

**TINJAUAN ATAS PERHITUNGAN HARGA JUAL JASA PERJALANAN  
WISATA PADA PT. FRES TOURS&TRAVEL BANDUNG**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menempuh  
Ujian Akhir Program Studi Akuntansi Diploma III pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Widyatama**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Risna Restianti**

**NPM : 0310U025**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI DIPLOMA III  
FAKULTAS EKONOMI-UNIVERSITAS WIDYATAMA**

**Terakreditasi (accredited)**

**Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)**

**Nomor : 017/BAN-PT/Ak-VIII/Dpl-III/X/2008**

**BANDUNG**

**2013**

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risna Restianti

NPM : 0310U025

Tempat/ Tanggal lahir : Bandung, 22 Juli 1992

Menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul :

**“TINJAUAN ATAS PERHITUNGAN HARGA JUAL JASA PERJALANAN WISATA PADA PT. FRES TOURS & TRAVEL BANDUNG”** adalah benar hasil karya saya sendiri. Apabila tidak terbukti demikian, saya bersedia menerima segala sanksi yang telah ditetapkan. Demikian tugas akhir ini dibuat sebagaimana mestinya dan benar adanya.

Bandung, Juni 2013

Penulis

(Risna Restianti)

## ABSTRAK

PT. *Fres Tours & Travel* merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa *travel*. PT. *Fres Tours & Travel* ini melihat begitu banyaknya kebutuhan tersier yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga PT. *Fres Tours & Travel* didirikan agar dapat memfasilitasi akan kebutuhan tersebut khususnya jasa perjalanan wisata.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengambil data dari sumber primer dan sekunder melalui teknik observasi, wawancara, dan kuesioner dimana data yang diperoleh akan dibandingkan dengan teori yang ada sehingga dapat ditarik kesimpulan. Tujuan penulis melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi bahan pertimbangan dalam perhitungan harga jual jasa dan mengetahui bagaimana perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa metode perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata yang digunakan pada PT. *Fres Tours & Travel* adalah metode penetapan harga *mark-up*. Melalui metode ini PT. *Fres Tours & Travel* menghitung total biaya yang dikeluarkan dengan pertimbangan faktor-faktor yang mempengaruhi perhitungan harga jual yaitu faktor pasar dan faktor biaya, kemudian dari total biaya tersebut ditambahkan dengan *mark-up* sehingga menghasilkan harga jual jasa perjalanan wisata.

**Kata Kunci : Harga Jual, Jasa**

## **ABSTRACT**

*PT. Fres Tours & Travel is a service company engaged in travel services. PT. Fres Tours & Travel is seeing so many tertiary requirements needed by the community so that PT. Fres Tours & Travel was established in order to facilitate the needs of the particular travel services.*

*The method used is descriptive method to retrieve data from primary and secondary sources through observation, interviews, and questionnaires in which the data obtained will be compared with existing theory that can be deduced. The authors conducted a study goal is to determine what factors are taken into consideration in calculating the selling price of services and find out how the calculation of the sale price on PT travel services. Fres Tours & Travel.*

*Based on these results it can be concluded that the method of calculating the selling price of travel services used in PT. Fres Tours & Travel is a method of mark-up pricing. Through this method PT. Fres Tours & Travel calculate the total cost incurred with the consideration of factors that affect the calculation of the sale price that the market factors and cost factors, then the total cost of the mark-up is added to the resulting sales price travel services.*

**Keywords:** *Selling Price, Service*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**Assalamu'allaikum. Wr. Wb**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang selalu mencurahkan segala kasih sayang-Nya, segala rahmat dan karunia-Nya dan segala nikmat yang tidak terhingga, sehingga *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul: **“Tinjauan Atas Perhitungan Harga Jual Jasa Perjalanan Wisata Pada PT. Fres Tours & Travel Bandung”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang Diploma-III Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama Bandung.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kesalahan dan jauh dari kata sempurna, dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk dapat dijadikan perbaikan bagi penulis di masa yang akan datang.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, masukan dan semangat yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material, yang juga senantiasa memberi do'a, dukungan dan motivasi demi kelancaran studi dan tugas akhir kepada penulis dengan penuh rasa sabar dan kasih sayang sehingga *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan kebahagiaan yang tiada terbatas dan semoga hasil Tugas Akhir ini bisa membuat ayah dan mamah bangga.

2. Ibu Shinta Dewi Herawati, S.E., M.M., Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu yang dimiliki, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan pengarahan, masukan dan kritikan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Ibu Rima Rachmawati, S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi D3 Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.
4. Almarhumah Ibu Prof. Dr. Hj. Koesbandijah, A.K., M.Si., Ak., selaku Ketua Badan Pengurus Yayasan Widyatama Bandung.
5. Bapak Dr. H. Mame Sutoko, Ir., DEA., selaku Rektor Universitas Widyatama Bandung.
6. Bapak Dr. H. Islahuzzaman, S.E., M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama Bandung.
7. Seluruh Staf Dosen Universitas Widyatama Jurusan Akuntansi, khususnya Jurusan Akuntansi D-III yang telah membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Kepada Pak Ade, terimakasih atas segala informasinya tentang semua kegiatan perkuliahan, bimbingan hingga sidang. Yang kadang datang lalu pergi begitu saja entah kemana saat kita mencari dan membutuhkan (Bapa memang kocak).
9. Seluruh Staf Perpustakaan dan Staf Karyawan Universitas Widyatama Bandung.
10. Bapak Syaiful Wathan, S.Sos selaku Direktur PT. *Fres Tours & Travel* yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
11. Gina Solihat selaku divisi tour yang telah meluangkan waktunya dan membantu serta memberikan data kepada penulis.
12. Seluruh karyawan PT. *Fres Tours & Travel* Bandung, yang telah menjadi pembimbing sekaligus teman baru bagi penulis. Penulis senang dapat menambah pengalaman baru di tempat ini.
13. Adikku tercinta M.Iqbal Firdaus yang telah membuat penulis bahagia dengan segala canda dan tawanya.

14. Untuk seseorang yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, tawa, canda, semangat, dorongan dan juga do'anya untuk penulis. Anggi Budhiana, terimakasih atas segala nasihat yang diberikan, terimakasih telah menjadi teman,sahabat,kakak, dan pacar yang selalu memberikan dukungan membangun saat penulis sedang jatuh sekalipun, terimakasih tetap selalu ada dan sabar menghadapi penulis bagaimanapun keadaannya.

15. Terimakasih untuk adik sepupuku tersayang Ria Waryanti yang selalu setia menemani, memberikan dukungan dan membantu penulis saat kesusahan.

16. Sahabatku tersayang Winny Febriyanti, Windy Kholisah Putri, terimakasih atas kebersamaan yang kita lalui baik senang maupun duka, untuk segala dukungan, motivasi dan doa dari kalian, persahabatan kita yang tidak akan pernah terlupakan.

17. Teman-teman dekatku Nida keong, Dewi uut, Sintia obel, Keny iting, Ratih dan endang terimakasih atas segala semangat kalian untuk penulis, terimakasih atas segala kebersamaan kita yang tak akan terlupakan , untuk segala cerita, canda, serta tawa yang telah kalian berikan. Semoga persahabatan kita tetap terjalin selamanya.

18. Untuk teman senasib, sepenanggungan dan seperjuanganku Lusi, Nida keong, Astri yang berjuang bersama selama penyusunan tugas akhir ini. Menunggu waktu untuk bimbingan bersama-sama.

19. Untuk Mentari, Yuyu, Widya, Astri, Amel, Phani, Rhea, Ega, Ina, Teh Tita, Mas Jaw, Dasenk, Amet, Pimen, Jamal,Azhar dan kepada seluruh keluarga besar Akuntansi D-III angkatan 2010 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih karena kalian telah menjadi teman-teman yang baik selama perkuliahan, teman-teman yang kocak sehingga membuat masa-masa kuliah menjadi berwarna dan bermakna. Sukses selalu untuk kalian semua.

20. Untuk Fitriani dwi Lutfiana, terimakasih telah memberikan dukungan, doa dan membantu penulis pada saat kesulitan mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.

21. Sahabatku, dari SMA "BARDIEST" kebersamaan kita, kenakalan kita, persahabatan kita itu semua menjadi Pengalaman semasa sekolah yang tidak akan

pernah terlupakan, walaupun berbeda Universitas tetapi kita tetap saling memberikan dukungan dan semangat.

22. Serta semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu dan memberikan do'a demi kelancaran penulis dalam menyusun tugas akhir.

Penulis berharap sebuah karya tulis sederhana ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca serta segala pihak yang terkait dalam penyusunan tugas akhir ini. Akhir kata, *jazakumullahu khairon katsiro* (semoga Allah memberi balasan yang lebih baik) dan semoga Allah selalu melimpahkan kebahagiaan baik dunia maupun akhirat kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyusun tugas akhir ini. *Aamiin.*

Bandung, Juni 2013

Penulis,

Risna Restianti

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	4
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	5
<b>BAB II : BAHAN RUJUKAN.....</b>	<b>6</b>
2.1 Akuntansi Biaya.....	6
2.1.1 Definisi Akuntansi Biaya.....	6
2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya .....	7
2.2 Biaya.....	7
2.2.1 Definisi Biaya .....	7
2.2.2 Klasifikasi Biaya.....	9
2.3 Definisi, Karakteristik dan Klasifikasi Jasa.....	12
2.3.1 Definisi Jasa.....	12
2.3.2 Karakteristik Jasa .....	13
2.3.3 Klasifikasi Jasa.....	15
2.4 Harga.....	16
2.4.1 Definisi Harga .....	16
2.4.2 Penetapan Harga .....	17
2.4.3 Langkah-langkah Dalam Penetapan Harga.....	18

2.4.4	Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.5	Harga Jual .....	20
2.5.1	Definisi Harga Jual .....	20
2.5.2	Contoh Perhitungan Harga Jual.....	21
2.5.3	Metode Penetapan Harga Jual .....	25
<b>BAB III</b>	<b>: OBJEK DAN METODE LAPORAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>28</b>
3.1	Objek Laporan Tugas Akhir .....	28
3.1.1	Sejarah Perusahaan .....	28
3.1.2	Profil Perusahaan .....	29
3.1.3	Operasi Perusahaan .....	32
3.1.4	Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan Perusahaan .....	33
3.2	Metode Laporan Tugas Akhir .....	36
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.2.2	Teknik Pengolahan Data .....	38
<b>BAB IV</b>	<b>: ANALISIS.....</b>	<b>39</b>
4.1	Aktivitas Bisnis Perusahaan .....	39
4.2	Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Perhitungan Harga Jual Jasa Perjalanan Wisata Pada PT. Fres Tours & Travel .....	41
4.3	Perhitungan Harga Jual Jasa Pada PT. Fres Tours & Travel.....	45
4.4	Ringkasan Mekanisme Perhitungan Harga Jual Jasa .....	72
<b>BAB V</b>	<b>: KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
5.1	Simpulan .....	75
5.2	Saran.....	77

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Harga Jual Kamar (Rupiah) .....	23
Tabel 4.1 Daftar Harga Tiket Khusus Jawa Barat ( Luar Jabodetabek) PT. Taman Impian Jaya Ancol .....	47
Tabel 4.2 Perhitungan Dunia Fantasi Pelajar Pada Hari Kerja .....	49
Tabel 4.3 Daftar Harga Tiket Khusus Jawa Barat ( Luar Jabodetabek) PT. Taman Impian Jaya Ancol .....	54
Tabel 4.4 Perhitungan Dunia Fantasi Umum Pada Hari Libur .....	56
Tabel 4.5 Daftar Harga Atraksi di Singapore .....	61
Tabel 4.6 Perhitungan Perjalanan Wisata ke Singapore .....	63
Tabel 4.7 Harga Paket Kuala Lumpur .....	67
Tabel 4.8 Perhitungan Perjalanan Wisata Kuala Lumpur-Malaysia.....	69
Tabel 4.9 Ringkasan Mekanisme Perhitungan Harga Jual Jasa Pada PT. Fres <i>Tours &amp; Travel</i> .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Fres Tours & Travel .....	34
Gambar 4.1 Bagan Alur Aktifitas Operasional PT. Fres Tours & Travel.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Program Perjalanan DUFAN+AWA/ODS fullday weekday (pelajar)
Lampiran II	: Program Perjalanan Dufan+AWA/ODS Fullday weekend (Umum)
Lampiran III	: Program Perjalanan Singapore
Lampiran IV	: Program Perjalanan Kuala lumpur- Malaysia
Lampiran V	: Fotocopy Kartu Bimbingan
Lampiran VI	: Fotocopy Surat Magang
Lampiran VII	: Fotocopy Surat Balasan Magang
Lampiran VIII	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran IX	: Company Profile
Lampiran X	: Surat Keterangan Notaris
Lampiran XI	: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
Lampiran XII	: Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas
Lampiran XIII	: Surat Keterangan Pajak
Lampiran XIV	: Kartu NPWP
Lampiran XV	: Surat Keterangan Revisi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata. Ini bisa dilihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan dan sejarah bangsa, festival dan adat istiadat yang beragam, berbagai macam seni lukis dan kerajinan tangan, dan banyaknya tempat wisata yang dapat menarik para wisatawan sepanjang tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Februari 2013 mencapai 678,4 ribu kunjungan atau naik 14,50 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman Februari 2012, yang sebanyak 592,5 ribu kunjungan. Begitu pula, jika dibandingkan dengan Januari 2013, jumlah kunjungan wisman Februari 2013 naik sebesar 10,43 persen. Dari data tersebut jumlah ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya (Berita Resmi Statistik, 2013:1).

