pada diri penulis.

C. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang diperoleh, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan keuntungan tarif yang dihitung menurut metode segmentasi produk dengan pendekatan *variabel costing* sesuai dengan kebutuhan. Seperti untuk keputusan jangka panjang perusahaan lebih baik meningkatkan penjualan paket Yogyakarta Surprice, sebab paket ini menghasilkan keuntungan absolut terbesar. Kemudian untuk keputusan jangka pendek atau pemanfaatan kapasitas, perusahaan dapat meningkatkan penjualan Yogyakarta Surprice "B", karena paket ini memberikan kontribusi terbesar untuk keputusan jangka pendek.

Penulis berharap nilai yang dihitung dengan metode ini dapat lebih memberikan gambaran tingkat keuntungan yang dihasilkan masing-masing paket perjalanan wisata bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baben, Heribertus Philipus Nerijs, 2000, *Evaluasi Harga Paket Perjalanan Wisata, Skripsi*. USD, Yogyakarta.
- Dewayani, Ignatia Anita, 1998, *Evaluasi Tarif Paket Perjalanan Wisata, Skripsi*. USD, Yogyakarta.
- Gilarso, T. (1994). *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Mikro Jilid 1*. (Edisi I). Penerbit Kanisius Yogyakarta.
- Garrison, Ray H. (1987). *Konsep-Konsep Untuk Perencanaan dan Pengambilan Keputusan*. AK Group Yogyakarta.
- Harian Business News 30 desember 1998
- Kristantiana, Emmanuela, 1998, *Evaluasi Penelitian Tarif Paket Perjalanan Wisata, Skripsi*. USD, Yogyakarta.
- Mulyadi. (1995). *Akuntansi Biaya*. (Edisi V). Bagian Penerbitan STIE YKPN Yogyakarta
- Mulyadi. (1985). *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen*. (Edisi 1). BPFE UGM Yogyakarta.
- Ps, Djarwanto dan Subagyo Pangestu. (1996). *Statistik Induktif*. (Edisi IV). BPFE Yogyakarta.
- Spillane, J.J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius Yogyakarta.
- Supriyono. (1987). *Akuntansi Manajemen I Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. BPFE Yogyakarta.
- Swasta, Basu dan Ibnu Sukotjo. (1998). *Strategi Bisnis dan Manajemen*. (Edisi III). Liberty Yogyakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan M.B.A. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. (1996). *Manajemen Jasa*. Andi Offset Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Winardi. (1991). *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran*. (Edisi I). Citra Aditya Bakti Bandung.

LAMPIRAN



SURAT KETERANGAN
024 / PRM / JOG / X / 2003

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : R A H A R J A
Jabatan : Operational Manager Panorama Tours Yogyakarta
Alamat : Ambarukmo 377, Caturtunggal, Depok Sleman
YOGYAKARTA 55281.
Phone (0274) 488663, 488575.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : DEWI PUSPITA RATNANINGRUM
NIM : 992114272
Asal Universitas : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Alamat : Mrican, Tromol Pos 29
YOGYAKARTA

Telah melaksanakan "PENELITIAN" yang berjudul **EVALUASI PENENTUAN TARIF PAKET PERJALANAN WISATA PANORAMA TOURS YOGYAKARTA**. Dan selama siswa tersebut melaksanakan penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan di perusahaan kami, telah menunjukkan dedikasi dan semangat yang tinggi dalam pembuatan penelitian tersebut.

Demikianlah Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 04 Agustus 2003

Raharja
Operational Manager

DAFTAR PERTANYAAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Kapan perusahaan didirikan?
2. Kapan perusahaan memperoleh nama badan usaha? Dengan akte notaris nomor berapa?
3. Apakah bentuk perusahaan?
4. Kapan perusahaan mulai beroperasi?
5. Bagaimana perkembangan perusahaan sampai saat ini?
6. Apa yang mendasari pemilihan lokasi atau letak perusahaan?
7. Berapa luas lokasi yang ditempati perusahaan?

B. Struktur Perusahaan

1. Bagaimana bentuk struktur organisasi perusahaan?
2. Bagian apa saja yang terdapat di perusahaan dan siapa saja yang bertanggungjawab pada setiap bagian?
3. Apa fungsi, tugas, tanggungjawab dan wewenang dari setiap jabatan yang ada?

C. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan dalam Biro Perjalanan Wisata?
2. Syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan Biro Perjalanan Wisata?

3. Bagaimana pengaturan jam kerja bagi karyawan?
4. Sistem penggajian dan pengupahan seperti apa yang dipakai?
5. Fasilitas apa saja yang disediakan untuk karyawan?
6. Apakah ada jaminan sosial bagi karyawan?

D. Pemasaran

1. Paket wisata apa saja yang ditawarkan dalam Biro Perjalanan Wisata?
2. Fasilitas-fasilitas apa saja yang diberikan dalam paket perjalanan wisata?
3. Bagaimana cara perusahaan dalam mempromosikan paket perjalanan wisata?
4. Bagaimana cara Biro Perjalanan Wisata mengatasi persaingan?

E. Akuntansi

1. Berapa prosentase laba yang diharapkan perusahaan?
2. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing paket perjalanan wisata?
3. Apa dasar penentuan tarif tiap paket perjalanan wisata?
4. Berapa besar tarif masing-masing paket perjalanan wisata?

