

**PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT  
*LOW SEASON* DENGAN METODE ANALISIS TITIK  
IMPAS DI ASTON HOTEL TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**YUNIANTY CORNELIA CHRISTINE SANDY**

**NIM : 16622074**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2021**

**PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT  
*LOW SEASON* DENGAN METODE ANALISIS TITIK  
IMPAS DI ASTON HOTEL TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

OLEH

**YUNIANTY CORNELIA CHRISTINE SANDY**

**NIM : 16622074**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2021**

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI  
**PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT  
LOW SEASON DENGAN METODE ANALISIS TITIK  
IMPAS DI ASTON HOTEL TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada:

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh

NAMA : Yunianty Cornelia Christine Sandy  
NIM : 16622074


Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Rachmad Chartady, S.E., M.Ak.  
NIDN.1021039101 / Asisten Ahli

Pembimbing Kedua,



Marlina Lidya, S.Pd., M.Pd.  
NIDN. 1024037602 / Asisten Ahli

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



  
Hendy Satria, S.E., M.Ak.  
NIDN.1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul:

**PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT  
LOW SEASON DENGAN METODE ANALISIS TITIK  
IMPAS DI ASTON HOTEL TANJUNGPINANG**


Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : Yunianty Cornelia Christine Sandy  
NIM : 16622074

Telah Dipertahankan Di Depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh  
Bulan Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu Dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua

  
**Rachmad Chartady, S.E., M.Ak.**  
NIDN. 1021039101 / Asisten Ahli

Sekretaris



  
**Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA**  
NIDN. 1020037101 / Lektor

Anggota

  
**Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA**  
NIDN. 1004117701 / Lektor

Tanjungpinang, 20 Januari 2021  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang,

Ketua,

  
  
**Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA**  
NIDN.1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Yunianty Cornelia Christine Sandy  
Nim : 16622074  
Tahun Angkatan : 2016  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,13  
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata I  
Judul Skripsi : Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel Pada Saat *Low Season* dengan Metode Analisis Titik Impas di Hotel Aston Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 20 Januari 2021



**Yunianty Cornelia Christine Sandy**  
NIM. 16622074

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah vecy dan Ibu yuneryati yg selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada saya.*

*Saya ingin melakukan yg terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan dan membanggakan kedua org tua saya, serta abang saya (Rinaldy) dan adek saya (Richard dan Mutiara) yang saya sayangi.*

# HALAMAN MOTTO

Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal..

(Bill Gates)

Pendidikan dan pengajaran di dalam Republik Indonesia harus berdasarkan kebudayaan dan kemasyarakatan bangsa Indonesia, menuju ke arah kebahagiaan batin serta keselamatan hidup lahir.

(Ki Hadjar Dewantara)

Life is like riding a bicycle to keep your balance, you must keep moving

(Albert Einstein)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, inayah dan karunia yang telah diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel Pada Saat *Low Season* dengan Metode Analisis Titik Impas di Hotel Aston Tanjungpinang**”.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.

Dalam penulisan penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan do'a dan moril, serta motivasi yang kuat dari berbagai pihak yang telah banyak membantu. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dosen Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga diberi kelancaran dalam menulis penyusunan skripsi ini sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak.,CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak, CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia.S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.



4. Bapak Ir. Imran Ilyas., MM, selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak. selaku Ketua Program Studi S1 Prodi Akuntansi Sekolah Tinggi Tinggi IlmuEkonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Rachmad Chartady, S.E., M.Ak. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Marina Lidya, S.Pd., M.pd selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan. Khususnya Dosen Program Studi Akuntansi yang telah mendidik penulis selama penulis menuntut ilmu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
9. Untuk *General Manager* Aston Tanjungpinang Hotel & Conference Center Bapak Susiadi terimakasih telah memberikan saya izin untuk meneliti di perusahaan ini.
10. Untuk sahabat baik ku Tari, Okta, Jery, Andi, Ningsih dan Dinda terima kasih banyak atas dukungannya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Untuk teman-teman Akuntansi malam 2 terima kasih sudah memberikan dukungan dan semangat selama proses pembelajaran mulai dari semester awal hingga penulisan skripsi ini.

12. Patner kerja yang selalu mendukung dan juga memberikan motivasi selama penulisan ini, terima kasih Resti, Indri, Herman dan Fajar

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman penulis. Kritik dan saran pun yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dikemudian hari

Akhir kata penulis mengharapkan semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak yang membacanya.

Tanjungpinang, 20 Januari 2021

Penulis

**Yunianty Cornelia Christine Sandy**

NIM. 16622074

## DAFTAR ISI

Hal

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Kegunaan Ilmiah.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Teori .....	13
2.1.1 Akuntansi.....	13
2.1.2 Akuntansi Biaya .....	19
2.1.3 Biaya .....	20
2.1.4 Harga Pokok Produksi.....	23
2.1.5 Titik Impas ( <i>Break Even Point</i> ) .....	24

2.1.6 Harga.....	27
2.1.7 Jasa Perhotelan.....	36
2.2 Kerangka Pemikiran .....	48
2.3 Penelitian Terdahulu .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	53
3.2 Jenis Data .....	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	56
3.5 Teknik Analisis Data.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	59
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	59
4.1.2 Karakteristik Informan .....	71
4.1.3 Hasil Analisis Data.....	73
4.1.3.1 Penentuan Tarif Sewa Kamar yang di Tetapkan oleh Aston Tanjungpinang <i>Hotel &amp; Conference</i> <i>Center</i> Pada Saat <i>Low Season</i> .....	73
4.1.3.2 Penentuan Tarif Sewa Kamar dengan Menggunakan Metode Titik Impas .....	79
4.2 Pembahasan .....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b><i>CURICULUM VITAE</i></b>	

## DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung ke Provinsi Kepulauan Riau Periode Juni 2018 dan Mei-Juni 2019.....	3
1.2	Daftar Tarif Sewa Kamar Aston Tanjungpinang.....	7
3.1	Daftar Sampel Penelitian .....	56
3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	56
4.1	Jumlah Kamar di Aston Tanjungpinang <i>Hotel &amp; Conference Center</i> .....	66
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	72
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Masa Kerja.....	72
4.5	Marketing <i>Objective</i> Aston Tanjungpinang <i>Hotel &amp; Conference Center</i> Periode Buku Bulan Juli 2020 .....	73
4.6	Hasil Wawancara Kepada Informan Mengenai Penentuan Tarif Sewa Kamar Pada Saat <i>Low Season</i> .....	73
4.7	Penentuan Tarif Sewa Kamar Pada Saat <i>Low Season</i> Aston Tanjungpinang <i>Hotel &amp; Conference Center</i> .....	78
4.8	Perhitungan Harga Jual Masing-Masing Kamar Dengan Menggunakan Metode Titik Impas.....	83
4.9	Variabel <i>Cost</i> Pada Setiap Tipe Kamar di Hotel Aston Tanjungpinang ....	84
4.10	Perhitungan Harga Jual Masing-masing Tipe Kamar.....	85
4.11	Analisis Total Harga Jual Aston Tanjungpinang <i>Hotel &amp; Conference Center</i> Pada Saat <i>Low Season</i> Periode Juli 2020.....	85
4.12	Perbandingan Tarif Harga Normal dengan Perbandingan Tarif dengan Menggunakan Metode Titik Impas pada Saat <i>Low Season</i> .....	87
4.13	Perbandingan Penetapan Tarif <i>Low Season</i> yang sudah Ditetapkan Manajemen Hotel dengan Perbandingan Tarif dengan Menggunakan Metode Titik Impas pada <i>Saat Low Season</i> .....	87
4.14	Penentuan Tarif Kamar Hotel Berdasarkan <i>Guidline</i> dari <i>Coorporate Office</i> .....	91

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>No.</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
2.1	Kerangka Pemikiran.....	49
4.1	Struktur Organisasi .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **No. Judul Lampiran**

1. Pedoman Wawancara
2. Hasil Wawancara Nara Sumber
3. Data Pendukung dan Dokumentasi
4. Surat Keterangan Objek Penelitian
5. Plagiarisme

## ABSTRAK

### **PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT *LOW SEASON* DENGAN METODE ANALISIS TITIK IMPAS DI HOTEL ASTON TANJUNGPINANG**

Yunianty Cornelia Christine Sandy. 16622074. Akuntansi. STIE Pembangunan  
Tanjungpinang. Email: christinsndy@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa tarif sewa kamar di Aston Hotel Tanjungpinang pada saat *low season* ditahun 2020 menggunakan metode analisis titik impas agar perusahaan dapat meningkatkan tingkat hunian kamar pada saat *low season* dan tidak mengalami kerugian bisnis, peneliti menentukan subjek penelitian dimana nara sumber yang dipilih memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data, adapun teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data sekunder dan data primer, sedangkan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi pustaka.

Titik impas (*break even point*) adalah keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Untuk mencapai analisis titik impas atau *break event point* seharusnya minimum *occupancy* mencapai 81,93% perbulan, namun berdasarkan data yang peneliti peroleh selama periode bulan Juli 2020 pihak Hotel Aston Tanjungpinang hanya memperoleh *occupancy* atau tingkat hunian kamar hanya sebesar 23,44% kemudian bedasarkan hasil perhitungan analisis titik impas atau *break event point* tarif sewa harga kamar dengan tipe *studio* sebesar Rp. 403.966,- kemudian untuk tipe *superior room* sebesar Rp. 449.179,-, tipe *deluxe room* sebesar Rp. 463.694,-, tipe *premier deluxe room* sebesar Rp. 566.727,- sedangkan untuk *kamar junior suite* sebesar Rp. 566,727,- dan *president suite* sebesar Rp. 750.087,-

Kata Kunci : harga kamar, tingkat hunian kamar yang rendah, titik impas

Dosen Pembimbing : 1. Rachmad Chartady, S.E., M. Ak  
2. Marina Lidya, S.Pd, M.pd



## **ABSTRACT**

### ***DETERMINING HOTEL ROOM RENTAL RATE AT THE LOW SEASON WITH THE IMPAS POINT ANALYSIS METHOD AT HOTEL ASTON TANJUNGPINANG***

Yunianty Cornelia Christine Sandy. 16622074. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang. Email: christinsndy@gmail.com

*This study aims to determine how much room rental rates at Aston Hotel Tanjungpinang during the low season in 2020 using the break-even point analysis method so that the company can increase the room occupancy rate during the low season and not experience business losses, the researcher determines the research subject where the selected resource persons are. have competence and in accordance with data needs, while the sampling technique used is purposive sampling.*

*This research is a qualitative research, the types of data used in this study are secondary data and primary data, while the data collection techniques are obtained through observation, interviews and literature study.*

*Break even point is a condition which indicates that the amount of revenue received by the company (total revenue) is equal to the amount of costs incurred by the company.*

*To achieve a break-even point analysis, the minimum occupancy should reach 81.93% per month, but based on the data that researchers obtained during the period of July 2020, Hotel Aston Tanjungpinang only obtained occupancy or room occupancy rate of only 23.44% then based on the results calculation of the break-even point analysis or break event point rental rates for room rates with studio type of Rp. 403,966, - then for the superior room type of Rp. 449,179, -, deluxe room type of Rp. 463,694-, the premier deluxe room type is Rp. 566,727, - while the junior suite is Rp. 566,727, - and the president suite of Rp. 750,087, -*

*Keywords : room rate, low season, break event point*

*Lecturer : 1. Rachmad Chartady, S.E., M. Ak  
2. Marina Lidya, S.Pd, M.pd*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri pariwisata yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah industri perhotelan. Adanya penambahan jumlah hotel di Indonesia menandakan bahwa lingkungan bisnis perhotelan semakin kompetitif. Keberhasilan untuk berhasil dalam persaingan yang semakin ketat, hotel dituntut untuk terus meningkatkan *quality*, *service* dan *price*. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan dituntut untuk terus bisa menjalankan perusahaannya agar menjadi efisien dan kompetitif.