Semakin meningkatnya perkembangan pariwisata di Indonesia maka berdampak pula terhadap ekonomi bisnis di Indonesia, salah satunya yaitu munculnya perusahaan-perusahaan jasa khususnya di bidang jasa *travel*. Hampir disetiap daerah terdapat biro perjalanan wisata yang dapat mengakomodasi masyarakat ke berbagai tujuan wisata, sehingga menambah maraknya bisnis *travel* dan perjalanan wisata. Menurut Ben Sukma, President ASITA (*Association of The Indonesian Travel Agencies*) dalam buku *Indonesian Travel Agents* pada tahun 2005-2006 terdapat

sekitar 2883 members dari 33 provinsi yang ada di Indonesia. Di Bandung sendiri, terdapat sekitar 134 *agents travel*. Diperkirakan jumlah ini pun akan terus bertambah seiring dengan perkembangan pariwisata di Indonesia.

Semakin bertambahnya jumlah perusahaan *travel* maka semakin tajam persaingan antara *agents travel*, namun persaingan bisnis *travel* yang terjadi tidak selalu memberikan dampak buruk. Beberapa biro *travel* justru menjadikan persaingan tersebut sebagai motivator untuk terus berinovasi dan meningkatkan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, karena pelayanan yang akan membedakan satu biro dengan biro lainnya. Pelayanan yang baik terhadap pelanggan akan memberikan kesan yang baik, sehingga saat melakukan perjalanan wisata kembali mereka akan menggunakan biro jasa *travel* tersebut, bahkan merekomendasikannya kepada rekan atau kerabat mereka. Hal tersebut akan menjadi kunci daya saing bisnis *travel*, sehingga membuat perusahaan *travel* saling berkompetisi untuk menawarkan produk pelayanan jasa yang berkualitas.

Banyak hal yang ditawarkan oleh para biro jasa *travel* agar para konsumen menggunakan layanan jasa mereka. Penawaran-penawaran yang ditawarkan oleh biro jasa *travel* dibuat dengan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan *travel* lain, tentunya dengan *service* yang memuaskan dan berbeda dari yang lain seperti mengadakan *doorprize*, permainan-permainan yang menciptakan suasana kekeluargaan, maupun memberikan *souvenir* kepada peserta *tour*. Strategi penawaran ini dilakukan agar biro perjalanan mereka mendapat nilai tambah dari para konsumen sehingga membuat perusahaan *travel* dapat bertahan dalam tajamnya persaingan.

PT. *Fres Tours & Travel* merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa *travel*. PT. *Fres Tours & Travel* ini melihat begitu banyaknya kebutuhan tersier yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga PT. *Fres Tours & Travel* didirikan agar dapat memfasilitasi akan kebutuhan tersebut khususnya jasa perjalanan wisata. PT. *Fres Tours & Travel* ini memberikan beberapa pelayanan jasa kepada konsumen. Pelayanan jasa yang ditawarkan oleh PT. *Fres Tours & Travel* ini antara lain *Event Organizer*, perjalanan wisata domestik dan internasional, Pemesanan tiket pesawat domestik dan internasional, reservasi hotel, penyewaan mobil, serta dokumentasi perjalanan wisata. Untuk perjalanan wisata domestik dan internasional akan dikenakan penetapan harga yang diperhitungkan oleh pihak *travel*.

Untuk itu, PT. *Fres Tours & Travel* harus membuat perhitungan harga jual dengan menerapkan metode penetapan harga untuk memutuskan penetapan harga jual jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar konsumen tertarik menggunakan layanan jasa *travel* ini.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas masalah perhitungan penetapan harga jual perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel* Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“TINJAUAN ATAS PERHITUNGAN HARGA JUAL JASA PERJALANAN WISATA PADA PT. FRES TOURS & TRAVEL BANDUNG”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi pembahasan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang menjadi bahan pertimbangan dalam perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel* ?
2. Bagaimana perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel* ?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Laporan Tugas Akhir

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk:

1. Mengetahui faktor yang menjadi pertimbangan dalam perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel*.
2. Mengetahui perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel*.

## 1.4 Kegunaan Laporan Tugas Akhir

Laporan Tugas Akhir yang dibuat memiliki banyak kegunaan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai pemenuh salah satu syarat ujian sidang pada program Akuntansi Program Diploma III, Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama. Serta dapat

menambah wawasan, pengalaman dan menjadi sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku kuliah dan membandingkannya dengan keadaan di lapang.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dan masukan-masukan untuk dapat lebih meningkatkan efektifitas kinerja perusahaan. Dan diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen travel untuk memperbaiki pelayanan yang ditawarkan dan juga diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan jasa travel.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan informasi dengan permasalahan yang penulis bahas atau juga sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dalam usaha untuk memperoleh data yang objektif sebagaimana yang diperlukan untuk menyusun laporan tugas akhir ini, maka penulis melakukan penelitian langsung pada PT. *Fres Tours & Travel* yang bertempat di Jalan Anggrek No.55 Bandung. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Maret 2013 sampai dengan selesai.

## **BAB II**

### **BAHAN RUJUKAN**

#### **2.1 Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategis. Berkaitan dengan hal tersebut, akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam memilih sistem dan prosedur dari alternatif yang terbaik, guna dapat menaikkan pendapatan maupun menurunkan biaya.

##### **2.1.1 Definisi Akuntansi Biaya**

Menurut Mulyadi (2009:7) Akuntansi biaya adalah:

**“Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap.”**

Sedangkan menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009:4) Akuntansi biaya adalah:

**“Akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan. Disamping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok dari suatu produk yang diproduksi dan dijual**

**kepada pemesan maupun untuk pasar, serta untuk persediaan produk yang akan dijual.”**

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan salah satu cabang akuntansi yang mencatat, menghitung, menganalisa, mengawasi dan melaporkan kepada manajemen mengenai informasi biaya dan produksi. Laporan biaya ini juga disajikan untuk membatu pengambilan keputusan.

### **2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya**

Menurut Mulyadi (2009:7) menyatakan bahwa:

**“Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok: penentuan *cost* produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus.”**

Maka secara garis besar tujuan akuntansi biaya adalah membantu manajemen dalam memberikan informasi yang memadai mengenai harga pokok juga sebagai alat pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan yang diperlukan.

## **2.2 Biaya**

### **2.2.1 Definisi Biaya**

Biaya berkaitan dengan semua tipe organisasi bisnis, baik manufaktur maupun jasa. Umumnya macam biaya yang terjadi dan cara klasifikasi biaya tergantung pada tipe organisasinya. Istilah biaya umumnya digunakan untuk pengorbanan manfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dapat dikapitalisir nilainya.

Informasi biaya sangat penting dalam penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya, dan bahkan evaluasi tentang lini produk yang paling menguntungkan. Jumlah biaya juga diperlukan untuk memantau dukungan berbagai fungsi dalam bisnis termasuk operasi personalia, pemasaran, dan departemen akuntansi.

Menurut Mulyadi (2009:8) menyatakan bahwa pengertian dalam arti luas adalah:

**“Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”**

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009:7) menyatakan bahwa:

**“Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.”**

Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2009:47) yang diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary mendefinisikan biaya adalah sebagai berikut:

**“Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa depan bagi organisasi, biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.”**

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya mempunyai 4 unsur pokok, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuan uang.
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

### **2.2.2 Klasifikasi Biaya**

Pengklasifikasian biaya dilakukan dengan berbagai cara, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan terhadap informasi biaya tersebut. Secara umum pengklasifikasian ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan pengklasifikasian tersebut.

Menurut Mulyadi (2009:13) biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Objek pengeluarannya
2. Fungsi pokok dalam perusahaan
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
5. Jangka waktu manfaatnya.

Adapun penjelasan dari penggolongan biaya di atas adalah sebagai berikut:

#### **1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran**

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka

semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

## 2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu :

### (a) Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

### (b) Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (*sample*).

### (c) Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya *photocopy*.

### **3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai**

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu :

(a) Biaya langsung (*direct cost*)

Adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

(b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*).

### **4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas.**

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi :

(a) Biaya variabel Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

- (b) Biaya semi variabel Adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
- (c) Biaya semi tetap Adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- (d) Biaya tetap Adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

## 5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

- (a) Pengeluaran modal (*capital expenditures*)

Merupakan biaya yang mempunyai masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi (satu tahun kalender).

- (b) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)

Merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

## 2.3 Definisi, Karakteristik dan Klasifikasi Jasa

### 2.3.1 Definisi Jasa

Menurut Philip Kotler (2009:36) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

**“Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat**

**ditawarkan kepada satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.”**

Sedangkan menurut Menurut Tony Wijaya (2011:16) mendefinisikan bahwa:

**“Jasa dapat diartikan sebagai barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli maupun dijual dipasar melalui pertukaran yang saling memuaskan.”**

Berdasarkan definisi diatas maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan.
3. Suatu produk fisik.
4. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
5. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

### **2.3.2 Karakteristik Jasa**

#### **1. Tidak berwujud (*intangibility*)**

Jasa bersifat tidak berwujud artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba atau didengar sebelum jasa tersebut dibeli. Konsep ini mempunyai dua pengertian yaitu sesuatu yang tidak dapat disentuh atau tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah. Jasa tidak dapat dimiliki hanya dapat dimanfaatkan saja, seperti halnya produk bank, produk

tersebut tidak dapat dilihat, hanya dapat dirasakan saja. Bank tidak menjual produk tetapi manfaat yang nantinya diperoleh oleh konsumen.

## **2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)**

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan atau orang yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut sehingga penjualan jasa lebih diutamakan.

## **3. Bervariasi (*variability*)**

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih dan memutuskan akan penyedia jasa. Dalam hal ini penyedia jasa harus selalu memantau kepuasan pelanggan atas nilai melalui sistem kotak saran dan keluhan, survey pelanggan, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

## **4. Tidak tahan lama (*perishability*)**

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Jasa akan memiliki nilai di saat pembeli jasa membutuhkan pelayanan. Keadaan tidak tahan lama dari jasa-jasa bukanlah masalah jika permintaan atas jasa tersebut stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan sebelumnya, jika permintaan terhadap jasa tersebut amat berfluktuasi maka perusahaan jasa mengalami masalah yang sulit

seperti pelanggan merasa kecewa dan beralih ke pihak penyedia jasa lainnya, seperti halnya kebutuhan nasabah tabungan akan uang tunai yang datang secara tiba-tiba/mendesak, dalam hal ini bank harus tanggap akan menyediakan fasilitas ATM untuk melayani kebutuhan nasabah tabungan yang tidak dapat ditunda-tunda ini sehingga tidak beralih ke jenis tabungan lainnya.

### **2.3.3 Klasifikasi Jasa**

Philip Kotler (2009) membagi macam-macam jasa berdasarkan beberapa sudut pandang yang berbeda, yaitu:

1. Berdasarkan basis peralatan atau basis manusia

Jasa berbasis peralatan dapat dibedakan lagi menjadi jasa yang dilakukan mesin otomatis (cuci mobil otomatis) atau yang dimonitor oleh operator terlatih (perusahaan penerbangan dan komputer) atau tidak terlatih (bioskop dan taxi). Jasa berbasis manusia dibedakan lagi menjadi jasa yang dilakukan oleh pekerja terlatih (pekerja las dan bengkel), tidak terlatih (pemeliharaan kebun), atau profesional (jasa akuntan publik dan konsultan manajemen).

2. Kehadiran konsumen

Kehadiran pelanggan dalam pelaksanaan jasa sangatlah penting karena jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan.

