

**ANALISIS PENENTUAN HARGA AMBANG BATAS TARIF
UNTUK BERBAGAI KELAS PADA HOTEL KEBON AGUNG
JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan guna memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember



Oleh :

Asa: Hadiah Pembelian
Terima: Tgl. 09 JAN 2004
No. Induk:

Klass
647.94
FAR
a

WIWIED EKA FARDIANSYAH

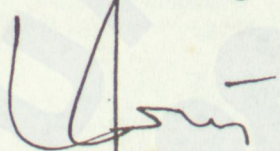
NIM: 960810201124

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2003**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

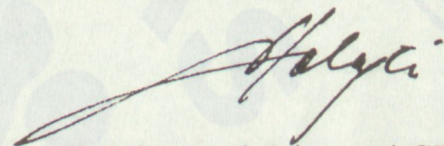
Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Ambang Batas Tarif Untuk
Berbagai Kelas Pada Hotel Kebon Agung Jember
Nama Mahasiswa : Wiwied Eka Fardiansyah
NIM : 960810201124
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



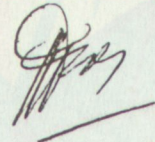
Drs. Markus Apriono, MM.
NIP : 132 832 339

Pembimbing II



Mohamad Dimiyati, SE. MSi
NIP : 132 086 413

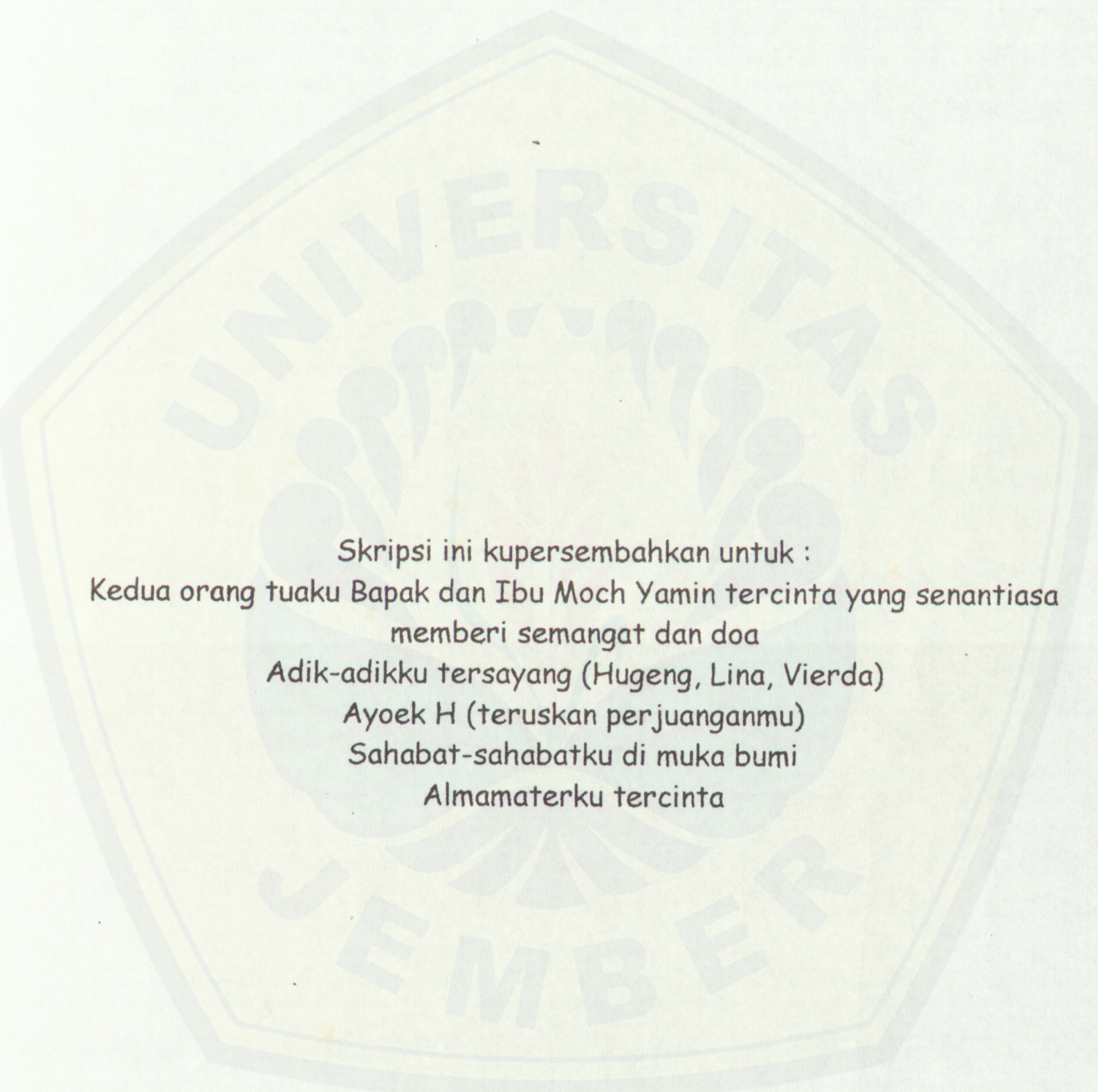
Ketua Jurusan



Dra. Diah Yulisetiarni, MSi.
NIP : 131 624 474

Tanggal Persetujuan : Juli 2003.