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Dalam strategi ini yang baik untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta menutupi lemahnya hambatan dan mengatasi hambatan yang ada dalam dunia bisnis. Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya, manajemen perusahaan sangat memerlukan informasi yang disajikan sesuai kebutuhan yang diperlukan.

Akuntansi merupakan salah satu cara dalam menghasilkan informasi tentang keuangan yang digunakan oleh manajemen sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Akuntansi adalah kegiatan mengidentifikasi, memproses, menghimpun dan mengkomunikasikan informasi ekonomi khususnya keuangan organisasi suatu bisnis. Pariwisata merupakan hal yang dilakukan untuk liburan atau rekreasi dengan perjalanan 50 (lima puluh) km atau 50 (lima puluh) mil.

dari titik tempat kediaman. Hal seperti ini sering sekali bahkan setiap orang berpikir harus melakukan hal ini untuk rekreasi serta mendapatkan pencerahan dan penyegaran atas kegiatan-kegiatan yang telah dilakukannya yang sudah terlalu lelah sebelumnya di berbagai agenda setiap harinya.

Dalam hal ini, dalam memenuhi kebutuhannya, industri yang bergerak di bidang pariwisata telah menyiapkan beberapa wahana wisata dengan fasilitas, infrastruktur dan pelayanannya. Seperti yang kita tau industri di bidang pariwisata ini semakin hari semakin berkembang di mana terlihat dengan kedatangan dan munculnya berbagai akomodasi, *questhouse*, *resort*, *homestay*, penginapan, hotel berbintang, dll. Berhubungan dengan hal ini, maka harusnya dalam industri di bidang pariwisata ini haruslah dikelola dengan baik dan sempurna agar dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan di bidang pariwisata. Dalam pengelolaan ini hal yang dapat dilakukan adalah dengan ilmu akuntansi sebagai proses pencatatan sebagai informasi untuk kelangsungan industri di bidang pariwisata tersebut.

Pariwisata di Kepulauan Riau merupakan salah satu sektor utama yang membantu kemajuan pertumbuhan ekonomi di [Kepulauan Riau, Indonesia](#). Kekayaan alam, seni dan budaya merupakan salah satu bidang penting dalam pariwisata di Kepulauan Riau. Provinsi Kepulauan Riau merupakan titik utama bagi kunjungan wisatawan mancanegara setelah Pulau Bali. Dengan jumlah wisatawan asing yang berkunjung mencapai 1,2 juta orang pada tahun 2018. Pada tabel 1.1 dipaparkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Kepulauan

Riau periode Juni 2018 dan Mei-Juni 2019 :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Provinsi Kepulauan Riau**  
**Juni 2018 dan Mei-Juni 2019**

Kota / Kabupaten	Pada Saat <i>High</i> <i>Season</i>	Pada Saat Terjadi Pandemi	Pada Saat New Normal
	Jan-Dec 2019	Jan-Juli 2020	Agustus 2020
Batam	1.947.943	302.042	305.390
Bintan	634.734	63.933	63.933
<b>Tanjung Pinang</b>	<b>169.364</b>	<b>18.246</b>	<b>18.546</b>
Karimun	112.753	21.531	21.536
<b>Jumlah</b>	<b>2.864.795</b>	<b>405.752</b>	<b>409.405</b>

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Kepulauan Riau (2019)

Berdasarkan tabel di atas kunjungan wisatawan ke Provinsi Kepulauan Riau khususnya Ibu Kota Provinsi Tanjungpinang pada masa sebelum terjadi pandemi covid-19 jumlah wisatawan yang masuk dari pintu masuk Tanjungpinang sebanyak 169.364 wisatawan kemudian pada saat terjadi pandemi covid-19 mengalami penurunan yang cukup drastis dimana jumlah wisatawan yang masuk dari pintu masuk Tanjungpinang sebanyak 18.246 wisatawan dan pada saat era *new normal* jumlah wisatawan mengalami peningkatan walaupun tidak begitu signifikan sebanyak 18.546, hal ini bisa dilihat bahwa pada saat terjadinya pandemic covid-19 jumlah wisatawan baik mancanegara maupun domestic mengalami penurunan yang cukup drastic dibandingkan tahun 2019 hal ini sangat berdampak pada pariwisata yang ada di Kepulauan Riau khususnya Tanjungpinang.

Hotel adalah salah satu sarana yang diberikan untuk wisatawan menginap. Industri jasa perhotelan akan memberikan pelayanan yang baik agar wisatawan

betah dan terkesan selama berwisata. Pendapatan dari penyewaan kamar hotel merupakan pendapatan utama hotel. Oleh karena itu, selain lokasi, fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang memuaskan, hotel juga harus memperhitungkan tarif sewa kamar hotel. Tarif sewa kamar merupakan harga jual bagi hotel. Untuk menentukan tarif sewa kamar, hotel harus mempertimbangkan berbagai faktor, antara lain tingkatan kelas hotel, fasilitas yang diberikan, mutu pelayanan dan biaya-biaya dari pendapatan yang diperoleh, hotel akan menutup biaya-biaya. Hotel melakukan pertimbangan yang cukup cermat agar tarif yang ditetapkan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Banyaknya jumlah hotel maka timbul persoalan tersendiri bagi pihak manajemen hotel dalam melakukan kegiatan operasionalnya karena persaingan yang cukup tinggi. Bisnis perhotelan, seperti perusahaan yang lain, juga menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan ini menimbulkan tantangan bagi pihak manajemen hotel untuk mencari strategi dan keputusan bisnis yang tepat agar suatu hotel dapat bertahan dalam situasi persaingan dan tidak mengalami kerugian.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Kondisi tersebut mengakibatkan manajemen membutuhkan strategi dan kebijakan perusahaan yang dapat mempengaruhi kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Kebijakan-kebijakan itu tertuang dalam penetapan tarif. Harga merupakan unsur yang paling penting dalam pemasaran perusahaan. Tingkat harga atau tarif kamar hotel juga sangat bervariasi. Menurut data statistik, rata-rata tarif kamar

hotel yang yang fasilitasnya terbatas 45% di bawah hotel kelas satu (*first class* or *executive class*) berbeda dengan hotel yang fasilitasnya 45% di atas kelas satu. Tingkat tarif juga berbeda antara kawasan wisata lain. Perbedaan ini disebabkan oleh kondisi ekonomi setempat.

Jumlah hotel di Tanjungpinang dapat dibilang cukup banyak, dari hotel melati sampai hotel bintang lima. Dengan banyaknya wisatawan yang datang maka secara tidak langsung Tanjungpinang harus menyediakan sarana dan prasarana yang memberikan kemudahan bagi para wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya sehingga diharapkan dengan sarana dan prasarana yang disediakan, para wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan dengan jasa pariwisata yang diberikan.

Penentuan tarif merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena tarif yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba. Penetapan tarif yang tidak tepat dapat menimbulkan kesulitan dan kegagalan bagi perusahaan. Penentuan tarif pada saat *low season* pun dapat menimbulkan persaingan yang ketat diantara hotel-hotel sejenisnya. Untuk itu pihak manajemen harus mempertimbangkan supaya dengan tarif yang dibebankan pada saat *low season* supaya para wisatawan tidak beralih kehotel lain.

Analisis titik impas merupakan salah satu teknik yang sering digunakan oleh manajer untuk menyusun suatu perencanaan jangka pendek. Walaupun titik impas bukan sasaran kinerja yang diharapkan, namun titik impas ini dapat mengindikasikan tingkat penjualan agar perusahaan terhindar dari kerugian. Titik impas menunjukkan suatu sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih

oleh perusahaan.

Aston merupakan jaringan Hotel Internasional yang dalam periode dua tahun belakangan ini semakin dikenal. Aston dinilai semakin ekspansif dan agresif. karena peluang bisnis di bidang perhotelan *resort* dan apartemen di Negara Indonesia ini masih terbuka lebar.

Dilansir dari website resmi [astoninternational.com](http://astoninternational.com), aston juga merupakan perusahaan *hospitality management*, yang diantaranya mengelola hotel, *resort*, apartemen dan vila, mulai dari bintang 2, 3, 4 dan 5 di wilayah Asia Pasifik. pusat manajemen aston international terletak di kepulauan Hawaii, Amerika Serikat. Dari sisi sejarah, Hotel Aston pertama kali berdiri pada tahun 1948 di Waikiki, kepulauan Hawaii yang didirikan oleh pasangan suami-istri Annalie dan Tati Tatibouet dan kemudian dilanjutkan oleh putra mereka yang bernama Andre. Pada tahun 1980-1990 Aston berkembang menjadi perusahaan manajemen properti dan hotel yang paling maju di wilayah kepulauan Hawaii dan pada tahun 1997 perusahaan ini berhasil *go public* sebagai *Resort Quest International* yang kemudian menjadi perusahaan manajemen villa, *resort*, kondominium terbesar di Amerika .

Akibat kesuksesan tersebut, Presiden Aston Hawaii yang waktu itu dijabat oleh Charles Brookfield melihat kemungkinan melakukan ekspansi ke Negara Indonesia yang memiliki ribuan pulau. Karena melihat potensi pasar Indonesia dan pasar Asia Tenggara yang sangat bagus pada tahun 2000, Charles memutuskan untuk memindahkan kantor pusat Aston ke Jakarta dan membuka

cabang di Indonesia yang salah satunya adalah di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. Hotel Aston Tanjungpinang merupakan satu hotel bintang 4 di Tanjungpinang yang berada di bawah naungan *Archipelago International*. Hotel ini mempunyai standar hotel internasional terbaik dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan bisnis dan *conference organizers* dengan beragam jenis fasilitas.