3. Motivasi

Suatu jasa dapat dibedakan sesuai dengan motivasinya untuk memenuhi kebutuhan perorangan atau kebutuhan bisnis. Misalnya sebuah hotel akan

memasang tarif harga yang berbeda antara perorangan dengan karyawan-karyawan sebuah perusahaan yang membayar uang muka.

4. Penyedia jasa berbeda dalam sasarannya (laba atau nirlaba) dan kepemilikan (swasta atau publik)

Sudah jelas bahwa program pemasaran dari sebuah rumah sakit swasta milik seorang pengusaha akan berbeda dengan program rumah sakit swasta milik badan keagamaan.

## **2.4 Harga**

### **2.4.1 Definisi Harga**

Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah (mata uang) atau sebagai alat tukar. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atau suatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2009:67) berpendapat bahwa:

**“Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.”**

## 2.4.2 Penetapan Harga

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2009:75) menerangkan bahwa:

**“Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mereka mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau wilayah geografis baru, dan ketika perusahaan memasukan penawaran pekerjaan kontrak baru. Perusahaan harus memutuskan di mana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga.”**

Perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan-perusahaan kecil harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukan oleh bagian pemasaran. Sedangkan pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan disini manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen dibawahnya.

Harga memainkan bagian yang sangat penting dalam bauran pemasaran jasa, karena penetapan harga memberikan penghasilan bagi bisnis. Keputusan-keputusan

penetapan harga sangat signifikan dalam menentukan nilai bagi pelanggan dan memainkan peran penting dalam pembentukan citra bagi jasa tersebut.

Keputusan-keputusan penetapan harga untuk jasa khususnya penting karena karakteristik ketidakberwujudan produk. Harga yang dikenakan pada suatu jasa memberikan sinyal mengenai jasa tersebut kepada pelanggan yang akan menerimanya.

### **2.4.3 Langkah-langkah dalam penetapan harga**

Menurut Herry Achmad Buchory & Djaslim Saladin (2010:160) adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi tujuan penetapan harga
2. Menentukan permintaan (*determinant demand*)
3. Memperkirakan biaya
4. Menganalisa biaya, harga dan tawaran pesaing
5. Memilih metode penetapan harga
6. Memilih harga akhir

### **2.4.4 Tujuan Penetapan Harga**

Metode atau pendekatan penetapan harga untuk jasa adalah sama dengan yang dipakai untuk barang. Metode penetapan harga yang dipakai harus diawali dengan pertimbangan mengenai tujuan penetapan harga.

Menurut Philip Kotler (2009:76) ada lima tujuan utama penetapan harga. Tujuan-tujuan tersebut yaitu:

1. Kemampuan Bertahan

Perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujuan utama mereka jika mereka mengalami kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau keinginan konsumen yang berubah.

2. Laba Saat Ini Maksimum

Banyak perusahaan berusaha menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini, mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternative dan memilih harga yang menghasilkan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pengembalian atas investasi maksimum.

3. Pangsa Pasar Maksimum

Beberapa perusahaan ingin memaksimalkan pangsa pasar mereka, mereka percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Mereka menetapkan harga terendah, mengasumsikan pasar sensitive terhadap harga.

4. Pemerahan Pasar Maksimum

Perusahaan mengungkapkan teknologi baru yang menetapkan harga tinggi untuk memaksimalkan pasar.

## 5. Kepemimpinan Kualitas Produk

Perusahaan mungkin berusaha menjadi pemimpin kualitas produk di pasar, banyak merek berusaha menjadi "kemewahan terjangkau". Produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

Apapun tujuan khususnya, bisnis yang menggunakan harga sebagai alat strategis akan menghasilkan lebih banyak laba dibandingkan bisnis yang hanya membiarkan biaya atau pasar menentukan penetapan harga mereka.

## 2.5 Harga Jual

### 2.5.1 Definisi Harga Jual

Harga jual bisa diungkapkan dengan istilah, misalnya tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, dan sebagainya.

Menurut Mulyadi dalam bukunya *Akuntansi Manajemen* (2009:65), definisi dari harga jual adalah;

**“Harga jual adalah harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki”**

Harga jual merupakan hal penting dalam menentukan tingkat laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan.

Menurut Irawati (2009:2) menyatakan bahwa perhitungan harga jual adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba}$$

**Keterangan:**

Biaya produksi = Harga Pokok Produksi

Biaya non produksi + Laba = *Given*

*Given* = termasuk biaya penyerahan jasa

Sementara itu, mengacu pada Mulyadi (2009:65) cara menentukan harga jual adalah sebagai berikut:

<b>Taksiran Biaya Produksi untuk jangka waktu tertentu</b>	<b>xxx</b>
<b>Biaya non produksi</b>	<b><u>xxx +</u></b>
<b>Produk yang dihasilkan untuk jangka waktu tertentu</b>	<b>xxx</b>
<b>Laba per unit produk yang dihasilkan</b>	<b><u>xxx +</u></b>
<b>Taksiran Harga Jual</b>	<b>xxx</b>

### 2.5.2 Contoh Perhitungan Harga Jual

Menurut Ririn Tri Ratnasari & Mastuti H.Aksa (2011:72) berikut adalah contoh perhitungan harga jual jasa kamar hotel/*cottage*:

**Contoh Kasus:** Sebuah perusahaan jasa rekreasi di Jakarta mengelola bisnis *cottage*, bernama Putri Salju *Cottage*.

Dalam menentukan harga jual kamar, Putri Salju menggunakan perhitungan dan pertimbangan sebagai berikut:

a. Menurut Jenis *Cottage*

Putri Salju Cottage memiliki jenis kamar: duplex, silver family, golden family, dan diamond family. Dari namanya kita mengerti tingkat fasilitas kamarnya. Semakin besar dan semakin lengkap fasilitasnya, maka semakin mahal pula harga jualnya.

b. Menurut waktu *seasonal*

Menurut waktu *seasonal* maksudnya adalah tingkat harga ditentukan berdasarkan pada perbedaan waktu (*flexible price*). Waktu tersebut dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

- Weekdays (Minggu sampai Jumat)
- Weekend (Sabtu, hari libur nasional)
- Periode paket (Lebaran, Natal, Tahun Baru, dan Libur Semester).

c. Fasilitas Tambahan,

Yaitu kelengkapan tambahan di luar fasilitas kamar yang diberikan kepada tamu. Contoh: jika seorang tamu memesan sebuah kamar, ia mendapat fasilitas: kamar standar, makan pagi, antar jemput ke bandara. Kemudian fasilitas tambahan yang ia dapatkan adalah: rekreasi ke DUFAN, Gelanggang Samudra, Gelanggang Renang, dan *Green Fee Golf* di padang *golf* Ancol.

Sebelum mengetahui perhitungan harga jual paket, Dibawah ini diketahui daftar harga jual kamar(harga *publish*):

**Tabel 2.1. Harga Jual Kamar(Rupiah)**

Jenis Kamar	1997	1998	1999	2000 Setelah perhitungan
Duplex Up	350.000	400.000	425.000	500.000
Duplex Down	400.000	450.000	500.000	600.00
Deluxe	400.000	450.000	500.000	600.000
Silver Family	550.000	600.000	675.000	800.000
GoldenFamily	650.000	700.000	750.000	1.100.000
Diamond	1.250.000	1.600.000	2.000.000	2.500.000

Berdasarkan komponen harga tersebut, fasilitas yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kamar standar *Duplex* dan *Deluxe*
  - a. *Breakfast*: @Rp 37.500 x 2 paks
  - b. Rekreasi ke Dufan, Gelanggang Samudera, Gelanggang Renang, dan *Green Fee Golf* untuk 2 orang
2. Kamar Family (*Silver* dan *Golden*)
  - a. *Breakfast*: @37.500 x 4 paks.
  - b. Rekreasi ke Dufan, Gelanggang Samudera, Gelanggang Renang untuk 4 orang, dan *Green Fee Golf* untuk 2 orang.

3. Kamar *Diamond Family*

- a. *Breakfast*: @ 37.500 x 6 paks.
- b. Rekreasi ke Dufan, Gelanggang Samudera, Gelanggang Renang untuk 6 orang, dan *Green Fee Golf* untuk 2 orang.

Harga paket diambil dari harga *publish* pada saat weekend ditambah persentase tertentu untuk mendapat keuntungan dan fasilitas ditambah.

Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Standar <i>Duplex Up</i>	Rp 500.000 (harga <i>publish</i> )
Persentase tambahan 20% x 500.000	Rp 100.000
Fasilitas tambahan:	
<i>Dinner</i> @Rp 75.000 x 2 paks	<u>Rp 150.000</u>
Total Harga Jual paket	<b>Rp 750.000</b>
2. Standar <i>Duplex Down</i>	Rp 600.000 (harga <i>publish</i> )
Persentase tambahan 20% x 600.000	Rp 120.000
Fasilitas tambahan:	
<i>Dinner</i> @Rp 75.000 x 2 paks	<u>Rp 150.000</u>
Total Harga Jual paket	<b>Rp 820.000</b>
3. Standar <i>Deluxe</i> (sama dengan <i>duplex down</i> )	
4. <i>Silver Family</i>	Rp 800.000 (harga <i>publish</i> )
Persentase tambahan 20% x 800.000	Rp 160.000

Fasilitas tambahan:

*Dinner* @Rp 75.000 x 4paks Rp 300.000

Total Harga Jual paket **Rp 1.260.000**

5. *Golden Family* Rp 1.100.000 (harga *publish*)

Persentase tambahan 20% x 1.100.000 Rp 220.000

Fasilitas tambahan:

*Dinner* @Rp 75.000 x 4 paks Rp 300.000

Total Harga Jual paket **Rp 1.520.000**

6. *Diamond Family* Rp 2.500.000 (harga *publish*)

Persentase tambahan 20% x 2.500.000 Rp 500.000

Fasilitas tambahan:

*Dinner* @Rp 75.000 x 6 paks Rp 450.000

Total Harga Jual paket **Rp 3.450.000**

Pada saat jumlah pelanggan menurun, harga ditentukan berdasarkan kebijakan perusahaan

### 2.5.3 Metode Penetapan Harga Jual

Metode penetapan harga jual adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya yang tergabung dalam harga pokok ditambah dengan *mark up* yang kemudian menghasilkan harga jual.

Metode penetapan harga menurut Philip Kotler (2009:83) adalah sebagai berikut:

**1. Penetapan Harga *Mark-Up* (*Mark-Up Pricing Method*)**

Penetapan harga *mark-up* ini hampir sama dengan penetapan harga biaya plus. Pada umumnya perusahaan perdagangan lebih banyak menggunakan penetapan harga mark-up ini. Caranya lebih sederhana. Perusahaan membeli barang-barang dagangan kemudian harga jualnya ditentukan setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark-up*, seperti rumus di bawah ini:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark-Up} = \text{Harga jual}$$

**2. Penetapan Harga Tingkat Pengembalian Sasaran (*Target Return Pricing*)**

Tingkat pengembalian sasaran(*target-return-pricing*), perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sarannya (ROI). Harga tingkat pengembalian sasaran diberikan oleh formula berikut:

<b>Harga Tingkat</b> <b>Pengembalian sasaran = Biaya unit +</b>	<b>Tingkat pengembalian</b> <b>yang diinginkan</b>	<b>Modal yang</b> <b>X diinvestasikan</b>
		<hr/> <b>Penjualan Unit</b>

**3. Penetapan Harga Nilai Anggapan (*Perceived Value*)**

Sekarang semakin banyak jumlah perusahaan yang mendasarkan harga mereka pada nilai anggapan (*perceived value*) pelanggan. kunci bagi penetapan harga nilai

anggapan adalah menghantarkan lebih banyak nilai dibandingkan pesaing dan mendemonstrasikannya ke pembeli prospektif.

#### **4. Penetapan Harga Nilai (*value pricing*)**

Dalam tahun-tahun terakhir, beberapa perusahaan telah menerapkan penetapan harga nilai (*value pricing*), mereka memenangkan pelanggan setia dengan mengenakan harga yang cukup rendah untuk penawaran berkualitas tinggi, karena itu penetapan harga nilai bukan masalah menetapkan harga murah saja tetapi juga masalah merekayasa ulang operasi perusahaan agar menjadi produsen biaya murah tanpa mengorbankan kualitas, untuk menarik sejumlah besar pelanggan yang sadar nilai.