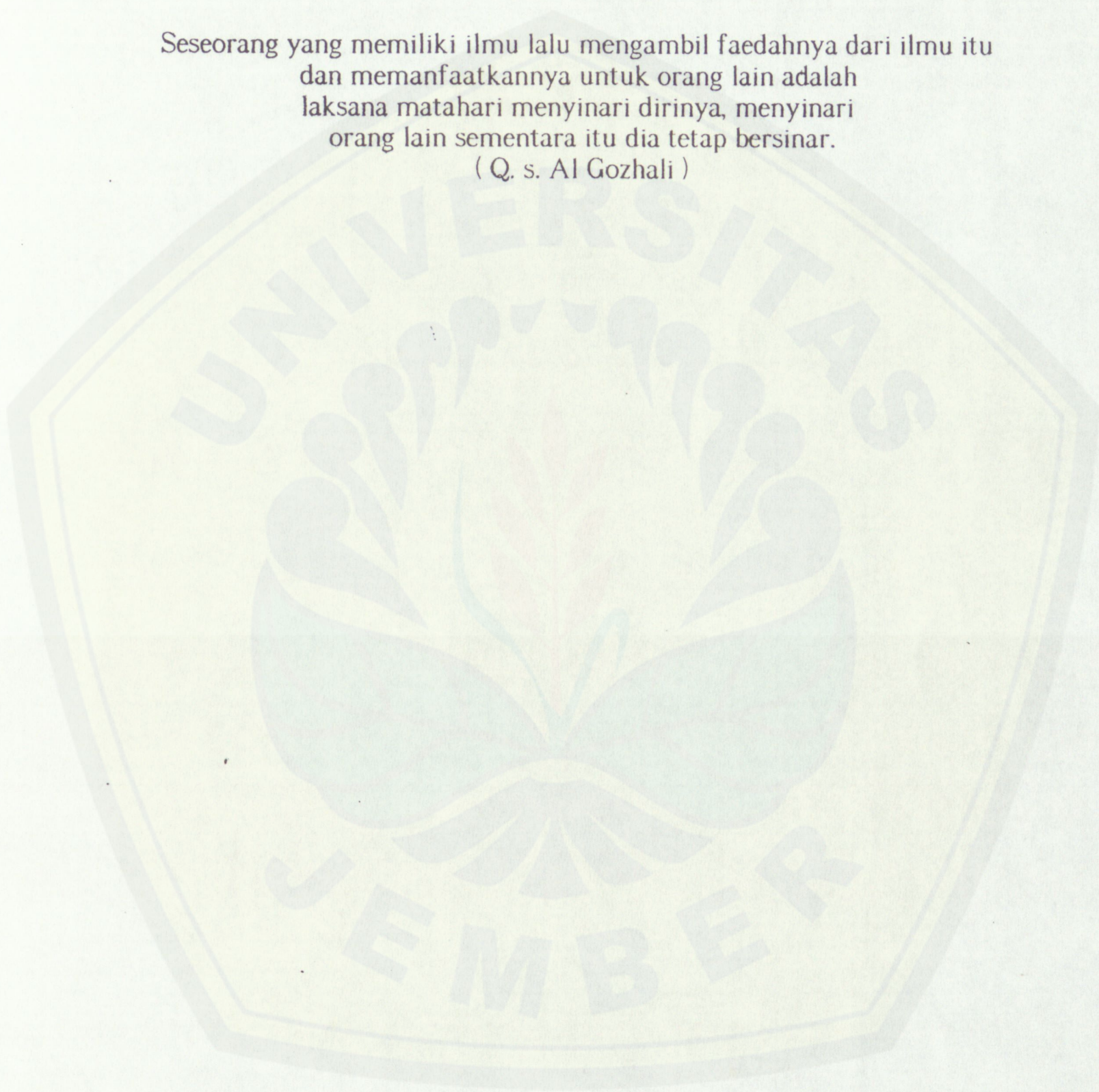
Halaman Persembahan



Skripsi ini kupersembahkan untuk :
Kedua orang tuaku Bapak dan Ibu Moch Yamin tercinta yang senantiasa
memberi semangat dan doa
Adik-adikku tersayang (Hugeng, Lina, Vierda)
Ayoek H (teruskan perjuanganmu)
Sahabat-sahabatku di muka bumi
Almamaterku tercinta

MOTTO

Seseorang yang memiliki ilmu lalu mengambil faedahnya dari ilmu itu dan memanfaatkannya untuk orang lain adalah laksana matahari menyinari dirinya, menyinari orang lain sementara itu dia tetap bersinar.
(Q. s. Al Gozhali)



ABSTRAKSI

Skripsi dengan judul Analisis Penentuan Harga Ambang Batas Tarif Kamar untuk berbagai kelas pada Hotel Kebon Agung Jember dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah tamu yang menginap, kepuasan tamu dan mendapatkan laba serta beberapa tujuan lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah tamu yang menginap adalah harga tarif sewa kamar. Harga yang berlaku ditentukan berdasarkan pada biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian dalam penetapan harga atau tarif sewa kamar harus diperhitungkan dengan tepat dan akurat, sehingga berpengaruh terhadap jumlah tamu yang menginap serta mampu mendatangkan keuntungan yang diharapkan oleh pihak Hotel Kebon Agung Jember.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode studi kepustakaan yaitu metode pengumpulan data dengan mencatat data-data yang ada dalam dokumen perusahaan. Sedangkan analisis yang digunakan adalah *forecast musiman* yaitu dengan meramalkan kamar pada tahun yang akan datang, menghitung indeks musiman tiap bulan dan menghitung besarnya trend penjualan tahunan yang akan datang, metode *least square* untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Metode jual nilai relatif untuk mengalokasikan biaya bersama pada masing-masing produk yang dihasilkan, metode pembagian untuk menentukan besarnya harga pokok masing-masing produk, metode *Mark-Up Pricing* untuk menentukan besarnya tarif kamar yang dibebankan pada tiap kamar. Untuk menentukan ambang batas tarif dengan cara mencari standart deviasi dari masing-masing biaya variabel.

Hasil analisis menunjukkan harga ambang batas tarif lebih murah dibanding dengan harga yang biasa digunakan sehingga dengan menggunakan harga ambang batas tarif dapat merangsang minat pengunjung untuk menginap di Hotel Kebon Agung Jember.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT. yang dengan segala kebesaran-Nya telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