Hotel ini memiliki 162 kamar mewah yaitu satu *Presidential Suite*, tiga *Junior Suites*, *Premiere Deluxe*, *Deluxe*, *Superior* dan *Studio* tersebar di gedung hotel berlantai 3 ini. Aston Tanjung Pinang memiliki beragam fasilitas baik kebutuhan bisnis maupun untuk sekedar bersantai seperti *Verbena Cafe & Bar*, *Poolside Bar & Pizza Corner*, pusat kebugaran, 74 saluran televisi di tiap kamar, *KTV*, *lobby lounge*, pijat/refleksi, berbagai jenis toko, *concierge*, dan *city tour*.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Tarif Sewa Kamar Di Aston Tanjungpinang Tahun 2020**

<i>Studio</i>	Rp. 1.200.000,-
<i>Superior</i>	Rp. 1.320.000,-
<i>Deluxe</i>	Rp. 1.450.000,-
<i>Premiere</i>	Rp. 1.550.000,-
<i>Junior Suite</i>	Rp. 2.200.000,-
<i>Presidential Suite</i>	Rp. 4.000.000,-

Sumber: Hotel Aston Tanjungpinang (2020)

Visi dan misi Aston Hotel Tanjungpinang adalah menjadi hotel pilihan yang ramah bagi tamu-tamu yang ingin mendapatkan waktu bersantai dengan kualitas dan lingkungan yang ramah. Hotel Aston memiliki komitmen untuk



menyediakan tempat menginap yang tenang dan tidur yang nyaman bagi tamu-tamu. Ditambah dengan staf yang profesional dan pelayanan berkelas internasional, serta berada di lokasi-lokasi strategis menjadikan hotel Aston merupakan pilihan yang nyaman.

Hotel Aston Tanjungpinang terletak 7 menit dari Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah dan juga memiliki akses mudah ke kantor-kantor pemerintah, pusat kegiatan bisnis serta tempat-tempat wisata lainnya. Dengan munculnya wabah virus *corona* sangat berpengaruh besar di bidang pariwisata, termasuk di Indonesia. Apalagi sejak pemerintah mengumumkan untuk pertama kalinya ada Warga Negara Indonesia (WNI) yang terpapar virus *corona* atau *Covid-19* pada 2 Maret 2020. Bukan hanya wisatawan mancanegara yang semakin berkurang tetapi wisatawan lokal pun ikut membatasi perjalanan karena khawatir terkena virus *corona* dan hingga saat ini Pemerintah Indonesia menetapkan perpanjangan status keadaan tertentu darurat bencana wabah penyakit akibat virus *corona* di Indonesia meminta *stakeholders* meliburkan karyawannya untuk mengisolasi diri sendiri di rumah hingga waktu yang belum di tentukan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Dinas Ketenagakerjaan Koperasi dan Usaha Mikro Kota Tanjungpinang, Hotel Aston Tanjungpinang merupakan salah satu dari 21 hotel di daerah setempat yang telah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan merumahkan karyawan akibat terdampak dari pandemi virus *corona* atau *COVID-19* sehingga pihak perusahaan merumahkan 60 karyawan dan PHK 18 Karyawan. Oleh karena itu, pihak hotel harus melakukan pertimbangan yang cukup cermat agar dalam situasi *low season* ini

jangan sampai tarif yang berlaku di hotel mengakibatkan tingkat hunian kamar hotel cenderung menurun yang pada akhirnya akan berdampak pada penurunan pendapatan dari penjualan kamar dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR HOTEL PADA SAAT *LOW SEASON* DENGAN METODE ANALISIS TITIK IMPAS DI ASTON HOTEL TANJUNGPINANG”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan penentuan tarif sewa kamar hotel, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu berapa tarif kamar sesuai dengan tipe kamar hotel pada saat *low season* yang dihitung dengan menggunakan metode titik impas atau *break event point* ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi penelitian dengan berfokus membahas penentuan tarif kamar dengan metode titik impas dengan tujuan di mana memberikan informasi tentang seberapa jauh realisasi penjualan kamar dapat turun dari rencana penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian bahkan kebangkrutan pada saat *low season*. Adapun data yang peneliti ambil pada masa pandemi covid-19 yakni periode bulan Juli.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa tarif sewa kamar di Aston Hotel Tanjungpinang pada saat *low season* ditahun 2020 menggunakan metode analisis titik impas agar perusahaan dapat meningkatkan tingkat hunian kamar pada saat *low season* dan tidak mengalami kerugian bisnis.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Ilmiah**

Dari penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kegunaan ilmiah dengan menjadi sasaran implementasi ilmu pengetahuan, menambah referensi bagi penelitian selanjutnya dan menjadi sumbangan pemikiran baru untuk peneliti yang ingin meneliti lebih dalam pada sektor pariwisata.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis yang akan diperoleh pembaca yaitu mahasiswa/pembaca, pihak perusahaan maupun masyarakat/pihak lain.

#### **1. Bagi Mahasiswa/Pembaca**

Untuk menambah wawasan serta pengetahuan yang berhubungan dengan perhitungan biaya dan dapat menambah pengetahuan Serta pengalaman dalam menerapkan teori yang didapat selama perkuliahan.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dimaksudkan dapat menjadi masukan dan sebagai

bahan pertimbangan dalam penentuan tarif kamar hotel sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba yang diharapkan.

### 3. Bagi Masyarakat/Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan menambah wawasan pembaca mengenai akuntansi pariwisata.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dalam penulisan usulan penelitian ini yakni :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN TEORI**

Bab ini menjelaskan mengenai teori dasar yang berhubungan dengan judul Penelitian yang diambil, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Tentang metode penelitian yang akan menguraikan tentang lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta metode analisa data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil

penelitian, penyajian data dan juga pembahasan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil akhir penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Akuntansi**

###### **1. Pengertian Akuntansi**

Akuntansi pada dasarnya berhubungan dengan informasi keuangan secara kuantitatif yang berguna untuk mengambil keputusan. Semakin profesional akuntan dalam proses pembuatan laporan keuangan atau siklus akuntansinya, maka akan semakin baik juga keputusan yang akan diambil oleh pihak manajemen untuk kelangsungan hidup perusahaan. Akuntansi menyediakan cara-cara untuk mengumpulkan dan melaporkan data ekonomis kepada bermacam-macam pihak yang membutuhkan. Pemilik dan calon pemilik dapat mengetahui bagaimana posisi keuangan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Pihak bank atau pemberi kredit dapat menilai kemampuan perusahaan dalam beroperasi yang pada gilirannya mempertimbangkan risiko yang mungkin akan terjadi sebelum pinjaman.

Harahap (2011) akuntansi merupakan suatu proses, pengelompokan dan pengikhtisaran kegiatan-kegiatan ekonomi dalam bentuk yang teratur dan logis dengan tujuan menyajikan informasi keuangan yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.

Effendi (2013) akuntansi merupakan proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan, penggolongan dan pengikhtisaran serta pelaporan

informasi keuangan dalam ukuran moneter (uang) pada suatu perusahaan atau organisasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka pengambilan keputusan.

Sedangkan Belkaoui dan Ahmed Riahi (2011) akuntansi adalah proses pengidentifikasian, pengukuran dan pengomunikasian informasi ekonomi sehingga memungkinkan adanya perimbangan dan pengambilan keputusan. Mulyadi (2010) akuntansi difungsikan sebagai alat mencatat dan menyajikan laporan keuangan untuk mempermudah manajemen dalam mengelola perusahaan.

Martani (2012) akuntansi adalah suatu proses mencatat, meringkas, mengklarifikasikan, mengolah dan menyajikan data serta berbagai aktifitas yang terkait dengan laporan keuangan. Sedangkan Effendi (2013) suatu proses pengidentifikasi, mengukur serta menyampaikan informasi ekonomi sebagai bahan informasi untuk mempertimbangkan berbagai alternatif didalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas mengenai pengertian akuntansi maka dapat disimpulkan akuntansi adalah satu proses mencatat, mengklasifikasi, meringkas, mengolah data dan menyajikan data keuangan sehingga mempermudah dalam proses pengambilan keputusan.

## **2. Karakteristik Akuntansi**

Martani (2012) akuntansi memiliki karakteristik yang terdiri dari 4 hal penting adalah sebagai berikut:

### **1. *Input* (masukan) akuntansi**

Adalah transaksi yaitu peristiwa bisnis bersifat keuangan. Suatu transaksi

dapat dicatat dan dibukukan ketika ada bukti yang menyertai. Tanpa ada bukti otentik, maka suatu transaksi tidak dapat dicatat dan dibukukan oleh akuntansi.

## 2. Proses

Merupakan serangkaian kegiatan untuk merangkum transaksi menjadi laporan. Kegiatan itu terdiri dari proses identifikasi apakah kejadian merupakan transaksi, pencatatan transaksi, penggolongan transaksi dan pengiktisaran transaksi menjadi laporan keuangan. Kejadian dalam suatu entitas harus diidentifikasi apakah merupakan transaksi atau bukan. Jika kejadian tersebut transaksi, maka perlu diidentifikasi pengaruh transaksi tersebut terhadap posisi keuangan. Setelah diidentifikasi, transaksi tersebut dicatat dalam jurnal. Jurnal adalah suatu pernyataan yang menunjukkan akun apa yang didebit dan dikredit serta jumlahnya. Dalam era teknologi komputer dan informasi, proses penjurnalan tidak dilakukan secara manual namun diintegritaskan dalam proses bisnis sehingga dapat dilakukan dengan komputer. Transaksi setelah dijurnal kemudian digolongkan sesuai dengan jenis akun, dalam akuntansi proses ini disebut sebagai *posting*. Dengan proses ini saldo akun akan mencerminkan kondisi keuangan terkini.

## 3. *Output* (keluaran) akuntansi

Adalah informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan yang dihasilkan dari proses akuntansi menurut standar akuntansi keuangan adalah laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi



komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan. Kelima laporan tersebut pada saat disusun, disajikan dan pengungkapannya harus sesuai dengan standar akuntansi yang digunakan.

#### 4. Penggunaan Informasi Keuangan

Adalah pihak yang memakai laporan keuangan untuk mengambil keputusan. Pengguna informasi akuntansi terdiri dari dua pihak yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Pengguna informasi dari pihak internal biasanya berada dalam entitas (manajemen dan karyawan) sedangkan pengguna eksternal adalah pelanggan, kreditur, pemasok dan badan pemerintahan.