#### **5. Penetapan Harga *Going Rate* (*Going rate pricing*)**

Dalam Penetapan harga *going rate* (*going-rate pricing*) perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal, atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE LAPORAN TUGAS AKHIR**

#### **3.1 Objek Laporan Tugas Akhir**

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir (LTA) ini, penulis melakukan penelitian di PT. *Fres Tours & Travel* yang berlokasi di Jalan Angrek No.55 Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah Perhitungan Harga Jual Jasa Perjalanan Wisata Pada PT. *Fres Tours & Tavel* Bandung.

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

Pusat pelayanan jasa sangat dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat, seperti jasa komunikasi, jasa konstruksi, jasa transportasi dan sebagainya. Sekarang ini jasa travel banyak diminati oleh masyarakat luas. PT. *Fres Tours and Travel* adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa tours & travel di Bandung.

PT *Fres Tours & Travel* ini pertamakali didirikan pada 9 Oktober 2006. PT. *Fres Tours & Travel* bertempat di jalan Angrek No. 55 Bandung. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *tour & travel* ini melayani berbagai macam pilihan perjalanan sesuai dengan keinginan wisatawan atau pelanggan (*customer*) biasanya untuk pergi berlibur, kunjungan wisata, serta *study tour* baik domestik maupun internasional.

Pada 9 Oktober 2006 PT. *Fres Tours & Travel* mendirikan kantor di Jalan Raya Cilegon – Serang (Bintang Laguna *Restaurant*). Kemudian pada April 2007,

kantor yang berada di Jalan Raya Cilegon – Serang tersebut pindah ke Ruko *New Saiki* Jalan Ahmad Yani No. 2 Cilegon – Banten. Pada Mei 2007 pindah ke Tunas Bangsa *Building* Jalan Pabean No. 1 Cilegon – Banten.

Selain di Cilegon, pada 9 Agustus 2007 membuka kantor cabang di Komplek GBA 1 Blok C No. 32 Bandung. Pada Agustus 2009, kantor cabang pindah ke Jalan Angrek No. 35 Bandung. Dan pada tanggal 11 Mei 2011 kantor cabang pindah ke Jalan Angrek no 55 Bandung. Yang kemudian, kantor yang berada di Jalan Angrek No. 55 Bandung ini dijadikan *Head Office* PT. *Fres Tours & Travel*.

### 3.1.2 Profil Perusahaan

PT. *Fres Tours & Travel* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *Tour Consultant & Travel Management* yang didirikan oleh Bapak Syaiful Wathan, S.Sos. Berikut gambaran ringkas perusahaan:

Nama Perusahaan : PT. Fres Indonesia Wisata (*Fres Tours & Travel*)

Alamat : Jl. Angrek No. 55 Bandung – Jawa Barat Indonesia  
40114

Telepon : +62 22 7234 731 / 70120033 / 70120044 / 70120055

*Email* : [info@frestour.com](mailto:info@frestour.com)

[wathan@frestour.com](mailto:wathan@frestour.com) (*wathan-director*)

[ticketing@frestour.com](mailto:ticketing@frestour.com) (*ticketing*)

[hotel@frestour.com](mailto:hotel@frestour.com) (*hotel*)

[tour@frestour.com](mailto:tour@frestour.com) (*tour*)

*Website* : [www.frestour.com](http://www.frestour.com)

*Yahoo Messenger* : [frestour@yahoo.com](mailto:frestour@yahoo.com)

*Facebook* : [frestourntravel@yahoo.com](mailto:frestourntravel@yahoo.com)

*Contact Person* : Syaiful Wathan – *Director*

*Staff Kantor* : 07 Orang

*Jam Kerja* : 08.30 s/d 17.30

*Emergency Call* : Wathan – 08122040278 / 022 – 70000278

*Status Badan Hukum* : Perusahaan Terbatas (PT)

*No. Akta Notaris* : 13/SKPT/III/2009

*No. TDP* : 300414501122

*No. SIUK* : 517/30-04/0460/BINUS/PM/III/2009

*NPWP* : 21.088.196.7-417.000

*No. Rekening Bank* : 1. BANK MANDIRI  
Kantor Cab. Ahmad Yani Bandung  
a.n PT. FRES INDONESIA  
a/c. No. 131-000-090980-6

2. BANK CENTRAL ASIA (BCA)  
Kantor Cab. Cilegon  
a.n Syaiful Wathan  
a/c. No. 2951-75-3736

### 3. BANK NEGARA INDONESIA (BNI)

Kantor Cab. Supratman

a.n Syaiful Wathan

a/c. No. 011-9136-289

Motto : “ *We Make People Fresh* ”

#### **Visi dan Misi PT Fres *Tours & Travel***

PT. Fres *Tours & Travel* mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

- **Visi**  
Memberikan kemudahan dalam menangani seluruh kebutuhan perjalanan pelanggan ke seluruh penjuru dunia.
- **Misi**  
Menjadi agent yang melayani jasa tours & travel terbaik di Indonesia.

Selain visi dan misi yang dimiliki oleh PT. Fres *Tours & Travel* , perusahaan ini pun memiliki komitmen sebagai berikut :

- **Komitmen**  
PT. Fres *Tours & Travel* memberikan Layanan *Online Booking* 24 jam sehari 7 hari seminggu, sepanjang tahun. Via Telepon, SMS, Email, YM, MSN, dan *Website*.

### 3.1.3 Operasi perusahaan

PT. Fres *Tours & Travel* adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang jasa *travel* dan pariwisata. PT. Fres *Tours & Travel* melayani wisatawan pelanggan yang akan melakukan perjalanan baik untuk urusan bisnis atau hanya sekedar berlibur. Perjalanan domestik maupun internasional dilayani oleh PT. Fres *Tour & Travel*.

PT. Fres *Tours & Travel* menyediakan akomodasi bagi para wisatawan atau pelanggan, manajemen dan semua karyawan akan sepenuhnya berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para wisatawan atau pelanggan. Dengan menganggap wisatawan atau pelanggan adalah sebagai raja, memenuhi apa yang diharapkan, memberikan pelayanan yang ramah dan efisien serta tetap menjaga keselamatan.

Pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Fres *Tours & Travel* adalah sebagai berikut:

- Tiket Domestik & Internasional *Online*
- Tiket Kereta Api *Online* & Peln
- *Tour* domestik & internasional
- *Voucher hotel* domestik & internasional *Online*
- MICE ( *Meeting, Incentive, & Exhibition* )
- Umroh & Haji Plus
- Rental kendaraan dan bus pariwisata
- Paket *Cruise*

- Dokumen perjalanan: *passport, visa, exit-permite*
- *Event Organizer*

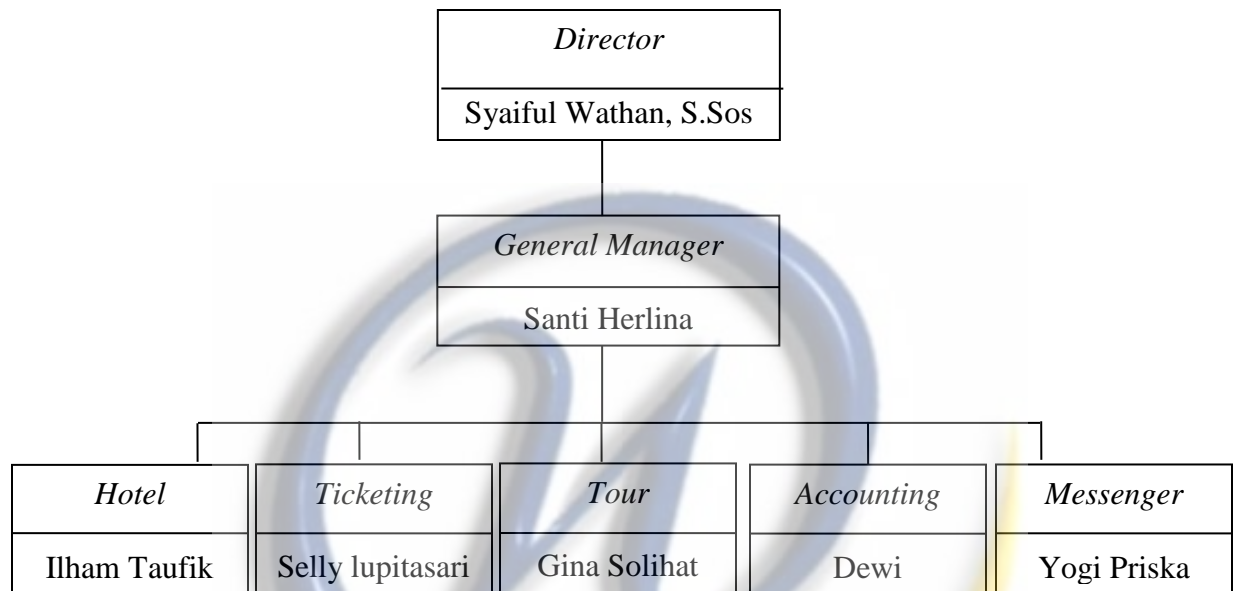
#### **3.1.4 Struktur Organisasi perusahaan dan deskripsi pekerjaan perusahaan**

Untuk kelancaran operasional PT. Fres *Tours & Travel*, terdapat beberapa bagian yang bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing sebagai berikut:

- Director*
- General Manager*
- Accounting*
- Tour*
- Ticketing*
- Hotel*
- Messenger*

PT. Fres *Tours & Travel* menerapkan struktur organisasi dengan satu Direktur mendelegasikan wewenang kepada manajer, kemudian manajer membawahi para karyawan yang berada di bawah manajer mempunyai tanggung jawab untuk melaporkan segala kegiatan yang dilakukan kepada pimpinannya yang bersangkutan.

Untuk lebih jelas mengenai struktur organisasi perusahaan, berikut bagan organisasi PT. *Fres Tours & Travel*:



**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi PT. *Fres Tours & Travel***

### **Uraian Tugas dan Tanggung jawab**

Demi kelancaran operasional PT *Fres Tours & Travel*, perlu adanya struktur organisasi yang secara tegas, wewenang, dan tanggung jawab tentang masing-masing bagian dalam perusahaan, merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi. Dalam tugas akhir ini penulis menguraikan tugas-tugas setiap bagian yang ada di PT *Fres Tours & Travel* dimana penulis melakukan penelitian.

#### *a. Director*

*Director* bertugas membuat peraturan untuk seluruh karyawan. Mengontrol dan mengevaluasi kegiatan operasional seluruh karyawan PT *Fres Tours & Travel*.

b. *General Manager*

*Manager* bertugas mengatur, mengontrol, dan mengawasi kinerja *Accounting*, *tour*, *ticketing*, *hotel*, dan *massanger* di PT Fres Tours & Travel.

c. *Accounting*

*Accounting* bertugas membuat *invoice* , mencatat hutang piutang, mencatat arus kas, *petty cash* dan membuat laporan keuangan PT Fres Tours & Travel.

d. *Tour*

*Tour* bertugas menerima reservasi *tour*, membuat perhitungan *tour* perjalanan beserta program perjalanannya, dan menginfokan harga beserta program perjalanan yang sudah dibuat kepada pelanggan (*customer*).

e. *Ticketing*

*Ticketing* bertugas melakukan pemesanan tiket pesawat, kereta api. Membuat laporan tiket (*report ticket*) dan *issued ticket* pesawat dan kereta api. Yang kemudian laporan tiket tersebut diberikan kepada *manager*.

f. *Hotel*

*Hotel* bertugas menerima reservasi hotel dan melakukan pemesanan pada pihak hotel untuk kemudian dilakukan *issued voucher hotel*.

g. *Massanger*

*Messenger* bertugas untuk mengantarkan pesanan tiket pesawat, kereta api, *invoice* dan voucher hotel pada pelanggan (*customer*), melakukan penyetoran

uang ke bank, melakukan penukaran mata uang ke *money changer*, dan membuat dokumen perjalanan: passport dan visa

### **3.2 Metode Laporan Tugas Akhir**

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian untuk penyusunan laporan tugas akhir ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan menggambarkan dan membahas keadaan perusahaan berdasarkan fakta yang ada. Penelitian ini disusun berdasarkan data dan informasi yang mendukung, sesuai dengan sifat, permasalahan, dan tujuan dilakukannya penelitian, sehingga dari data dan informasi tersebut penulis dapat melakukan berbagai analisis untuk memperoleh kesimpulan.

Adapun jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya di tempat penelitian dilakukan. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data primer ini adalah teknik observasi dan wawancara, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara meneliti dan tanya jawab dengan para *staff* yang terlibat langsung dengan masalah yang diteliti.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### 3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Langkah-langkah yang ditempuh penulis dalam pengumpulan data primer dan sekunder adalah sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung yang berhubungan dengan masalah-masalah yang sedang diteliti. Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh informasi dari berbagai literatur dengan membaca dan mempelajari buku-buku serta referensi-referensi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, untuk mengumpulkan bahan-bahan teoritis guna menunjang proses pembahasan terhadap data aktual. Studi kepustakaan ini dilakukan atas teori-teori yang mendukung penelitian ini. Dari penelitian kepustakaan ini dapat diperoleh data sekunder yang diperoleh oleh penulis.

#### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung pada perusahaan. Penelitian lapangan bertujuan untuk memperoleh data primer dengan mempelajari data tertulis dengan tujuan mengetahui situasi dan kondisi yang sebenarnya. Data tersebut diperoleh dengan cara sebagai berikut:

##### a. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berwenang

dan bertanggung jawab untuk memberikan data yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Dalam hal ini wawancara dilakukan terhadap manajer yang melakukan perhitungan penetapan harga jual jasa perjalanan wisata.

b. Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap aktivitas perusahaan guna melengkapi dan membandingkan dengan catatan-catatan yang diperoleh dari hasil wawancara. Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung ke tempat yang diteliti.

### **3.2.2 Teknik Pengolahan Data**

Setelah memperoleh data primer dan sekunder yang dibutuhkan, maka penulis melakukan proses pengolahan data. Teknik pengolahan data yang akan dilakukan adalah metode historis, yaitu penelitian dilakukan melalui pengumpulan fakta dan data pada tahun yang bersangkutan dan data tersebut dianalisis berdasarkan teori-teori yang ada sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS**

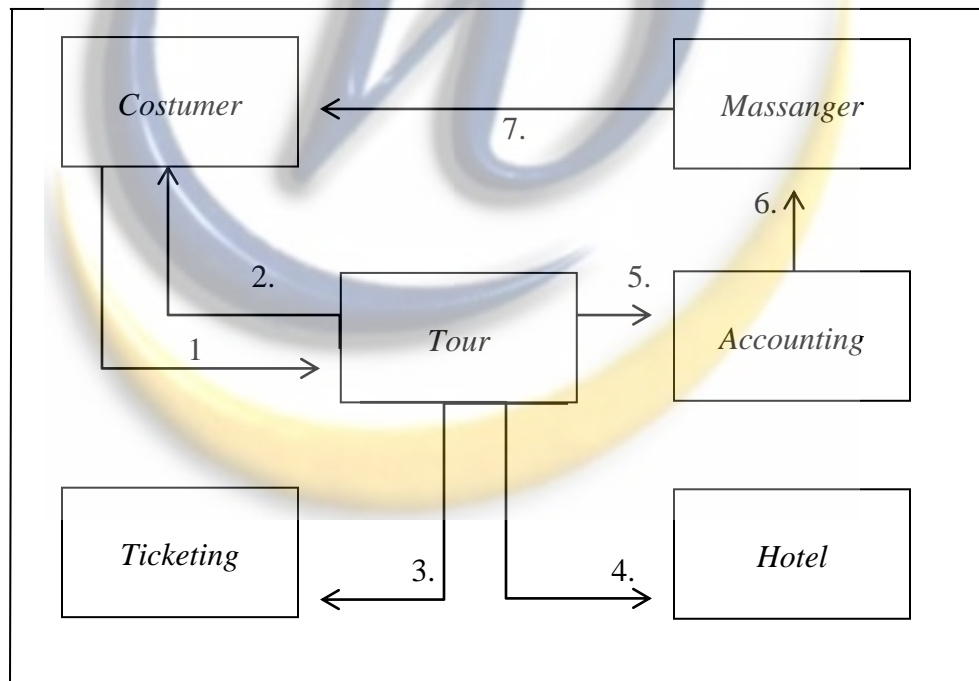
#### **4.1 Aktifitas Bisnis Perusahaan**

PT. Fres *Tours & Travel* adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam jasa *travel* dan pariwisata. PT. Fres *Tours & Travel* melayani konsumen yang akan melakukan perjalanan wisata baik perjalanan domestik maupun internasional. Aktifitas operasional yang terjadi PT. Fres *Tours & Travel* dijelaskan sebagai berikut:

1. Permintaan tour wisata dari *customer* kepada bagian *tour*, bagian *tour* menerima permintaan *customer* dan kemudian membuat perhitungan tour wisata sesuai keinginan *customer*.
2. Setelah bagian *tour* sudah memperhitungkan biaya tour kemudian bagian *tour* menginformasikan kembali kepada *customer* untuk penawaran harga *tour*. Jika *customer* sudah sepakat dan *customer* diharuskan membayar uang muka 30% dari harga jual( *cash/ Transfer*).
3. Setelah ada pembayaran uang muka dari *customer*, bagian *tour* menginformasikan kepada bagian *ticketing* untuk memesan dan mempersiapkan berbagai macam *ticket* yang dibutuhkan untuk perjalanan wisata *customer*.
4. Bagian *tour* menginformasikan juga kepada bagian hotel untuk *reservasi* hotel.

5. Setelah itu bagian *tour* menginformasikan kepada bagian *accounting* untuk kemudian dibuatkan *invoice* untuk *costumer*.
6. Setelah *invoice* sudah dibuat, bagian *accounting* memberikan *invoice* tersebut kepada bagian *massanger*.
7. Bagian *massanger* memberikan *invoice* tersebut kepada *costumer*, dan menginformasikan untuk biaya pelunasan 7 hari sebelum keberangkatan.

Dari penjelasan diatas, alur aktifitas operasional yang terjadi di PT. Fres Tours & Travel adalah seperti dibawah ini:



**Gambar 4.1**  
**Bagan alur aktifitas operasional PT. Fres Tour & Travel**

## **4.2 Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Perhitungan Harga Jual Jasa Perjalanan Wisata Pada PT. Fres *Tours & Travel***

PT. Fres *Tours & Travel* berupaya memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam menjalankan perjalanan wisata. PT. Fres *Tours & Travel* menyediakan berbagai macam paket perjalanan wisata, baik domestik maupun internasional. Paket wisata domestik diantaranya adalah perjalanan wisata ke Dunia Fantasi (Dufan), Pangandaran, Yogyakarta, Bali dan Lombok. Sedangkan paket wisata internasional diantaranya adalah perjalanan wisata ke Malaysia, Singapore, Thailand, Korea, Hongkong, China dan Eropa. Selain itu, PT. Fres *Tours & Travel* juga menyediakan paket perjalanan wisata di dalam kota Bandung dan Kabupaten Bandung (*tour in bound*).

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa contoh (*sample*) tujuan wisata untuk perhitungan harga jual PT. Fres *Tours & Travel*. *Sample* untuk wisata Domestik penulis memilih contoh tujuan wisata DUFAN, karena untuk paket harga jual DUFAN ada beberapa pertimbangan dalam memperhitungkan harga jualnya yaitu pertimbangan menurut kategori group dan menurut waktu (*seasonal*). Sedangkan untuk tujuan wisata Internasional penulis mengambil contoh tujuan Singapore dan Malaysia karena perbedaan yang terjadi dalam perhitungannya terdapat pada biaya yang dibebankannya, untuk Singapore PT. Fres *Tours & Travel* harus melakukan perhitungan secara rinci sementara untuk Malaysia sudah ada paket harga wisata untuk Agen yang diperoleh dari Biro yang ada di negara tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. Fres Tours & Travel, yaitu :

1. Pasar

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *tours & travel* menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan *tours & travel*. Perhitungan harga yang dilakukan oleh PT. Fres *Tours & Travel* mengambil acuan harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah agar dapat bersaing dengan perusahaan *Travel* yang lain.

Dalam menentukan harga jual, PT. Fres *Tours & Travel* memperhitungkan harga sesuai dengan segmen pasar. Selain memperhitungkan harga sesuai dengan segmen pasar, PT. Fres *Tours & Travel* juga memperhitungkan harga sesuai dengan *budget* (anggaran) dari konsumen yang akan melakukan perjalanan wisata.

2. Biaya

Salah satu keputusan yang sulit dalam perusahaan adalah memperhitungkan dan menetapkan harga. PT. Fres *Tours & Travel* memperhitungkan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. Biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa perjalanan wisata mempengaruhi harga jual yang diberikan oleh PT. Fres *Tours & Travel*. Biaya-biaya yang mempengaruhi harga jual yaitu:

### 1. Transportasi

Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjangkau tempat objek wisata yang akan dikunjungi. Terdapat berbagai macam alat transportasi yang dapat digunakan untuk menjangkau lokasi objek wisata yang dituju, seperti : bus, mini bus, kereta api, pesawat, dan lain sebagainya. Pemilihan alat transportasi disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

### 2. Akomodasi penginapan

Biaya akomodasi penginapan adalah biaya yang dikeluarkan untuk sewa penginapan. Terdapat berbagai macam penginapan yang tersedia di berbagai tempat daerah objek wisata. Pemilihan tempat penginapan dan lamanya menginap berpengaruh terhadap harga jual yang akan ditentukan oleh PT. *Fres Tours & Travel*.

### 3. Konsumsi (*meals*)

Biaya konsumsi adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka penyediaan konsumsi untuk konsumen yang melakukan perjalanan wisata. Terdapat berbagai jenis konsumsi, seperti: *snack*, makan pagi, makan siang, dan makan malam. Pemilihan konsumsi yang dilakukan oleh PT. *Fres Tours & Travel* menyesuaikan dengan *budget* (anggaran) yang dimiliki oleh konsumen.

### 4. Biaya tiket masuk objek wisata (*entrance fee*)

Biaya tiket masuk objek wisata adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka penyediaan tiket masuk ke objek wisata yang akan dikunjungi oleh

konsumen. Harga tiket objek wisata umumnya akan berbeda sesuai dengan hari atau tanggal kunjungan konsumen. Harga tiket di hari kerja dan akhir pekan atau hari libur nasional akan berbeda. Hal ini tentunya akan mempengaruhi harga jual jasa yang diberikan oleh PT. *Fres Tours & Travel* kepada konsumen.

#### 5. Hiburan (*entertainment*)

Para konsumen yang akan melakukan perjalanan ke objek wisata tujuan diberikan pilihan untuk memilih apakah mereka ingin menambahkan kegiatan hiburan disela-sela kunjungan ke objek wisata. Hiburan yang ditawarkan oleh PT. *Fres Tours & Travel* diantaranya adalah dokumentasi berupa foto, spanduk, *t-shirt* (kaos), organ tunggal, *doorprize*, dan lain sebagainya. Biaya hiburan adalah biaya yang dikeluarkan untuk penyediaan kegiatan hiburan. Para konsumen dapat memilih jenis hiburan yang sesuai dengan *budget* (anggaran) konsumen. Hiburan ini bersifat *optional* (pilihan) tergantung dari apa yang diminta oleh konsumen.

#### 6. Biaya lain-lain

- *Tour leader fee*

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar seorang *tour leader*. *Tour leader* bertugas untuk mengatur jadwal perjalanan wisata agar sesuai dengan *schedule* yang telah direncanakan.

- *Guide local fee*

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar seorang *guide* (pemandu wisata). Seorang *guide* bertugas menjelaskan sejarah objek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan.

- Tol dan parkir

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar tol, jika perjalanan ke lokasi objek wisata melalui tol. Biaya parkir adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar parkir di lokasi objek wisata yang dituju.

- *Tips driver*

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar sopir jika perjalanan wisata yang menggunakan transportasi bus atau mini bus.

#### **4.3 Perhitungan Harga Jual Jasa pada PT Fres Tours & Travel**

Sesuai yang telah diuraikan diatas bahwa dalam perhitungan harga jual jasa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perhitungan harga jual jasa salah satunya faktor biaya, mulai dari biaya transportasi, akomodasi penginapan, konsumsi, tiket masuk objek wisata dan biaya lain-lain. Biaya-biaya inilah yang nantinya akan diperhitungkan. Metode yang digunakan dalam perhitungan harga jual jasa PT. Fres *tours & travel* adalah metode *mark up*. Persentase *mark up* yang ditetapkan PT. Fres *tours & travel* sebesar 10% untuk semua paket perjalanan wisata. *Mark up* yang

didapat itu 10% dari total biaya, sehingga untuk harga jual diperoleh dari total biaya ditambah dengan *mark up*.