### 3. Tujuan Akuntansi

Suatu perusahaan membuat sistem akuntansi yang berguna untuk pihak internal maupun eksternal perusahaan. Tujuan umum dari pengembangan sesuai dengan sistem akuntansi (Mulyadi, 2010) yakni:

1. Untuk menyediakan informasi bagi pengelolaan kegiatan usaha baru. Kebutuhan pengembangan sistem akuntansi terjadi jika perusahaan baru didirikan atau suatu perusahaan menciptakan usaha baru yang berbeda dengan usaha dijalankan selama ini
2. Untuk memperbaiki informasi yang dihasilkan oleh sistem yang sudah ada. Adakalanya sistem akuntansi yang berlaku tidak dapat memenuhi kebutuhan manajemen, baik dalam hal mutu, ketepatan penyajian, maupun struktur informasi yang terdapat dalam laporan. Hal ini kemungkinan

disebabkan oleh perkembangan usaha perusahaan, sehingga menuntut sistem akuntansi untuk penyajiannya dengan struktur informasi yang lebih baik dan tepat penyajiannya dengan struktur informasi yang sesuai

3. Untuk memperbaiki pengendalian akuntansi dan pengecekan *intern*, akuntansi merupakan alat pertanggungjawaban suatu organisasi. Pengembangan sistem akuntansi sering kali ditujukan untuk memperbaiki perlindungan terhadap kekayaan organisasi sehingga pertanggung jawaban terhadap penggunaan kekayaan organisasi dapat dipertanggung jawabkan.
4. Untuk mengurangi biaya dalam penyelenggara catatan akuntansi. Pengembangan sistem akuntansi sering kali ditujukan untuk menghemat biaya. Informasi merupakan barang ekonomis, untuk memperolehnya membutuhkan pengorbanan sumber daya ekonomi lainnya.

Azhar (2013) tujuan akuntansi yakni sebagai berikut:

1. Memberikan data dan informasi yang dapat dipercaya.
2. Memberikan informasi mengenai perubahan yang terjadi pada sumber-sumber ekonomi.
3. Memberikan informasi keuangan yang bisa digunakan memprediksi perusahaan mendapatkan laba.
4. Menyajikan informasi keuangan sedalam mungkin yang berkaitan dengan laporan keuangan sehingga relevan untuk digunakan oleh pengguna laporan.

#### **4. Manfaat Mempelajari Akuntansi**

Mulyadi (2010) manfaat mempelajari akuntansi dalam kehidupan sehari-

hari adalah sebagai berikut:

1. Catatan Status dan Kondisi Keuangan

Manfaat mempelajari akuntansi yang pertama adalah laporan keuangan, Laporan keuangan adalah refleksi sebuah perusahaan. Laporan ini akan memperhatikan kinerja perusahaan.

2. Menentukan Tingkat Risiko

Akuntansi penting untuk dipelajari terutama mereka yang nantinya akan bekerja dibidang ekonomi. Salah satu manfaat ketika perusahaan tersebut meminjamkan sejumlah dana untuk kepentingannya dan kita menjadi pihak yang berwenang untuk meninjau dan memberikan keputusan peminjaman atau penolakan ajuan tersebut dilihat dari laporan keuangannya.

3. Dasar Penentuan Pajak

Manfaat lainnya salah satunya digunakan ketika menentukan tingkat pajak. Semakin baik suatu badan usaha yang memiliki *track record* perkembangan usaha baik dan mapan, maka pemerintah memiliki kewenangan untuk menetapkan tingkat pajak yang relatif tinggi dan harus dibayarkan oleh perusahaan.

4. Mengambarkan Kemapanan Usaha

Akuntansi juga bisa membuat orang memiliki kemampuan untuk melihat kemapanan sebuah usaha. Lagi-lagi dilihat dari laporan keuangannya, orang yang mempelajari akuntansi tidak akan kesulitan untuk melihat kondisi dan kesehatan sebuah perusahaan.

## 5. Dasar Pengambilan Keputusan

Dasar pengambilan keputusan juga harus dilihat dari laporan keuangan. Manfaat ini bukan hanya bisa dilakukan oleh jajaran internal perusahaan tetapi juga pihak eksternal perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tersebut.

Sedangkan Effendi (2013) manfaat akuntansi sebagai berikut yakni:

1. Sebagai informasi keuangan untuk pihak yang membutuhkan.
2. Sebagai bahan evaluasi keuangan.
3. Sebagai bukti keuangan yang dapat dipertanggung jawabkan.
4. Membantu pencatatan ekonomi keluarga.

### **2.1.2 Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya oleh Mulyadi (2016) menyatakan bahwa proses pencatatan, peringkasan, penggolongan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atas jasa dengan cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Akuntansi biaya menghasilkan informasi biaya untuk memenuhi berbagai macam tujuan. Untuk tujuan penentuan kos produksi, akuntansi biaya menyajikan biaya yang telah terjadi di masa lalu. Untuk tujuan pengendalian biaya, akuntansi biaya menyajikan informasi biaya yang diperkirakan akan terjadi dengan biaya yang sesungguhnya terjadi, kemudian menyajikan analisis terhadap penyimpangannya. Untuk tujuan pengambilan keputusan khusus, akuntansi biaya menyajikan biaya yang relevan dengan keputusan yang akan diambil dan biaya yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus ini selalu berhubungan dengan biaya masa yang akan datang.

Kemudian menurut Siregar (2014) menyatakan bahwa akuntansi biaya sebagai proses pengukuran, penganalisisan, perhitungan dan pelaporan biaya, profitabilitas dan kinerja operasi. Pengertian dari akuntansi menurut Riwayadi (2014) adalah suatu proses yang mengubah masukan (*input*) berupa data akuntansi menjadi keluaran (*output*) yang menghasilkan laporan keuangan. Akuntansi biaya dapat digolongkan. Akuntansi biaya menurut Harnanto (2017) menyediakan informasi tentang biaya dengan tiga tujuan pokok yaitu penentuan harga pokok produk dan laba rugi periodik, perencanaan dan pengendalian kegiatan rutin, pengambilan keputusan tidak rutin, perumusan kebijakan/strategi dan perencanaan jangka panjang. Sedangkan menurut Dunia & Abdullah (2012) akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen di mana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan akuntansi biaya adalah proses meringkas, mencatat, menggolongkan dan menyajikan biaya, berawal dari proses pembuatannya sampai penjualan barang dan jasa dengan cara tertentu dan menyajikan informasi tentang biaya dalam bentuk laporan biaya dan dapat menghasilkan informasi dalam memenuhi berbagai tujuan penentuan produksi, pengendalian biaya dan tujuan pengambilan keputusan.

### **2.1.3 Biaya**

#### **1. Pengertian Biaya**

Menurut Mulyadi (2016) biaya merupakan objek yang diproses oleh

akuntansi biaya yang berarti biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu. Tidak semua pengorbanan sumber ekonomi disebut dengan istilah biaya. Istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan pengorbanan sumber ekonomi, baik yang sudah terjadi maupun yang secara potensial akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan Harnanto (2017) mengungkapkan biaya (*cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber ekonomi yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu. Istilah biaya kadang–kadang dianggap sinonim dengan harga pokok dan beban dari sesuatu atau tujuan tertentu itu.

Menurut Siregar (2014) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Sedangkan Widilestariningtyas & Anggadini (2012) menyatakan biaya adalah biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat.

Menurut Mursyidi (2010) biaya (*cost*) diartikan sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang. Pada saat akan/telah melakukan kegiatan untuk tujuan tertentu uang atau alat baik yang akan atau telah digunakan untuk kegiatan tersebut dikategorikan sebagai biaya.

## **2. Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya menurut Bustami & Nurlela (2012) adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas

keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.

Menurut Dunia & Abdullah (2012) klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum memutuskan bagaimana menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik, manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas dasar :

- 1) Objek biaya,
  - a. Produk
  - b. Departemen dan lain lain,
- 2) Perilaku biaya,
- 3) Periode akuntansi,
- 4) Fungsi manajemen atau jenis kegiatan fungsional.

Berdasarkan objek biaya (*cost object*) merupakan suatu dasar yang digunakan untuk melakukan perhitungan biaya. Oleh karena itu, dalam sebuah perusahaan terdapat banyak hal yang dijadikan sebagai objek biaya di antaranya adalah objek biaya berdasarkan:

- 1) Produk
- 2) Jasa
- 3) Proyek
- 4) Konsumen
- 5) Merek
- 6) Aktivitas

## 7) Departemen

Menurut Dunia & Abdullah (2012) merupakan pengelompokan biaya dalam berbagai kelompok biaya (*cost pool*), pengelompokan ini didasarkan atas tingkat kesulitan untuk menentukan hubungan sebab akibat serta untuk dasar pengalokasian (*cost allocation based*).

### 2.1.4 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok menurut Mursyidi (2010) adalah biaya yang terjadi yang belum dibebankan atau dikurangkan dari penghasilan. Harga pokok ini membentuk suatu harta (*assets*). Pada saat mengeluarkan sejumlah uang atau aktiva yang dapat dinilai dengan uang untuk memperoleh aktiva lainnya maka nilai tersebut disebut harta pokok aktiva yang diperoleh. Dengan kata lain nilai uang yang melekat atau diperhitungkan pada suatu aktiva disebut dengan harga pokok. Istilah lain untuk harga pokok adalah nilai/harga perolehan.

Menurut Bustami & Nurlela (2012) penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja. Dalam penentuan harga pokok tersebut dapat digunakan dua cara yaitu :

#### 1) Kalkulasi biaya penuh

Kalkulasi biaya penuh adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan memperhitungkan semua biaya produksi, seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap.



## 2) Kalkulasi biaya variabel

Kalkulasi biaya *variable* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk, hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel saja seperti bahan baku langsung, Tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* variabel.

Siregar (2014) mengemukakan bahwa harga pokok produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Informasi mengenai harga pokok produksi menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual produk yang bersangkutan.

Menurut Raiborn & Kinney (2011) harga pokok produksi adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebuah periode. Sedangkan menurut Mulyadi (2010) mengungkapkan harga pokok produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk. Berdasarkan definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk

memproduksi suatu barang selama periode tertentu di mana biaya-biaya tersebut terdiri dari total biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

### **2.1.5 Titik Impas (*Break Even Point*)**

#### **1. Pengertian Titik Impas (*Break Even Point*)**

Ketertarikan untuk mengetahui pendapatan, beban dan laba berperilaku ketika volume berubah adalah suatu yang lazim untuk memulai dengan menentukan titik impas pada perusahaan dalam jumlah unit yang terjual, ketika titik impas dicapai, laba bersih akan bertambah sesuai dengan margin kontribusi per unit untuk setiap tambahan produk yang terjual.