Berikut ini contoh untuk perhitungan harga jual jasa Domestik dan Internasional pada PT. Fres *Tours & Travel* :

**1. Domestik:**

- **Contoh 1:** Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Dunia Fantasi Ancol(DUFAN) untuk pelajar pada saat hari kerja (*weekday*)
- **Contoh 2:** Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Dunia Fantasi Ancol(DUFAN) untuk umum/perusahaan pada saat hari libur (*weekend*)

**2. Internasional:**

- **Contoh 1:** Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Singapore
- **Contoh 2:** Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Malaysia

Untuk lebih jelasnya contoh perhitungan harga jual jasa diuraikan seperti dibawah ini:

**1. Domestik:**

**Contoh 1: Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Dunia Fantasi Ancol(DUFAN) untuk pelajar pada saat hari kerja (*weekday*)**

PT. Fres *Tours & Travel* mendapat permintaan paket tour wisata dari SMPN31 Bandung dengan tujuan tempat wisata yaitu Dunia Fantasi Ancol(DUFAN). Rencana keberangkatan pada hari Rabu (*hari kerja/weekday*), tanggal 24 April2013 dengan jumlah peserta tour sebanyak 90 orang.

Sebelum melakukan perhitungan, diketahui daftar harga tiket untuk *agent* beserta rincian-rincian biaya yang akan diperhitungkan.

Tabel daftar harga tiket untuk agen seperti dibawah ini:

**TABEL 4.1**  
**DAFTAR HARGA TIKET KHUSUS JAWA BARAT (LUAR JABODETABEK)**  
**PT. TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL**  
**BERLAKU PER TANGGAL 1 APRIL-31 MEI 2013**

NO	Klasifikasi	TIJA		TIJA+DUFAN		TIJA+ODS		TIJA+AWA	
		Senin- Jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/l
<b>I</b>	<b>Harga Publish</b>	15.000		235.000	265.000	105.000	125.000	105.000	125.000
<b>II</b>	<b>Harga Rombongan</b>								
	<b>1.Paket keluarga</b>			153.000	173.000	93.000	113.000	73.000	93.000
		<b>TIJA</b>		<b>TIJA+DUFAN</b> (BonusODS/AWA)		<b>TIJA+ODS</b> (Bonus AWA)		<b>TIJA+AWA</b>	
	<b>2.Umum/ Perusahaan</b>	13.000		148.000	168.000	93.000	113.000	73.000	93.000
	<b>3.Pelajar</b>	13.000		128.000	148.000	83.000	98.000	63.000	78.000
<b>III</b>	<b>Kendaraan</b>			Mobil 20.000		Dan Bus 35.000			

**Keterangan:**      Daftar Harga yang diambil  
 TIJA = Taman Impian Jaya Ancol  
 ODS = Ocean Dream Samudera  
 AWA = Atlantis Water Adventure

Dari data diatas maka rincian biaya yang akan diperhitungkan adalah sebagai berikut:

Biaya Produksi jasa :

- *Transportation : Bus 40/45 seat* Rp. 1.900.000/unit
- *Meals : Snack* Rp. 8000/orang
- Extra meals(candy dll)* Rp. 5000/orang
- *Entrance fee : Dufan weekday pelajar* Rp. 128.000/orang
- *Entertainment : Foto dokumentasi* Rp. 200.000/unit
- Spanduk* Rp. 50.00/unit
- *Others : Tour leader fee* Rp. 200.000/orang
- Tips Driver* Rp. 150.000/orang

Biaya Non Produksi jasa :

- *Emsio (biaya untuk menggunakan telepon,fax,listrik,dll)* Rp. 5.000/orang

**Penyelesaian:**

Sebelum membuat perhitungan, berikut adalah keterangan untuk melengkapi tabel perhitungan:

- Subject* : Biaya yang diperhitungkan
- Quantity (QTY)* : Jumlah kuantitas
- Vol* : Jumlah volume (jumlah hari, jumlah unit)
- Price @* : Biaya per unit
- Total* : Total Biaya (QTY x biaya per unit)

Berdasarkan komponen diatas biaya yang diperhitungkan mengacu pada Irawati (2009:2) sehingga perhitungan harga jual diaplikasikan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Perhitungan Dunia Fantasi Pelajar Pada hari kerja**

Costing Tour Group Domestic By BUS/Overland FRES T&T

Name of group : SMPN 31 Bdg      Contact Cust : 0878 255 40 500

Contact Person : Mr.Dewo      Address : Jl. Binong Jati Bdg

No of Pax : 90 Pax      Destination :Dufan Weekday

CCTP : Ms.Gina      Date : 24 April 2013

No	Subject	Qty	Vol	price @	Total
	<b>BIAYA PRODUKSI JASA</b>				
1	Transportasi				
	Bus 40/45 Seat	2	1	1.900.000	3.800.000
2	Meals				-
	Lunch	-	1	25.000	-
	Dinner	-	1	25.000	-

	Snack	96	1	8.000	768.000
	extrameals: Candy dll	90	1	5.000	450.000
3	Entrance fee				-
	Dufan weekday pelajar	90	1	128.000	11.520.000
	Dufan weekend pelajar	-	-	148.000	-
4	Entertainment				-
	Foto Dokumentasi	1	1	200.000	200.000
	Spanduk	2	1	50.000	100.000
5	Others				-
	Tour leader fee	2	1	200.000	400.000
	Tips driver	2	1	150.000	300.000

	Tol dan Parking	2	1	150.000	300.000
	<b>TOTAL</b>				<b>17.838.000</b>
	<b>BIAYA NON PRODUKSI JASA</b>				
6	Emsio	90	1	5.000	450.000
	<b>TOTAL</b>				<b>450.000</b>
	<b>Total Cost</b>				<b>18.288.000</b>
	<b>Mark Up</b>		<b>10%</b>		<b>1.828.800</b>
	<b>Minimum Selling</b>				<b>20.116.800</b>
	<b>Selling Price</b>	<b>90</b>	<b>1</b>	<b>224.000</b>	<b>20.160.000</b>
	<b>Net Profit</b>				<b>1.872.000</b>

Berikut ini adalah penjelasan dari tabel perhitungan diatas:

$$\begin{aligned}
 \textit{Total Cost (TC)} &= \text{Total Biaya Produksi Jasa} + \text{Total Biaya Non Produksi Jasa} \\
 &= 17.838.000 + 450.000 \\
 &= 18.288.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Mark up (laba)} &= \textit{Total cost (TC)} \times \textit{persentase markup} \\
 &= 18.288.000 \times 10\% \\
 &= 1.828.800
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Minimum selling} &= \textit{Total cost} + \textit{markup (laba)} \\
 &= 18.288.000 + 1.828.800 \\
 &= 20.116.800
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Selling price (HJ)} &= \textit{Minimum selling} : \textit{Quantity} \\
 &= 20.116.800 : 90 \\
 &= 223.520 \rightarrow 224.000 \text{ (dibulatkan) sehingga harga jual} \\
 &= 90 \times 224.000 \\
 &= 20.160.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Net Profit} &= \textit{HJ} - \textit{TC} \\
 &= 20.160.000 - 18.288.000 \\
 &= 1.872.000
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka total harga jual jasa untuk 90 orang adalah Rp. 20.160.000, sehingga harga jual jasa per orang Rp. 224.000 Harga Sudah Termasuk:

- Transportasi 02 Unit Bus Pariwisata 45 Seat, Fasilitas : LCD, DVD, Full *Music*, Karaoke, *Reac.Seat 2-2*.
- Tiket TIJA + Tiket terusan Dunia Fantasi
- *Free AWA / ODS*
- *Meals : 1x Snack, 1x Free Lunch (Colombus)*
- *Tips Driver*, Tol & Parkir
- Spanduk Group
- Foto Documentasi perjalanan & Foto Group
- *Tour Leader* dalam setiap bus
- *Refreshment : Mineral water & candy*

### **Contoh 2: Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Dunia**

**Fantasi Ancol(DUFAN) untuk umum/perusahaan pada saat hari libur (weekend)**

PT. *Fres Tours & Travel* mendapat permintaan paket tour wisata dari PT. *Adira Finance* dengan tujuan tempat wisata yaitu Dunia Fantasi Ancol (DUFAN). Rencana keberangkatan pada hari Minggu (hari libur/*weekend*), tanggal 5 Mei 2013 dengan jumlah peserta tour sebanyak 50 orang.

Sebelum melakukan perhitungan, diketahui daftar harga tiket untuk *agent* beserta rincian-rincian biaya yang akan diperhitungkan.

Tabel daftar harga tiket untuk agen seperti dibawah ini:

**TABEL 4.3**  
**DAFTAR HARGA TIKET KHUSUS JAWA BARAT (LUAR JABODETABEK)**  
**PT. TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL**  
**BERLAKU PER TANGGAL 1 APRIL-31 MEI 2013**

NO	Klasifikasi	TIJA		TIJA+DUFAN		TIJA+ODS		TIJA+AWA	
		Senin- jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/lbr	Senin- jum	Sabtu- MG/lbr
<b>I</b>	<b>Harga Publish</b>	15.000		235.000	265.000	105.000	125.000	105.000	125.000
<b>II</b>	<b>Harga Rombongan</b>								
	<b>1.Paket keluarga</b>			153.000	173.000	93.000	113.000	73.000	93.000
		<b>TIJA</b>		<b>TIJA+DUFAN</b>		<b>TIJA+ODS</b>		<b>TIJA+AWA</b>	
				(BonusODS/AWA)		(Bonus AWA)			
	<b>2.Umum/Perusahaan</b>	13.000		148.000	168.000	93.000	113.000	73.000	93.000
	<b>3.Pelajar</b>	13.000		128.000	148.000	83.000	98.000	63.000	78.000
<b>III</b>	<b>Kendaraan</b>			<b>Mobil 20.000</b>		<b>Dan Bus 35.000</b>			

Keterangan:      Daftar Harga yang diambil

TIJA = Taman Impian Jaya Ancol

ODS = Ocean Dream Samudera

AWA = Atlantis Water Adventure

Dari data diatas maka rincian biaya yang akan diperhitungkan adalah sebagai berikut:

Biaya Produksi jasa :

-	<i>Transportation</i> : Bus 40/45 seat	Rp 1.900.000/unit
-	<i>Meals</i> : Lunch	Rp 25.000/orang
	<i>Snack</i>	Rp. 8000/orang
	<i>Extra meals(candy dll)</i>	Rp. 5000/orang
-	<i>Entrance fee</i> : Dufan weekend perusahaan	Rp. 168.000/orang
-	<i>Entertainment</i> : Foto dokumentasi	Rp. 200.000/unit
	Spanduk	Rp. 50.00/unit
-	<i>Others</i> : <i>Tour leader fee</i>	Rp. 200.000/orang
	<i>Tips Driver</i>	Rp. 150.000/orang
	<i>Tol &amp; Parking</i>	Rp.150.000/unit

Biaya Non Produksi jasa :

- *Emsio* (biaya untuk menggunakan telepon,fax,listrik,dll) Rp. 5.000/orang

**Penyelesaian:**

Sebelum membuat perhitungan berikut adalah keterangan untuk melengkapi tabel perhitungan:

*Subject* : Biaya yang diperhitungkan

*Quantity* (QTY) : Jumlah kuantitas

*Vol* : Jumlah volume (jumlah hari, jumlah unit)

*Price @* : Biaya per unit

Total : Total Biaya (QTY x biaya per unit)

Berdasarkan komponen diatas biaya yang diperhitungkan mengacu pada Irawati (2009:2) sehingga perhitungan harga jual diaplikasikan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Perhitungan Dunia Fantasi Umum pada hari libur**

*Costing Tour Group Domestic By BUS/Overland FRES T&T*

*Name of group* : PT Adira                      *Contact Cust* : 0878 255 40 500

*Contact Person* : Mr. Diki                      *Address* : Jl. Pungkur

*No of Pax* : 50 Pax                      *Destination* : Dufan Weekend

*CCTP* : Ms. Gina                      *Date* : 5 Mei 2013

No	Subject	Qty	Vol	price @	Total
	<b>BIAYA PRODUKSI JASA</b>				
1.	Transportasi				
	Bus 25/28 Seat	2	1	1.600.000	3.200.000
2	Meals				
	Lunch	50	1	25.000	1.250.000
	Dinner	-	1	25.000	-

	Snack	56	1	8.000	448.000
	extra meals : Candy dll	50	1	5.000	250.000
3	Entrance fee				-
	Dufan weekday umum		1	148.000	-
	Dufan weekend umum	50	1	168.000	8.400.000
4	Entertainment				-
	Foto Dokumentasi	1	1	200.000	200.000
	Spanduk	2	1	50.000	100.000
5	Others				-
	Tour lader fee	2	1	200.000	400.000
	Tips driver	2	1	150.000	300.000

	Tol & Parking	2	1	150.000	300.000
	<b>TOTAL</b>				<b>14.848.000</b>
	<b>BIAYA NON PRODUKSI JASA</b>				
6	Emsio	50	1	5.000	250.000
	<b>TOTAL</b>				<b>250.000</b>
	<b>Total Cost</b>				<b>15.098.000</b>
	<b>Mark Up</b>		<b>10%</b>		<b>1.509.800</b>
	<b>Minimum Selling</b>				<b>16.607.800</b>
	<b>Selling Price</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>335.000</b>	<b>16.750.000</b>
	<b>Net Profit</b>				<b>1.652.000</b>

Berikut adalah penjelasan dari perhitungan tabel diatas:

$$\begin{aligned}
 \textit{Total Cost (TC)} &= \text{Total Biaya Produksi Jasa} + \text{Total Biaya Non Produksi Jasa} \\
 &= 14.848.000 + 250.000 \\
 &= 15.098.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Mark up (Laba)} &= \textit{Total cost (TC)} \times \textit{persentase markup} \\
 &= 15.098.000 \times 10\% \\
 &= 1.509.800
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Minimum selling} &= \textit{Total cost} + \textit{markup (laba)} \\
 &= 15.098.000 + 1.509.800 \\
 &= 16.607.800
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Selling price(HJ)} &= \textit{Minimum selling} : \textit{Quantity} \\
 &= 16.607.800 : 50 \\
 &= 332.156 \rightarrow 335.000 \text{ (dibulatkan) sehingga harga jual} \\
 &= 50 \times 335.000 \\
 &= 16.750.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \textit{Net Profit} &= \textit{HJ} - \textit{TC} \\
 &= 16.750.000 - 15.098.000 \\
 &= 1.652.000
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka total harga jual jasa untuk 50 orang adalah Rp. 16.750.000 Maka, harga jual per orang Rp. 335.000 Harga Sudah Termasuk:

- Transportasi 02 Unit Bus Pariwisata 25 Seat, Fasilitas : LCD, DVD, Full *Music*, Karaoke, *Reac.Seat 2-2*.
- Tiket TIJA + Tiket terusan Dunia Fantasi
- *Free AWA / ODS*
- Meals : 1x *Snack*, 1x *Lunch*
- *Tips Driver*, Tol & Parkir
- Spanduk Group
- Foto Dokumentasi perjalanan & Foto Group
- *Tour Leader* dalam setiap bus
- *Refreshment : Mineral water & candy*

## 2. Internasional:

### Contoh 1: Perhitungan harga jual jasa dengan tujuan wisata Singapore

PT. Fres *Tours & Travel* mendapat permintaan paket *tour* wisata dari Pak Edi dengan tujuan tempat wisata yaitu Singapore. Rencana keberangkatan pada tanggal 04-06 April 2013 dengan jumlah peserta tour sebanyak 8 orang.

Sebelum melakukan perhitungan, diketahui daftar harga tiket atraksi Singapore untuk *agent* beserta rincian-rincian biaya yang akan diperhitungkan.

Tabel daftar harga tiket atraksi Singapore untuk agen seperti dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**DAFTAR HARGA ATRAKSI DI SINGAPORE**

<b>NO</b>	<b>ATRAKSI</b>	<b>DEWASA</b>	<b>ANAK</b>
<b>1</b>	<b>Universal studio Weekday ( non peak )</b>	<b>-</b>	
<b>2</b>	<b>Universal studio weekday ( peak )</b>	<b>SGD 65</b>	<b>SGD 48</b>
<b>3</b>	<b>Song Of The Sea ( SOS)</b>	<b>SGD 10</b>	<b>SGD 10</b>
<b>4</b>	<b>Singapore flyer</b>	<b>SGD 25</b>	<b>SGD 20</b>
<b>5</b>	<b>Duck tour</b>	<b>SGD 30</b>	<b>SGD 23</b>
<b>6</b>	<b>Cable car ( oneway )</b>	<b>SGD 20</b>	<b>SGD 14</b>
<b>7</b>	<b>Underwater world</b>	<b>SGD 23</b>	<b>SGD 18</b>
<b>8</b>	<b>Jurong bird park &amp; Singapore zoo</b>	<b>SGD 25</b>	<b>SGD 16</b>
<b>9</b>	<b>Singapore science centre</b>	<b>SGD 9</b>	<b>SGD 6</b>
<b>10</b>	<b>Singapore night safari</b>	<b>SGD 30</b>	<b>SGD 15</b>
<b>11</b>	<b>River cruise</b>	<b>SGD 12</b>	<b>SGD 8</b>
<b>12</b>	<b>Image of Singapore</b>	<b>SGD 10</b>	<b>SGD 10</b>
<b>13</b>	<b>Lukes &amp; sky ride</b>	<b>SGD 12.5</b>	<b>SGD 10</b>
<b>14</b>	<b>Marina bay sand – sky park</b>	<b>SGD 20</b>	<b>SGD 20</b>
<b>15</b>	<b>Garden By the bay</b>	<b>SGD 22</b>	<b>SGD 15</b>
<b>16</b>	<b>Lego park tiket</b>	<b>SGD 50</b>	<b>SGD 38</b>
<b>17</b>	<b>Ocean aquarium</b>	<b>SGD 24</b>	<b>SGD 18</b>



<i>Vol</i>	: Jumlah volume (jumlah hari, jumlah unit)
<i>SGD</i>	: Dollar Singapore (mata uang Singapore)
<i>Rp</i>	: Rupiah (mata uang Indonesia)
<i>Price @</i>	: Biaya per unit (SGD x Rp)
<i>Total</i>	: Total Biaya (QTY x Vol x biaya per unit)

Berdasarkan komponen diatas biaya yang diperhitungkan mengacu pada Irawati (2009:2) sehingga perhitungan harga jual diaplikasikan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Perhitungan Perjalanan Wisata ke Singapore**

*Costing Tour Group International By Plane FRES T&T*

*Name of group* : FIT

*Contact Cust*

*Contac person* : Mr. Edi

*Adress* : Cimahi

*No of Pax* : 08 Pax

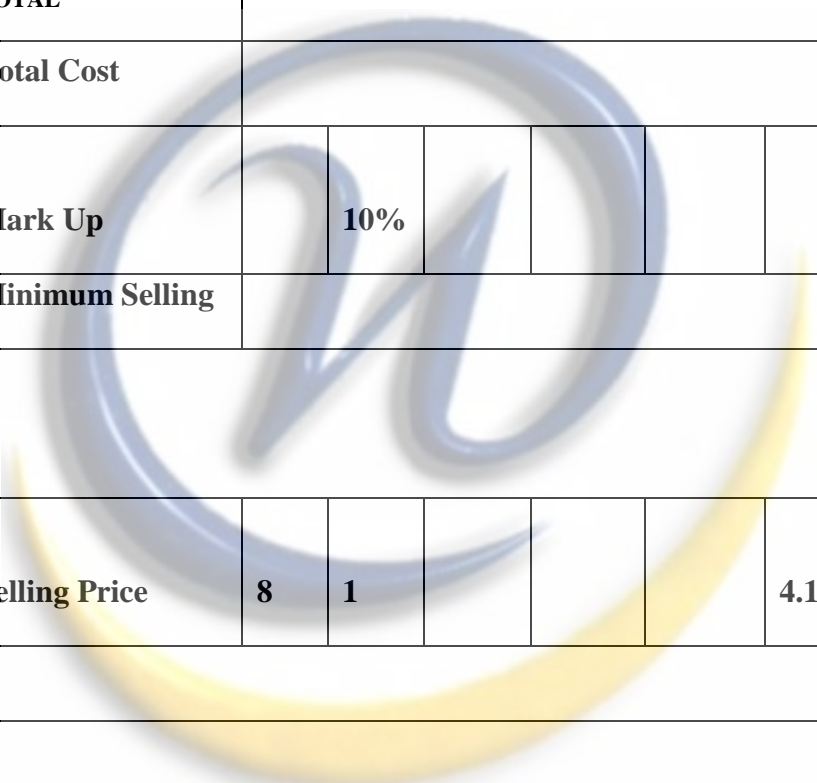
*Destinatio* : SIN + USS 3D2N

*CCTP* : Ms.Gina

*Date* : 04 - 06 April 2013

No	Subject	Qty	Day	SGD	RM	RP	price @RP	Total
	<b>BIAYA PRODUKSI</b> <b>JASA</b>							
1	Transportasi							
	Van USS + SOS	1	1	120	-	8.000	960.000	960.000
	Van Fullday SIN	1	2	220	-	8.000	1.760.000	3.520.000



<b>TOTAL</b>								<b>30.320.000</b>
<b>BIAYA NON PRODUKSI JASA</b>								
<b>Emsio</b>	8	1					5.000	40.000
<b>TOTAL</b>								<b>40.000</b>
<b>Total Cost</b>								<b>30.360.000</b>
<b>Mark Up</b>		10%						<b>3.036.000</b>
<b>Minimum Selling</b>								<b>33.396.000</b>
								
<b>Selling Price</b>	<b>8</b>	<b>1</b>					<b>4.175.000</b>	<b>33.400.000</b>
<b>Net Profit</b>								<b>3.040.000</b>

Berikut adalah penjelasan dari perhitungan tabel diatas:

$$\begin{aligned}
 \text{Total Cost (TC)} &= \text{Total Biaya Produksi Jasa} + \text{Total Biaya Non Produksi Jasa} \\
 &= 30.320.000 + 40.000 \\
 &= 30.360.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up (laba)} &= \text{Total cost (TC)} \times \text{persentase markup} \\
 &= 30.360.000 \times 10\% \\
 &= 3.036.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Minimum selling} &= \text{Total cost} + \text{markup (laba)} \\
 &= 30.360.000 + 3.036.000 \\
 &= 33.396.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Selling price (HJ)} &= \text{Minimum selling} : \text{Quantity} \\
 &= 33.396.000 : 8 \\
 &= 4.174.500 \rightarrow 4.175.000 \text{ (dibulatkan) sehingga harga jual} \\
 &= 8 \times 175.000 \\
 &= 33.400.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Net Profit} &= \text{HJ} - \text{TC} \\
 &= 33.400.000 - 30.360.000 \\
 &= 3.040.000
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka total harga jual jasa untuk 8 orang adalah Rp33.400.000 Maka, harga jual jasa per orang Rp. 4.175.000

Harga Sudah Termasuk :

- Ticket pesawat Airasia BDO-SIN-BDO by Airasia
- Akomodasi 2 malam di *Hotel Fragrance Selegie* \*3 (*Based On Twin/Triple share* )
- Transportasi Van selama tour



Tourist Class	770	510	420	380	450	385	340	305	280
3****	810	545	460	415	500	430	385	350	325
4*****	950	685	600	555	650	570	525	490	465

Hotel	KUALA LUMPUR (2 Night)
Tourist Class	Puteri Park Hotel
3 Star Hotel	Hotel Sentral Pudu
4 Star Hotel	Furama Hotel, Bukit Bintang

**Keterangan:**      Daftar Harga yang diambil  
FIT (Driver cum Guide) : perjalanan dipandu oleh driver tidak ada guide lokal  
GIT (With Guide) + 1 FOC Half Twin : menggunakan tambahan guide lokal

Dari data diatas maka rincian biaya yang akan diperhitungkan adalah sebagai berikut:

Biaya Produksi jasa :

- *Transportation*: Paket Kualalumpur : Rp 1.798.500/orang =545 ringgit

Tiket Pesawat : Rp. 1.150.000/orang

Biaya Non Produksi jasa :

- *Emsio* (biaya untuk menggunakan telepon,fax,listrik,dll) Rp. 5.000/orang

### **Penyelesaian:**

Sebelum membuat perhitungan berikut adalah keterangan untuk melengkapi tabel perhitungan:

*Subject* : Biaya yang diperhitungkan

*Quantity (QTY)* : Jumlah kuantitas

<i>Vol</i>	: Jumlah volume (jumlah hari, jumlah unit)
<i>RM</i>	: Ringgit Malaysia (mata uang Malaysia)
<i>RP</i>	: Rupiah (mata uang Indonesia)
<i>Price @</i>	: Biaya per unit (QTY x RP)
<i>Total</i>	: Total Biaya (QTY x biaya per unit)

Berdasarkan komponen diatas biaya yang diperhitungkan mengacu pada Irawati (2009:2) sehingga perhitungan harga jual diaplikasikan seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Perhitungan Perjalanan Wisata Kualalumpur-Malaysia**