Menurut Siregar (2014) titik impas (*break even point*) adalah keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan. Menurut Rudianto (2013) titik impas adalah *volume* penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba sama sekali. Menurut Prastowo (2015) analisis titik impas (*break even analysis*) adalah teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi produk yang diperlukan untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu. Titik impas (*break even point*) adalah titik di mana total biaya sama dengan total penghasilan. Dengan demikian, pada titik impas tidak ada laba maupun rugi yang diterima oleh perusahaan.

Sedangkan, menurut Sujarweni (2017) titik impas atau *break even point* (BEP) adalah suatu kondisi di mana perusahaan dalam usahanya tidak

mendapatkan untung maupun tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, pada keadaan itu keuntungan ataupun kerugian sama dengan nol. Dapat terjadi titik impas apabila perusahaan dalam operasinya menggunakan biaya tetap, dan volume penjualan hanya cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *break even point* (titik impas) adalah *volume* penjualan yang terjadi di mana pendapatan yang di peroleh sama dengan biaya.

## **2. Dasar Asumsi Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)**

Munawir (2010) mengemukakan bahwa asumsi atau anggapan dasar yang digunakan dalam analisis BEP adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya harus dapat dipisahkan atau diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Terhadap biaya semi variabel harus dilakukan pemisahan menjadi unsur tetap dan unsur variabel dengan menggunakan pendekatan analitis maupun historis.
- 2) Biaya tetap secara total akan selalu konstan sampai tingkat kapasitas penuh.
- 3) Biaya variabel akan berubah secara proporsional dengan perubahan *volume* penjualan dan adanya sinkronisasi antara produksi dan penjualan.
- 4) Harga jual per satuan barang tidak akan berubah berapapun jumlah satuan barang yang dijual atau tidak ada perubahan harga secara umum.
- 5) Hanya ada satu macam barang yang diproduksi atau dijual atau jika lebih dari satu macam maka kombinasi atau komposisi penjualan (*sales mix*) akan tetap konstan.

### 3. Perubahan yang Memengaruhi Titik Impas (*Break Even Point*)

Salah satu aspek penting dalam analisis biaya, volume dan laba adalah perubahan dalam satu faktor atau lebih yang mempengaruhi laba. Menurut Munawir (2010) faktor-faktor yang dapat berubah dalam hubungannya dengan analisis hubungan biaya, volume dan laba antara lain biaya tetap, biaya variabel, harga jual maupun volume penjualan.

#### 1) Perubahan biaya tetap

Perubahan biaya tetap akan mengakibatkan perubahan jumlah biaya secara keseluruhan pada berbagai tingkat penjualan akan berubah pula dengan perubahan jumlah biaya maka besarnya penjualan pada tingkat *break even* akan berubah pula.

#### 2) Kenaikan biaya variabel

Dengan adanya kenaikan biaya variabel maka jumlah biaya juga akan berubah, begitu pula dengan besarnya penjualan pada tingkat *break even* juga akan berubah.

#### 3) Perubahan harga jual per unit

Dengan adanya kenaikan harga jual dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan yang akhirnya juga akan mengakibatkan perubahan besarnya *break even point*.

#### 4) Perubahan komposisi penjualan

Apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih dari satu macam produk, maka analisa *break even* dapat pula diterapkan untuk seluruh produk yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut. Untuk

komposisi-komposisi antara produk-produk tersebut harus tetap sama baik dalam komposisi produksi maupun penjualannya.

## **2.1.6 Harga**

### **1. Pengertian Harga**

Menurut Tjiptono (2015) harga memainkan peran strategi dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian mempersepsikan kualitasnya buruk". Menurut Kotler & Armstrong (2012) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Menurut Swastha (2010) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Ramli (2013) harga adalah nilai relatif dari produk dan tidak merupakan indikator pasti dalam menunjukkan besaran biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Buchari (2011) mendefinisikan bahwa harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

Berdasarkan uraian di atas maka, harga merupakan senjata strategi untuk

bersaing secara efektif. Harga dapat disesuaikan atau diubah secara dramatis, tergantung apa yang ingin dicapai. Penentuan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

## 2. Peranan Harga

Menurut Tjiptono (2015) secara garis besar, peranan harga dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlalu murah atau sebaliknya terlalu mahal berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensitivitas harga amat penting dilakukan.
- 2) Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
- 3) Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan berkontribusi pada *positioning* merek dalam *evoked set* konsumen potensial. Konsumen sering kali menjadikan harga sebagai indikator kualitas, khususnya dalam pasar produk konsumen.
- 4) Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.
- 5) Strategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi, dan distribusi produk.
- 6) Akselerasi perkembangan teknologi dan semakin singkatnya siklus hidup

produk menuntut penetapan harga yang akurat sejak awal.

- 7) Proliferasi merek dan produk yang seringkali tanpa dibarengi difesiasi memadai berimplikasi pada pentingnya *positioning* harga yang tepat.
- 8) Peraturan pemerintah, etika dan pertimbangan sosial (seperti pengendalian harga, penetapan margin laba maksimum, otorisasi kenaikan harga, dan seterusnya) membatasi otonomi dan fleksibilitas perusahaan dalam menetapkan harga.
- 9) Berkurangnya daya beli di sejumlah dunia berdampak pada semakin tingginya sensitivitas harga, yang pada gilirannya memperkuat peranan harga sebagai instrumen pendorong penjualan dan pangsa pasar.

### 3. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Rambat (2013) ada lima tujuan penentuan harga adalah :

- 1) Melaksanakan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba.
- 2) Memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
- 3) Membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 4) Memposisikan jasa perusahaan sebagai jasa yang eksklusif.
- 5) Pencapaian tingkat pengembalian investasi (*return on investment-ROI*)

Sedangkan menurut Tjiptono (2015) pada dasarnya ada beraneka ragam tujuan penetapan harga. Berikut ini adalah beberapa di antaranya :

- 1) Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenal

dengan istilah maksimalkan laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimalkan laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2) Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada *volume* tertentu atau biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target *volume* penjualan, nilai penjualan, dan pangsa pasar.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*image*) sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

4) Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Tujuan seperti ini yang mendasari terbentuknya stabilisasi harga. Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil



antara harga sebuah perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

5) Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, mendapatkan aliran kas secepatnya, atau menghindari campur tangan pemerintah.

#### **4. Faktor-Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga**

Menurut Swastha (2010) menjelaskan tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti :

- 1) Keadaan perekonomian
- 2) Permintaan dan penawaran
- 3) Elastisitas permintaan
- 4) Persaingan
- 5) Biaya
- 6) Tujuan perusahaan
- 7) Pengawasan pemerintah

Menurut Tjiptono (2015) secara umum, faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan harga dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal :

- 1) Faktor internal perusahaan
  - a. Tujuan pemasaran perusahaan

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan

pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa mempertahankan kelangsungan hidup (*survival*) perusahaan, maksimisasi laba, aliran kas atau *return on investment* (ROI).

b. Strategi bauran pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga wajib terintegrasi, dan saling mendukung bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

c. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.

d. Pertimbangan organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2) Faktor eksternal

a. Karakteristik pasar dan permintaan setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli.

b. Persaingan

Menurut porter, ada lima kekuatan produk yang berpengaruh dalam persaingan sebuah industri, yaitu persaingan dalam industri yang

bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan, dan ancaman pendatang baru.

c. Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya

Selain faktor-faktor di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, *booming*, atau resesi, serta tingkat suku bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah, dukungan dan reaksi distributor terhadap harga.

## 5. Penentuan Harga Jual

Hansen dan Mowen (2001) dalam Romansyah (2016) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Harga jual (*selling price*) adalah harga jual yang meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan Aliminsyah & Panji (2010).

Nurlyan (2015) menyatakan bahwa harga jual diartikan sebagai tarif, namun secara tegas perlu dijelaskan bahwa tarif adalah harga satuan jasa. Artinya, untuk menggunakan jasa tertentu sering digunakan satuan tarif bukan satuan harga yang ditetapkan untuk penggunaan jasa tertentu dikenal sebagai tarif. Oleh karena itu, tarif merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh jasa penting atau mendasarkan untuk memenuhi kebutuhan seperti tarif air, tarif angkutan, tarif kamar, tarif makanan dan tarif kontribusi.

Kamaruddin (2013:174) dalam bukunya akuntansi manajemen menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual:

- 1) Faktor laba yang diinginkan.
- 2) Faktor produk atau penjualan produk tersebut.
- 3) Faktor biaya dan produk tersebut.
- 4) Faktor dari luar perusahaan (konsumen).

Menurut Mulyadi (2005) dalam Anggarini, Morasa, & Pinatik (2015) proses penentuan harga jual ada beberapa metode yang bisa dilakukan :

- 1) Penentuan harga jual *cost type contract*

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type pricing* harga jual yang dibebankan kepada pelanggan dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

- 2) *Cost plus pricing*

Dalam keadaan normal, *manager* penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

- 3) *Time and material pricing*

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, motor, dok kapal dan lainnya yang menjual jasa reparasi bahan dan suku cadang. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani pelanggan, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh pelanggan. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diberikan kepada pelanggan.

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Swastha (2013) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu :

- 1) *Cost plus pricing method* adalah penetapan harga jual dengan menambahkan sejumlah (persentase) tertentu dari harga pokok
- 2) *Mark up pricing method* adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokoknya.
- 3) Penentuan harga oleh produsen adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam distribusi.

### **2.1.7 Jasa Perhotelan**

#### **1. Pengertian Hotel**

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 2 (2011) tentang pajak daerah pasal 1 ayat 10 hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan atau peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh). Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap seperti pelayanan kantor depan, tata graha, makan dan minum, serta rekreasi dalam arti lain hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya (Wiyasa, 2010) Menurut Sulastinoyo, (2011) hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan

perjalanan serta menyediakan pelayanan makan dan minum, dengan membayar sejumlah uang yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima. Sedangkan menurut Bagyono (2012) hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan, bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi atau yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial atau bertujuan mencari laba sebagai akhir aktivitas

## **2. Kategori Hotel**

Menurut Bagyono, (2012) hotel dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori hotel berdasarkan kategori tertentu, yaitu :

- 1) Luas dan jumlah kamar
  - a. Hotel kecil (*small hotel*), adalah hotel yang memiliki lebih 25 kamar atau kurang dari 100 kamar.
  - b. Hotel menengah (*above average hotel*), ialah hotel yang memiliki lebih dari 100 kamar dan kurang dari 300 kamar.
  - c. Hotel besar (*large hotel*), yaitu hotel yang memiliki lebih dari 300 kamar.
- 2) Jenis tamu yang menginap
  - a. Hotel keluarga (*family hotel*), adalah hotel yang dirancang untuk keluarga.
  - b. Hotel bisnis (*business hotel*), adalah hotel yang dirancang untuk para

usahawan.