*Costing Tour Group International By Plane FRES T&T*

*Name of group* : FIT

*ContactCust*

*Contperson*:Ms.Lingga

*Adress* :GBA

*No of Pax* : 05 Pax

*Destination* : KUL - Genting Highland 3D2N

*CCTP* : Ms.Gina

*Date* : 20 - 22 Maret 2013

No	Subject	Qty	Vol	SGD	RM	RP	price @RP	Total
	<b>BIAYA PRODUKSI JASA</b>							
1	Transportasi							
	Paket KUL	5	1		545	3.300	1.798.500	8.992.500
	TI-TO JKT		-					



Berikut adalah penjelasan dari perhitungan tabel diatas:

$$\begin{aligned}
 \text{Total Cost (TC)} &= \text{Total Biaya Produksi Jasa} + \text{Total Biaya Non Produksi Jasa} \\
 &= 14.742.500 + 25.000 \\
 &= 14.767.500 \\
 \\ 
 \text{Mark up (laba)} &= \text{Total cost (TC)} \times \text{persentase markup} \\
 &= 14.767.500 \times 10\% \\
 &= 1.476.750 \\
 \\ 
 \text{Minimum selling (HJ)} &= \text{Total cost} + \text{markup (laba)} \\
 &= 14.767.500 + 1.474.250 \\
 &= 16.244.250 \\
 \\ 
 \text{Selling price} &= \text{Minimum selling} : \text{Quantity} \\
 &= 16.244.250 : 5 \\
 &= 3.248.850 \rightarrow 3.250.000 \text{ (dibulatkan) sehingga harga jual} \\
 &= 5 \times 3.250.000 \\
 &= 16.250.000 \\
 \\ 
 \text{Net Profit} &= \text{HJ} - \text{TC} \\
 &= 16.250.000 - 14.767.500 \\
 &= 1.482.500
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka total harga jual jasa untuk 5 orang adalah adalah Rp. 16.250.000 Maka, harga jual jasa per orang Rp. 3.250.000

Harga Sudah Termasuk:

- Tiket Pesawat BDO – KUL – BDO PP By Airasia
- Transportasi Van selama *tour*
- 2 Malam akomodasi di Hotel Sentral Pudu \*3 Kuala Lumpur (*based on twin/triple share*)
- Makan sesuai program : 2x Makan Pagi, 2x Makan Siang, 2x Makan Malam
- *City tour KL & Genting Highland*
- *Driver as Guide*

#### 4.4 Ringkasan mekanisme perhitungan harga jual jasa

Setelah melakukan perhitungan harga jual jasa pada PT. *Fres Tour & Travel* dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perhitungannya, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antar paket harga jual jasa, dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Ringkasan mekanisme perhitungan harga jual jasa pada PT. *Fres Tour & Travel***

Keterangan	Domestik				Internasional	
	DUFAN				Singapore	Malaysia
Kategori Group	Pelajar		Umum			
Waktu	Weekday	Weekend	Weekday	Weekend		
Biaya yang dibebankan	1.Transport 2.Snack 3.Extra meals	1.Transport 2.Snack 3.Extra meals	1.Transport 2.Snack 3.Lunch	1. Transport 2. Snack 3. Lunch	1.Transport 2.Tiketpesawat 3.Hotel	1.Tiketpesawat 2.Paket Kualalumpur

	4.Tiket dufan 5.Foto dok 6.Spanduk 7.Fee TL 8.Tips driver 9.Tol parkir 10.Emsio	4.Tiket dufan 5.Foto dok 6.Spanduk 7.Fee TL 8.Tips driver 9.Tol parkir 10.Emsio	4.Extra meals 5. Tiket dufan 6. Foto dok 7. Spanduk 8. Fee TL 9. Tips driver 10. Tol parkir 11.Emsio	4. Extra meals 5. Tiket dufan 6. Foto dok 7. Spanduk 8. Fee TL 9. Tips driver 10. Tol parkir 11. Emsio	4.Lunch 5.Dinner 6.Tiket USS 7.Tiket SOS	
Service yang diperoleh	1.Bus pariwisata 2.Tiket TIJA 3.Tiket dufan 4.Free ODS/AWA 5.Snack 6.Free Lunch (Colombus) 7.Spanduk 8.Foto dok 9.Tour leader 10.Extrameals	1.Bus pariwisata 2.Tiket TIJA 3.Tiket dufan 4.Free ODS/AWA 5.Snack 6.Free Lunch (Colombus) 7.Spanduk 8.Foto dok 9.Tourleader 10.Extrameals	1.Bus pariwisata 2.Tiket TIJA 3.Tiket dufan 4.Free ODS/AWA 5.Snack 6 Lunch 7.Spanduk 8.Foto dok 9.Tour leader 10.Extrameals	1.Bus pariwisata 2.Tiket TIJA 3.Tiket dufan 4.Free ODS/AWA 5.Snack 6 Lunch 7.Spanduk 8.Foto dok 9.Tour leader 10.Extrameals	1.Transport 2.Tiketpesawat 3.Hotel 4.Breakfast 5.Lunch 6.Dinner 7.Tiket USS 8.Tiket SOS 9.Driver & Guide 10.Citytour	1.Tiketpesawat 2.Transport 3.Hotel 4.Breakfast 5.Lunch 6.Dinner 7.Citytour KL &Genting Highland 8.Driver & Guide
Mark up	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Harga jual	Lebih Murah	Lebih Mahal	Lebih Murah	Lebih Mahal	Lebih Mahal	Lebih Murah

**Keterangan:**

- adalah perbedaan biaya yang dibebankan antara paket pelajar & Umum
- adalah perbedaan biaya yang dibebankan antara paket Singapore & Malaysia
- adalah perbedaan service yang diperoleh antara paket pelajar & Umum
- adalah Perbedaan harga antar paket Weekday(pelajar/umum)& Weekend(pelajar/umum), juga antara Singapore & Malaysia.

Dari tabel tersebut dapat terlihat letak perbedaan dan persamaan dalam mekanisme perhitungan harga jual jasa, untuk lebih jelasnya berikut penjelasannya:

1. Untuk perjalanan wisata Domestik dengan tujuan Dufan dipengaruhi oleh kategori group yaitu pelajar dan umum/perusahaan, dan dipengaruhi juga oleh faktor waktu yaitu *weekday* dan *weekend*. Dari segi biaya yang dibebankan/diperhitungkan kategori umum dibebankan untuk biaya *lunch* sedangkan pelajar

tidak dibebankan. Dari segi service yang diperoleh khusus untuk pelajar mendapatkan *free lunch(Colombus)*. Sedangkan untuk umum/ perusahaan tidak mendapatkan *free lunch(Colombus)*. Dan untuk harga jualnya, kategori pelajar lebih murah dibandingkan dengan kategori umum/perusahaan.

2. Untuk perjalanan wisata Internasional tujuan Singapore dan Malaysia. Dari segi biaya yang dibebankan/diperhitungkan dengan tujuan Singapore rincian biaya diperhitungkan oleh pihak PT. *Fres Tours & Travel*, sedangkan untuk Malaysia perusahaan langsung mengambil paket khusus agen travel yang diberikan oleh agen yang ada di Malaysia. Dari segi service yang diperoleh tidak ada perbedaan khusus antara tujuan Singapore dan Malaysia. Sedangkan dari segi harga jualnya, tujuan Singapore lebih mahal dari pada tujuan Malaysia.

3. Untuk persentase *mark up* yang ditetapkan PT. *Fres Tours & Travel* tidak ada perbedaan, persentase *mark up* yang ditetapkan PT. *Fres Tours & Travel* yaitu sebesar 10% untuk semua paket perjalanan wisata.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. *Fres Tours & Travel*, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal diantaranya adalah:

1. Dalam perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata, PT. *Fres Tours & Travel* memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi perhitungan harga. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Pasar

Dalam menentukan harga jual, PT. *Fres Tours & Travel* memperhitungkan sesuai dengan segmen pasar. PT *Fres Tours & Travel* juga menentukan harga sesuai dengan *budget* (anggaran) dari konsumen yang akan melakukan perjalanan wisata.

2. Biaya

Macam-macam biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk jasa yang akan di jual kepada konsumen adalah Biaya transportasi, Biaya akomodasi penginapan, Biaya konsumsi (*meals*), Biaya tiket masuk objek wisata (*entrance fee*), Biaya hiburan (*entertainment*) dan Biaya lain-lain.

2. Perhitungan harga jual jasa yang dilakukan oleh PT *Fres Tours & Travel* yaitu dengan memakai metode *mark-up* (*mark-up pricing method*). Total harga beli

ditambahkan dengan *mark-up* yang telah ditentukan oleh PT. *Fres Tours & Travel*, sehingga akan diperoleh total harga jual. Harga jual per unit diperoleh dari total harga jual dibagi dengan jumlah konsumen yang akan mengikuti perjalanan wisata. Perhitungan ini, sesuai dengan faktor yang mempengaruhi perhitungan harga jual tersebut. Berikut adalah kesimpulan dari hasil perhitungan harga jual jasa PT. *Fres Tours & Travel*:

1. Untuk perjalanan wisata Domestik dengan tujuan Dufan dipengaruhi oleh kategori group yaitu pelajar dan umum/perusahaan, dan dipengaruhi juga oleh faktor waktu yaitu *weekday* dan *weekend*. Dari segi biaya yang dibebankan/diperhitungkan kategori umum dibebankan untuk biaya *lunch* sedangkan pelajar tidak dibebankan. Dari segi service yang diperoleh khusus untuk pelajar mendapatkan *free lunch(Colombus)*. Sedangkan untuk umum/ perusahaan tidak mendapatkan *free lunch(Colombus)*. Dan untuk harga jualnya, kategori pelajar lebih murah dibandingkan dengan kategori umum/perusahaan.
2. Untuk perjalanan wisata Internasional tujuan Singapore dan Malaysia. Dari segi biaya yang dibebankan/diperhitungkan dengan tujuan Singapore rincian biaya diperhitungkan oleh pihak PT. *Fres Tours & Travel*, sedangkan untuk Malaysia perusahaan langsung mengambil paket khusus agen travel yang diberikan oleh agen yang ada di Malaysia. Dari segi service yang diperoleh tidak ada perbedaan khusus antara tujuan Singapore dan Malaysia. Sedangkan dari segi harga jualnya, tujuan Singapore lebih mahal dari pada tujuan Malaysia.

3. Untuk persentase *mark up* yang ditetapkan PT. *Fres Tours & Travel* tidak ada perbedaan, persentase *mark up* yang ditetapkan PT. *Fres Tours & Travel* yaitu sebesar 10% untuk semua paket perjalanan wisata.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran dari penulis untuk dijadikan bahan masukan yang semoga berguna dan bermanfaat bagi PT. *Fres Tours & Travel* Bandung, yaitu :

1. Dalam faktor biaya-biaya yang mempengaruhi perhitungan harga jual jasa, penulis menyarankan PT. *Fres Tours & Travel* untuk menambahkan juga biaya asuransi di dalam perhitungannya, selain fasilitas selama *tour* yang diutamakan, perusahaan juga harus memikirkan keselamatan konsumen selama *tour*, agar konsumen merasa lebih aman, nyaman dan terjamin keselamatannya sehingga PT. *Fres Tours & Travel* dapat memiliki nilai lebih dari konsumen.
2. Dalam melakukan proses akuntansi khususnya perhitungan harga jual jasa sebaiknya perusahaan menggunakan *software* khusus, karena *software* tersebut dapat membantu menghindari kesalahan yang mungkin saja terjadi pada saat melakukan perhitungan harga jual seperti kesalahan perhitungan biaya, pengalokasian biaya, pengolahan data, dan penyalahgunaan data. Maka dari itu penggunaan *software* dapat lebih membantu dalam proses perhitungan harga jual jasa agar lebih efektif dan efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bastian, Bustami dan Nurlela, 2009, *Akuntansi Biaya*, Edisi Pertama, Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Hansen dan Mowen, 2009, *Manajemen Biaya*, Buku Satu. Jakarta : Salembat Empat
- Herry, Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit : Linda Karya Bandung.
- Irawati,S, 2009, *Akuntansi Biaya*, Bandung : Penerbit Pustaka
- Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta : Indeks.
- Mulyadi, 2009, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mulyadi, 2009, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 5, Yogyakarta : Salemba Empat.
- Philip, Kotler, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Ririn, Tri Ratnasari, dan Mastuti.H.Aksa, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tony, Wijaya, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta : Indeks

## SUMBER INTERNET

- Berita Resmi Statistik, 2013, *Perkembangan Pariwisata*, Diakses dari :  
[http://www.bps.go.id/brs\\_file/pariwisata\\_01apr13.pdf](http://www.bps.go.id/brs_file/pariwisata_01apr13.pdf) [15/5/2013]