- c. Hotel wisata (*tourist hotel*), adalah hotel yang dirancang untuk para wisatawan.
- d. Hotel transit (*transit hotel*), adalah hotel yang dirancang khusus untuk orang-orang yang melakukan persinggahan sementara
- e. Hotel perawatan kesehatan (*cure hotel*), adalah hotel yang dirancang untuk orang-orang yang sedang menginginkan penyembuhan dari suatu penyakit atau meningkatkan kesehatannya.
- f. Hotel konvensi (*convention hotel*), adalah hotel yang dirancang untuk keperluan orang-orang yang menyelenggarakan konvensi.

3) Lama tamu menginap

- a. *Transient hotel*, yaitu di mana para tamunya menginap hanya untuk satu atau dua malam.
- b. *Semi-residential hotel*, yaitu hotel di mana para tamunya lebih dari dua malam sampai satu minggu.
- c. *Residential hotel*, yaitu hotel di mana para tamunya menginap untuk jangka waktu lama, lebih satu minggu.

4) Lokasi

- a. *Mountain hotel*, adalah hotel yang terletak di daerah pegunungan.
- b. *Beach hotel*, adalah hotel yang terletak di tepi pantai.
- c. *City hotel*, adalah hotel yang berlokasi di perkotaan.
- d. *Highway hotel*, adalah hotel yang terletak di tepi jalan bebas hambatan dan biasanya diantara dua kota.

- e. *Airport hotel*, adalah hotel yang terletak tidak jauh dari *airport*.
  - f. *Resort hotel*, adalah hotel yang berlokasi di kawasan wisata.
- 5) Lamanya buka dalam satu tahun
- a. *Seasonal hotel*, yaitu hotel yang hanya buka pada waktu-waktu tertentu dalam setahun (3 bulan, 6 bulan, 9 bulan).
  - b. *Year-round hotel*, yaitu hotel yang buka sepanjang tahun.
- 6) Berdasarkan tarif kamar
- a. *Economy class hotel*, ialah hotel yang memiliki tarif kamar kelas ekonomi (harga kamar relatif murah).
  - b. *First class hotel*, yaitu hotel dengan tarif kamar mahal.
  - c. *Deluxe/luxury hotel*, yaitu hotel yang memiliki harga kamar sangat mahal.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel pasal 4 ayat 1-4, jenis usaha hotel dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Hotel bintang, hotel bintang adalah hotel yang telah memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel. Hotel bintang diklasifikasikan menjadi lima tingkatan yaitu :
- a. Hotel bintang satu
  - b. Hotel bintang dua
  - c. Hotel bintang tiga
  - d. Hotel bintang empat
  - e. Hotel bintang lima



- 2) Hotel non bintang, hotel non bintang adalah hotel yang tidak memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel sebagai hotel bintang satu, hotel non bintang dan dapat disebut sebagai hotel melati.

### **3. Karakteristik Produk Hotel**

Menurut Wiyasha (2010) ada beberapa karakteristik produk hotel, yaitu:

- 1) Tamu terlibat dalam proses produksi, misalnya ketika tamu menikmati makanan di restaurant.
- 2) Tidak dapat dipakai sampel, produk harus dinikmati langsung oleh tamu.
- 3) Jasa yang tidak terjual pada hari tertentu tidak dapat disimpan dan dikompensasikan dengan penjualan pada hari berikutnya.
- 4) Tamu sebagai konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk menikmati produk tamu.
- 5) Mutu layanan yang tidak konsisten, produk yang sama disiapkan oleh karyawan yang berbeda akan menghasilkan mutu yang berbeda.
- 6) Citra hotel tidak kasat mata.
- 7) Mudah ditiru atau diduplikasi oleh pesaing

### **4. Tipe Kamar Hotel**

Tipe-tipe kamar hotel mempunyai berbagai macam tipe. Menurut Sulastiyono (2001) dalam Azzahra (2015) tipe kamar dibedakan menjadi beberapa tipe, yaitu :

- a. *Single room* : Kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran *single* untuk satu orang.
- b. *Twin room* : Kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah

tempat tidur masing-masing berukuran *single*.

- c. *Double room* : Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran *double* (untuk dua orang).
- d. *Double double* : Kamar untuk empat orang yang dilengkapi dengan dua kamar tamu dan dengan tempat tidur berukuran *double* (dua orang).

Menurut Azzahra (2015) menyebutkan jenis-jenis kamar yang ada di hotel adalah sebagai berikut:

- a. *Single studio room* adalah satu kamar dengan satu tempat tidur dan sofa yang berfungsi sebagai tempat tidur tambahan.
- b. *Single room* adalah kamar dengan satu tempat tidur untuk satu orang.
- c. *Twin room* adalah satu kamar dengan dua tempat tidur untuk dua orang.
- d. *Double room* adalah satu kamar yang dilengkapi dengan satu tempat tidur besar untuk dua orang.
- e. *Triple room* adalah satu kamar yang dilengkapi dengan *double bed* untuk dua orang dan diberi tempat tidur tambahan.
- f. *Twin single use* adalah kamar *twin* yang hanya diisi satu orang tamu.
- g. *Connecting room* adalah dua kamar yang saling bersebelahan dan hubungkan dengan pintu (*connecting door*).
- h. *Adjoining room* adalah dua kamar yang saling bersebelahan.
- i. *Suite room* adalah dua kamar atau lebih yang dilengkapi dengan kamar tamu, kamar tidur, dan dapur.
- j. *President suite room* adalah tiga kamar atau lebih yang terdiri dari kamar tidur, kamar tamu, ruang makan, dapur, bar dan ruang rapat.

## 5. Departemen-Departemen Hotel

Jenis-jenis departemen utama di dalam hotel dan tugasnya menurut Azzahra (2015), ialah :

- a. *Marketing department* (departemen pemasaran). Departemen ini bertugas memasarkan hotel ke pasaran luas sesuai kebutuhannya.
- b. *Front office department* (departemen kantor depan). Departemen ini bertugas menjual kamar yang memenuhi syarat dan siap untuk dihuni oleh tamu hotel.
- c. *Housekeeping department* (departemen tata graha). Departemen ini bertugas menyediakan kamar yang bersih dan siap dihuni oleh tamu hotel.
- d. *Laundry department* (departemen binatu). Departemen ini bertugas membantu departemen *housekeeping* dalam menyediakan kebutuhan linen (handuk, seprei, selimut) untuk kamar hotel dan seragam karyawan.
- e. *Engineering & maintenance department* (departemen pengoperasian dan perbaikan). Departemen ini bertugas mengoperasikan, merawat, dan memperbaiki semua peralatan dalam hotel.
- f. *Food & beverage department* (departemen makanan dan minuman). Departemen ini bertugas menyiapkan makanan dan minuman di dalam hotel.
- g. *Finance department* (departemen keuangan). Departemen ini bertugas mengelola keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran hotel.
- h. *Personnel department* (departemen personalia). Departemen ini bertugas mengurus administrasi seluruh karyawan hotel.

- i. *Training department* (departemen pelatihan). Departemen ini bertugas memberikan berbagai latihan bagi karyawan hotel
- j. *Security department* (departemen keamanan). Departemen ini bertugas menjaga dan mengatur keamanan hotel.

## **6. Sumber Pendapatan dan Biaya Hotel**

Pendapatan hotel bersumber dari penjualan kamar, makanan, minuman dan pendapatan lain (biasa disebut *minor operated department sales* seperti telepon, *laundry, dry cleaning*, kolam renang dan sebagainya) dihasilkan Wiyasha (2010). Dapat dikatakan pendapatan hotel berpusat pada penjualan kamar, *food & beverage*, ruang serba guna, fasilitas spa dan kebugaran, lapangan *golf*, fasilitas kasino dan perjudian, serta layanan tambahan lainnya (Ivanov, 2014).

Biaya dalam hotel didefinisikan sebagai penggunaan kas atau terjadinya utang atau kombinasi keduanya dalam rangka membeli barang atau jasa untuk kegiatan operasional hotel Darminto dan Suryo (2012) dalam Tumanduk, Ilat, & Gamalie (2018). Ada tiga jenis biaya yang ada dalam hotel menurut Darminto dan Suryo (2012) dalam Tumanduk, Ilat, & Gamalie (2018), yaitu biaya langsung, biaya tidak langsung dan biaya atau beban tetap. Adapun biaya-biaya dan harga pokok terjadi untuk biaya bahan dipakai habis disetiap bagian hotel, harga pokok makanan dan minuman, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran, biaya bunga, biaya depresiasi dan amortisasi, biaya sumber daya manusia, biaya pemeliharaan sarana fisik hotel, biaya energi dan laba/rugi yang dihasilkan Wiyasha (2010).

## **7. Strategi Penentuan Harga Hotel**

Putri & Musadad (2018) menjabarkan bahwa ada beberapa strategi untuk menentukan harga pada hotel, yaitu :

1) *Premium pricing*

Harga ditetapkan atas harga pasar yang merupakan *positioning* dari produk hotel tersebut, dengan disertai *future product* yang mewah dengan layanan yang personal. Hotel yang termasuk dalam kategori ini adalah hotel St Regis, The Ritz. Semuanya merupakan hotel mewah dengan *brand image* yang kuat.

2) *Value for money pricing*

Harga ditetapkan berdasarkan pada pasar menengah yang menekankan *value for money*.

3) *Cheap value pricing*

Tujuannya adalah untuk melemahkan persaingan dengan menggunakan strategi penetapan harga yang lebih murah juga untuk meningkatkan pembelian dari konsumen, di mana unit profit kecil, tapi keuntungan secara keseluruhan akan memuaskan melalui pencapaian omset yang tinggi. Dalam kategori ini hotel *budget* senantiasa menekan harga murah dengan asumsi tingkat hunian yang tinggi menyebabkan profit mereka akan tinggi.

Menurut Karo-Karo (2018) pendekatan penentuan harga jual ada tiga diantaranya:

1. Pendekatan informal.

Dalam penentuan harga jual pendekatan informal, manajer hanya

menirukan harga yang ditawarkan oleh pesaing, berdasarkan intuisi manajer dan dengan coba-coba (*trial and error*). Jika pendekatan informal yang diterapkan dalam menentukan harga jual, manajer mengabaikan struktur biaya kualitas layanan dan lokasi hotel.

## 2. *The rule of thumb*

Merupakan cara perhitungan kamar yang paling sederhana dengan anggapan bahwa harga rata-rata kamar adalah total biaya/ modal satu buah kamar dibagi dengan seribu. Pendekatan perhitungannya harga kamar rata-rata dari *the rule of thumb* menetapkan bahwa harga sebuah kamar adalah Rp 1 untuk setiap Rp 1000 biaya dari konstruksi per kamar.

## 3. *Formula hubart*

Pendekatan ini sering disebut dengan pendekatan *bottom up approach*, merupakan pendekatan dalam menentukan harga jual kamar rata dari biaya perkamar, pajak penghasilan, asuransi, pengeluaran tetap.

## 8. **Harga Jual Kamar Hotel**

Terdapat tiga hal yang menjadi dasar dalam menentukan harga jual pada perusahaan perhotelan menurut Martono, Amboningtyas, & Fathoni (2018), yaitu:

### 1) Dasar biaya

Biaya yang dipertimbangkan dalam suatu tarif sewa kamar akan menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menentukan harga. Pada umumnya perusahaan menetapkan harga menggunakan dasar biaya yang digunakan dan kemudian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Biaya yang dipertimbangkan dalam suatu tarif sewa

kamar akan menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menentukan harga. Pada umumnya perusahaan menetapkan harga menggunakan dasar biaya yang digunakan dan kemudian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

## 2) Dasar konsumen

Penentuan harga pada suatu hotel, mungkin saja tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh konsumen. Maka diperlukan penentuan harga berdasarkan selera konsumen atau permintaan konsumen. Dasar penentuan harga yang seperti ini, maka konsumen akan merasa puas terhadap harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Konsumen menganggap harga tersebut telah sesuai dengan kualitas jasa yang didapatkannya.

## 3) Dasar persaingan

Dasar penentuan harga menurut kebutuhan perusahaan dalam hal persaingannya dengan perusahaan lain yang sejenis dan merupakan pesaing-pesaingnya. Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam melawan pesaingnya adalah dengan menerapkan potongan harga atau diskon, penjualan secara kredit atau angsuran. Strategi penyesuaian yang dapat digunakan oleh hotel dalam menentukan harga agar dapat menarik pelanggan, yaitu dengan beberapa Martono, Amboningtyas, & Fathoni, (2018), adalah :

### a. Potongan harga

Dalam hal ini konsumen memperoleh harga yang lebih rendah dari

harga yang seharusnya dibayar. Potongan ini didasarkan pada beberapa hal seperti, waktu pembayaran yang lebih awal, jumlah pembelian, dan pembelian pada musim tertentu.

b. Diskriminasi harga

Perusahaan dapat melakukan modifikasi harga untuk menyesuaikan perbedaan harga karena langganan, produk, maupun lokasi. Suatu produk tertentu dapat dijual dengan beberapa harga yang tidak proporsional dengan perbedaan biayanya.

c. Harga psikologis

Suatu harga dapat membuat produknya menjadi lebih berkualitas namun murah dengan menunjukkan citra yang baik pada produk tersebut.

## 9. Musim didalam Pariwisata

Ada dua musim dalam dunia pariwisata yang di jelaskan menurut Azzahra, (2015) yaitu:

a. *Low season*

Menurut Azzahra (2015) *low season* merupakan periode tahun ketika orang paling sedikit mengunjungi suatu tempat dan harga berada pada titik terendah, Azzahra (2015) juga mengatakan bahwa *In the tourist industry, the period of lowest demand. In a sun and sand resort this means the coldest months, whereas in a ski resort, this means the warmest months.* Dalam industri pariwisata, periode permintaan rendah. Dalam sebuah *resort* matahari dan pasir ini berarti bulan-bulan terdingin,



sedangkan di sebuah *resort* ski, ini berarti bulan-bulan terpanas.

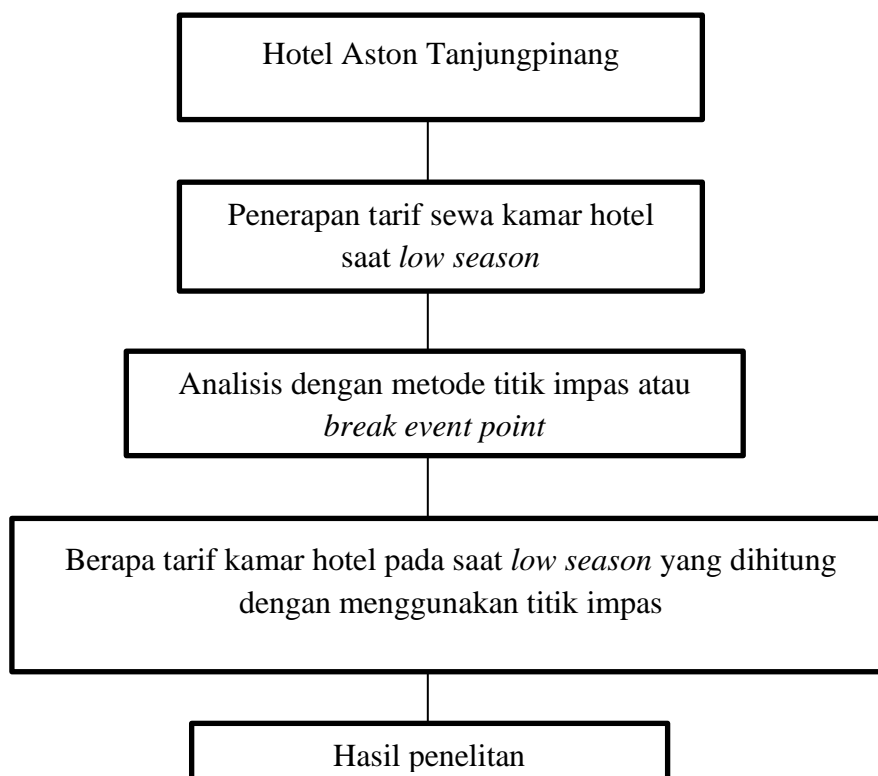
b. *High season*

Azzahra (2015) mengatakan bahwa *high season* adalah *In the tourist industry, the period of highest demand. In a sun and sand resort this means the hottest months, whereas in a ski resort, this means the coldest months.* Dalam industri pariwisata, periode permintaan tertinggi di mana pada saat hari libur panjang, hari besar dan tanggal merah

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2012) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Konsep Menyesuaikan Penelitian 2020

### 2.3 Penelitian Terdahulu

- 1 Nor Fahman Tjetje (2012) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Titik Impas Pada Hotel Wisata Grand Barumbay & Resort Samarinda Khas Kalimantan Timur Untuk Tahun 2009, 2010 & 2011. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan *break even point* tahun 2009 tercapai pada tingkat pendapatan sebesar Rp 453.926.975,91,- sedangkan pada tahun 2010 sebesar Rp 227.480.371,09,- tahun 2011 sebesar Rp 448.821.596,97,- berarti *break even point* pada tahun 2011 menunjukkan kenaikan yang disebabkan oleh kenaikan pendapatan pada tahun 2011 Rp 642.234.800,- sehingga mempengaruhi *break even point*.
- 2 Kim (2015) melakukan penelitian berjudul *Cost-Volume-Profit Analysis for a Multi-Product Company: Micro Approach*. Penelitian ini mengembangkan pendekatan mikro untuk solusi pemecah masalah, jika permasalahan muncul dan ketika perusahaan menemukan titik impas dan target pada titik laba. Studi ini mencontohkan bagaimana pendekatan yang dikembangkan mendapatkan jawaban yang lebih dekat ke titik impas dan titik laba daripada pendekatan yang ada. Penelitian ini melakukan perbandingan langsung antara pendekatan saat ini dan pendekatan yang disarankan penelitian untuk menemukan titik impas dan target laba untuk perusahaan multi-produk sehingga. Pada saat studi ini dilakukan, belum ada metode lain yang menemukan jawaban yang lebih dekat ke titik impas

dan target laba daripada pendekatan saat ini dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan pendekatan sistematis dalam menyempurnakan jawaban untuk dua pertanyaan dasar dalam analisis BEP: titik impas dan target laba. Kemudian, pendekatan mikro dikembangkan dan diperkenalkan dalam penelitian ini dan diharapkan dapat membantu menemukan jawaban yang lebih dekat ke titik impas dan target laba dalam analisis *break even point*.

- 3 Sunarto (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis *Break Even Point* Dalam Menentukan Harga Sewa Kamar Pada Hotel Ranggonang Sekayu yang bertujuan untuk mengetahui pendekatan *break even point* dalam menentukan harga sewa kamar pada Hotel Ranggonang Sekayu. Data dalam penelitian diperoleh dengan cara wawancara dan teknik dokumentasi. Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, diketahui bahwa perusahaan belum melakukan pengklasifikasian biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2016 perusahaan sebaiknya menaikkan harga sewa kamar sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *break even point* untuk data tahun 2013 volume penjualan perusahaan telah mencapai *break even point*, pada tahun 2014 dan 2015 volume penjualan perusahaan belum mencapai *break even point* karena dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan untuk tahun 2014 dan 2015 perusahaan mengalami kerugian. *Margin* keamanan perusahaan pada tahun 2013 sebesar 66,85%, pada tahun 2014 sebesar 22,20% dan tahun 2015

sebesar 26,23%, sedangkan untuk tahun 2016 perusahaan merencanakan laba sebesar Rp 618.477.315,-, maka *volume* penjualan yang harus dicapai perusahaan pada tahun 2016 untuk kamar *superior* sebesar 3.533 unit kamar, kamar *deluxe* sebesar 3.645 unit kamar dan kamar suite sebesar 204 unit kamar.

- 4 Jakupi, Statovci, & Hajrizi (2017) melakukan penelitian berjudul *Break-Event Analysis as a powerful tool in Decision-Making*, Penelitian ini didasarkan pada teknik kontemporer yang disajikan untuk melakukan Analisis BEP. Teknik Analisi yang digunakan untuk melakukan analisis keuangan yang lengkap dan akurat. Adapun hasil penelitian didapat Analisis BEP berfokus pada harga, pendapatan, volume, biaya, laba, dan bauran penjualan. Analisis BEP dapat digunakan untuk menentukan volume penjualan dan pendapatan yang diperlukan, agar menguntungkan atau untuk mencapai target laba. Perubahan fitur biaya tetap dan variabel, memengaruhi laba perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan analisis BEP untuk melihat bagaimana perubahan tertentu dalam harga atau biaya dapat mempengaruhi titik profitabilitas. BEP didasarkan pada beberapa asumsi yang harus dipertimbangkan untuk penerapannya pada masalah bisnis. Analisis ini mengasumsikan fungsi linear dari pendapatan dan biaya, serta analisis CVP mengasumsikan bahwa harga penjualan serta biaya tetap dan variabel, diketahui dengan presisi. Asumsi-asumsi ini membentuk dasar untuk analisis grafis sederhana, menggunakan grafik volume-laba, dan grafik volume-laba-laba. Subjek analisis biaya volume

laba membawa kita secara alami pada penggunaan tarif yang berbeda.

- 5 Romanda (2017) melakukan penelitian berjudul *Break Even Point* Sebagai Alat Perencanaan Laba Hotel (Studi Kasus Hotel Ranggonang Sekayu). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan perhitungan *break even point* sebagai alat perencanaan laba pada Hotel Ranggonang Sekayu. Hasil dari penelitian ini dan pembahasan didapat bahwa untuk menghitung *break even point* Hotel Ranggonang Sekayu harus menggunakan metode nilai jual relatif, serta merencanakan laba Hotel Ranggonang Sekayu sebesar 20% dari penjualan, maka Hotel Ranggonang Sekayu merencanakan laba bersih sebesar 20% dari penjualan, maka Hotel Ranggonang Sekayu harus mampu menjual kamar tipe superior sebanyak 2.989 unit kamar, tipe *deluxe* sebanyak 3.737 unit kamar, tipe *suite* sebanyak 374 unit kamar. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa jika Hotel Ranggonang Sekayu ingin meningkatkan laba dari tahun sebelumnya maka Hotel Ranggonang Sekayu harus meningkatkan tingkat penjualannya.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan secara sistematis mengenai proses penyediaan jasa penginapan di Aston Hotel Tanjungpinang dengan menggunakan metode titik impas (*break even point*) dan membandingkan perhitungan tarif jasa inap dan kamar hotel.

#### **3.2 Jenis Data**

Menurut (Sugiyono 2015) jenis data dalam penelitian kualitatif ada 2 jenis data, adapun pengertian dari dua jenis data tersebut yakni :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan. Di dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari Hotel Aston Tanjungpinang mengenai masalah penelitian seperti hasil wawancara.
2. Data Sekunder adalah yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data pendukung yang diperoleh penulis dari beberapa sumber yang dinilai mempunyai relevansi dengan penelitian ini seperti jurnal yang berhubungan dengan variabel metode titik impas, data mengenai data penjualan kamar, gambaran umum perusahaan, tarif sewa kamar, tingkat hunian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015) Adapun teknik pengumpulan data yang sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan permasalahan atau gejala-gejala yang terjadi menurut Sugiyono (2015). Dalam penelitian ini, jenis observasi yang dilakukan adalah observasi non-partisipan, peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkannya tanpa menjadi bagian dari situasi yang terjadi. Disini peneliti memang hadir secara fisik ke objek penelitian namun hanya mengamati serta melakukan pencatatan secara sistematis terhadap informasi yang diteliti.

b. Wawancara

Sugiyono (2015) jenis wawancara yang cocok digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara semi terstruktur. Teknik wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara yang menggunakan panduan wawancara dan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian yang dilakukan. Tujuan dilakukan wawancara adalah untuk mengetahui bagaimana pihak manajemen dalam menentukan harga kamar pada saat *low season*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara melihat atau menganalisis dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, seperti laporan penjualan kamar hotel pada periode bulan Juli 2020 (Sugiyono,2015).

d. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data peneliti mencari referensi mengenai masalah yang dihadapi dari beberapa jurnal atau literatur yang ada terkait dengan masalah penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasionalisasi variabel adalah definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator pada masing-masing variabel. Operasionalisasi variabel ialah proses mendefinisikan variabel dengan tegas sehingga menjadi faktor yang dapat diukur Sugiyono (2015).

**Tabel 3.2**

**Operasionalisasi Variabel Penentuan Tarif Sewa Kamar Pada Saat *Low Season* dengan Metode Analisis Titik Impas**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Titik Impas	Keadaan yang menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima perusahaan (pendapatan total) sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan Siregar (2014)	Adapun indikator titik impas yakni : - Menentukan jumlah kamar yang terjual dalam satu tahun - Menentukan rata-rata tingkat Hunian - Menghitung jumlah kamar yang terjual perhari - Melakukan analisis harga jual - Melakukan analisis titik impas Natalia (2010)

Sumber : Konsep Permasalahan menyesuaikan dengan Penelitian (2020)

### 3.5 Teknik Analisis Data

Menyajikan langkah perhitungan tarif sewa kamar hotel berdasarkan perhitungan metode analisis titik impas dengan cara berikut Natalia (2010) :



1. Menentukan jumlah kamar yang terjual dalam satu bulan

Dengan rumus :

$$\text{Occupied room} = \text{Room} \times \% \text{ occupancy} \times \text{days in period}$$

2. Menentukan jumlah rata-rata biaya kamar (*average room rate*)

$$\text{ARR} = \frac{\text{Total revenue of period Room}}{\text{Room} \times \% \text{ occupancy} \times \text{days in period}}$$

3. Menghitung rata-rata tingkat hunian

a. *Double Occupancy*

$$\text{Occupancy} = \frac{\text{Jumlah tamu} - \text{jumlah kamar terjual}}{\text{Jumlah kamar yang terjual}} \times 100\%$$

b. *Single Occupancy*

$$\text{Occupancy} = 100\% - \text{persentase single occupancy}$$

4. Menghitung jumlah kamar yang terjual per hari

*Double Occupancy*

$$\text{Occupancy} = \% \text{ single occupancy} \times \text{no of room}$$

*Single Occupancy*

$$\text{Occupancy} = \% \text{ double occupancy} \times \text{no of room}$$

5. Melakukan analisis harga jual

$$\text{Tarif of room} = \% \text{ occupancy} \times \text{average room} \times \text{total of room}$$

6. Melakukan analisis titik impas

$$\text{BEP} = \text{Tarif tarif} \times \% \text{ occupancy total revenue for period}$$

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliminsyah, & Panji. (2010). *Akuntansi di Indonesia*. Erlangga
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anggarini, F., Morasa, J., & Pinatik, S. (2015). Penetapan Time and Material Pricing Dalam Penentuan Harga Jual Jasa Pada PT. Ahhas Steddy Motor Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 15*, 255–266.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azhar, S. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Lingga Jaya.
- Azzahra, A. (2015). Strategi Departemen Sales and Marketing Hotel ARIA Gajayana Malang Untuk Memenuhi Target dalam Kondisi Low Season. *Skripsi Universitas Jember*.
- Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*. Alfabeta.
- Belkaoui dan Ahmed R. (2011). *Teori Akuntansi* (Edisi Ke L). Universitas Diponegoro.
- Bustami, B., & Nurlela. (2012). *Akuntansi Biaya* (edisi 3). mitra wacana media.
- Dunia, F. A., & Abdullah, W. (2012). *Akuntansi Biaya*. salemba empat.
- Dunia, F. A., & Wasilah. (2012). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat.
- Effendi, R. (2013). *Accounting Principles: Prinsip-prinsip Akuntansi Berbasis SAK ETAP* (Edisi Revi). PT Rajagrafindo.
- Goleman, D; Boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Bab 2. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Harahap, S. S. (2011). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Edisi Ke satu*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya*. ANDI.
- Ivanov, S. (2014). ). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Zangador.

- Jakupi, S., S. B., & Hajrizi, B. (2017). Break-Even Analysis as a powerful tool in Decision-Making. *International Journal of Management Excellence, Volume 9 N*, 1169–1171.
- Karo-Karo, S. W. (2018). Peranan Informasi Akuntansi Manajemen Dalam Proses Penentuan Harga Jual Tarif Kamar Pada Garuda Plaza Hotel. *JURNAL NIAGA & BISNIS (E-JOURNAL), Vol 2, No.*
- Kim, S. H. (2015). Cost-Volume-Profit Analysis for a Multi-Product Company: Micro Approach. *International Journal of Accounting and Financial Reporting, Vol. 5, No*, 23–35.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kurniawan, W. O. (2019). *Journals of Economics Development Issues ( JEDI ) Penerapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel “ X.” 2(2)*, 32–42.
- Martani, D. (2012). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PASK*. Salemba Empat.
- Martono, A, D., & Fathoni, A. (2018). Comparative Analysis of Gotel Determination Rating With Cost Plus Pricing Method Full Costing Approach (Case Study at Ibis Hotel Simpang Lima Semarang). *Journal of Management, 4(4)*.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi* (Edisi Ke-). Salemba.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya*. YKPN.
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Biaya*. PT Refika Aditama.
- Nurlyan. (1385). Analisis Harga Jual Jasa Kamar Pada Hotel Plaza Kubra Kendari 74–87.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi kreatif Republik Indonesia Nomor 53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel.* (2013).
- Prastowo, D. (2015). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi*. UPP STIM YKPN.
- Putri, J., & Musadad. (2018). Penentuan Tarif Sewa Kamar Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru. *JOM FISIP, Vol. 5*.
- Raiborn, A. C., & Kinney, R. M. (2011). *Akuntansi Biaya, Dasar dan Pengembangan. Edisi Tujuh*. Salemba Empat.

- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*(Edisi 3). Salemba Empat.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan BarangJasa Pemerintah*. Visi media.
- Romanda, C. (2017). Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Hotel (Studi Kasus Hotel Ranggonang Sekayu). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen, Vol. 6, No.*
- Romansyah, I. (2016). Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhasap Volume Penjualan Dalam Pespektif Ekonomi Islam (*Studikomparasi Pada Yussy Akmal Dan Shereencake's And Bread*). Institut Agama Islam Negri Raden Intan Lampung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2017). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Pres.
- Sulastinoyo, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. BPFE.
- Tumanduk, T. C., Ilat, V., & Gamalie, H. (2018). Penentuan Harga Jual Kamar Melalui Implementasi Activity Based Costing System Pada PT. Tasik Ria Resort Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern, 13(3)*, 270–284.
- Widilestariningtyas, O., W.F, S., & Anggadini, S. D. (2012). *Akuntansi Biaya*. Graha Ilmu.
- Wiyasa. (2010). *Akuntansi Perhotelan: Penerapan Uniform System of Accounts Lodging Industry*. ANDI.

## CURRICULUM VITAE



Nama : Yunianty Cornelia Christine Sandy  
TTL : 05 juni 1999  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Kristen Protestan  
Status : Belum Menikah  
No hp : 082385984340  
Email : christinsndy@gmail.com  
Alamat : Jl. Hanjoyo Putro Perum Bukit Indah Lestari Blok C No.16

### Nama Orang Tua

A. Ayah : Vecy Christian Sandy  
B. Ibu : Yuneryati Florensia Amalo

### Riwayat Pendidikan

A. SD : SD Katolik Tanjungpinang  
B. SMP : SMP Katolik Tanjungpinang  
C. SMA : SMA Negeri 2 Tanjungpinang  
D. S1 : STIE Pembangunan Tanjungpinang