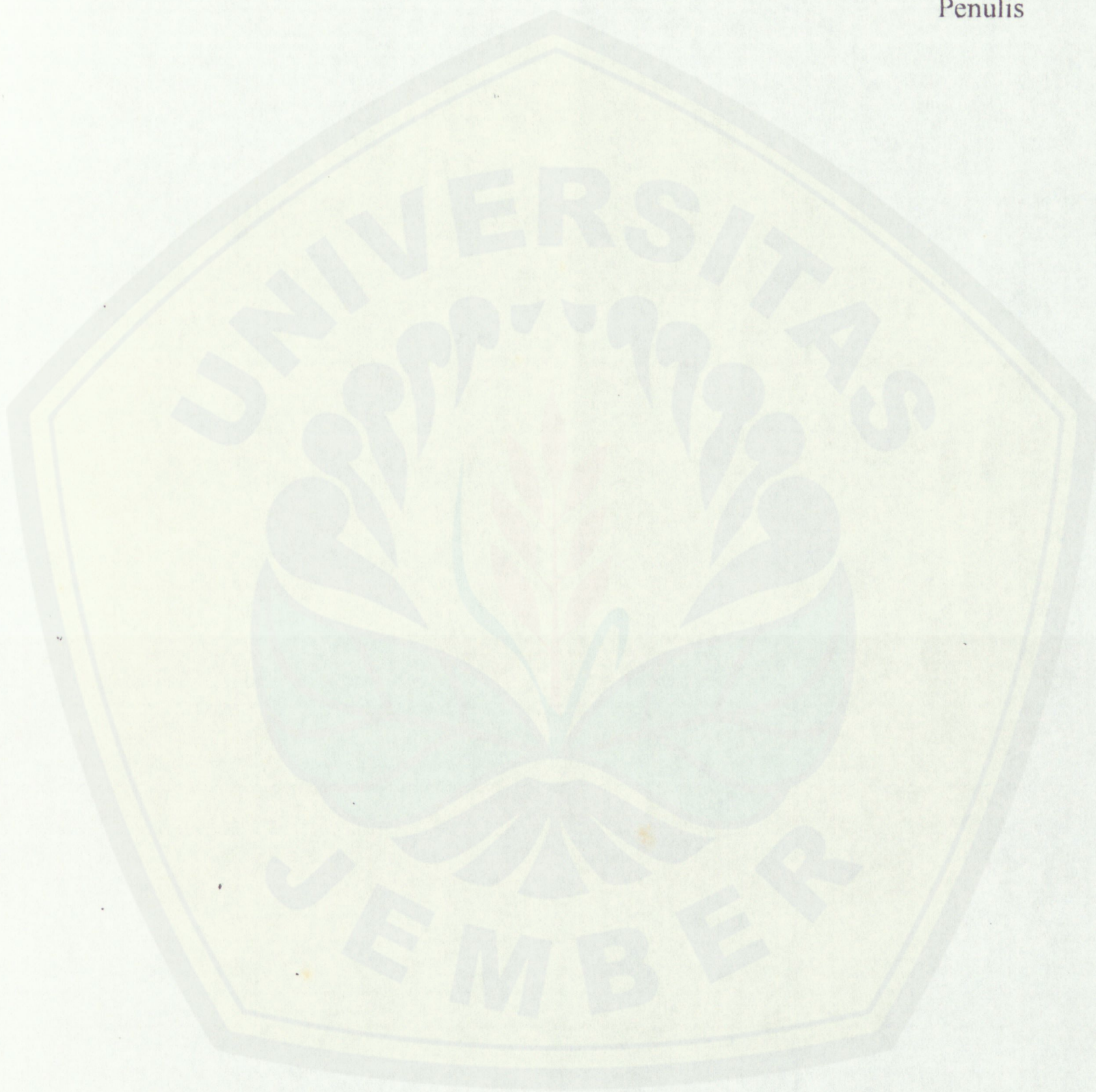
Penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, motivasi dan saran dalam penulisan skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan dan ketulusan hati menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta staf dan para dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
2. Bapak Drs. Markus Apriono, MM. selaku dosen pembimbing I yang dengan seksama dan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Moch Dimiyati, SE. selaku dosen pembimbing II yang dengan seksama dan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak R. Probo Soemantoro, selaku Manajer Hotel Kebon Agung Jember beserta staf Hotel Kebon Agung Jember yang memberikan ijin dan membantu penulis.
5. Keluarga di rumah, yang telah memberikan dorongan semangat.
6. Mas Wowok (Hero), Om Jan base camp, crew cianjur, Wong pasar, Computer All Staf (Elly, Sufi, Iesha), Sam Eko Laptop, atas bantuan ide-idenya.
7. Padi, Naff, Surya, Sampoerna, (for inspiration).
8. Rekan setia, Dhoge, Vicky, Ninik, Aci, Firman, Jonny (F4), It's, Teddy, Indra (thank's to support).
9. Staf Lembaga Penelitian Universitas Jember.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu.

Penulis mengharapkan dan menerima semua kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Juli 2003

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	3
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	4
2.2 Landasan Teori.....	4
2.2.1 Pengertian Hotel.....	4
2.2.2 Klasifikasi Hotel.....	5
2.3 Pengertian dan Pengaruh Penentuan Harga	7
2.3.1 Pengertian Harga.....	7
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	9
2.3.3 Pengaruh Penetapan Harga.....	10
2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga.....	11

2.4 Ramalan Penjualan.....	13
2.5 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan	15
2.6 Analisis Pemisahan Biaya Semi Variabel.....	17
2.7 Pengalokasian Biaya Bersama	18
2.8 Penentuan Harga Pokok	20
2.8.1 Tujuan Penentuan Harga Pokok.....	20
2.8.2 Elemen-Elemen Harga Pokok	21
2.8.3 Pengkhususan Harga Pokok.....	22
2.9 Penetapan Harga Kamar.....	23
2.10 Deviasi Standart	23
2.10.1 Pendugaan Interval.....	26

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data dan Sumber Data	27
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Devinisi Operasional Variabel	27
3.5 Metode Analisis Data.....	28
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	32

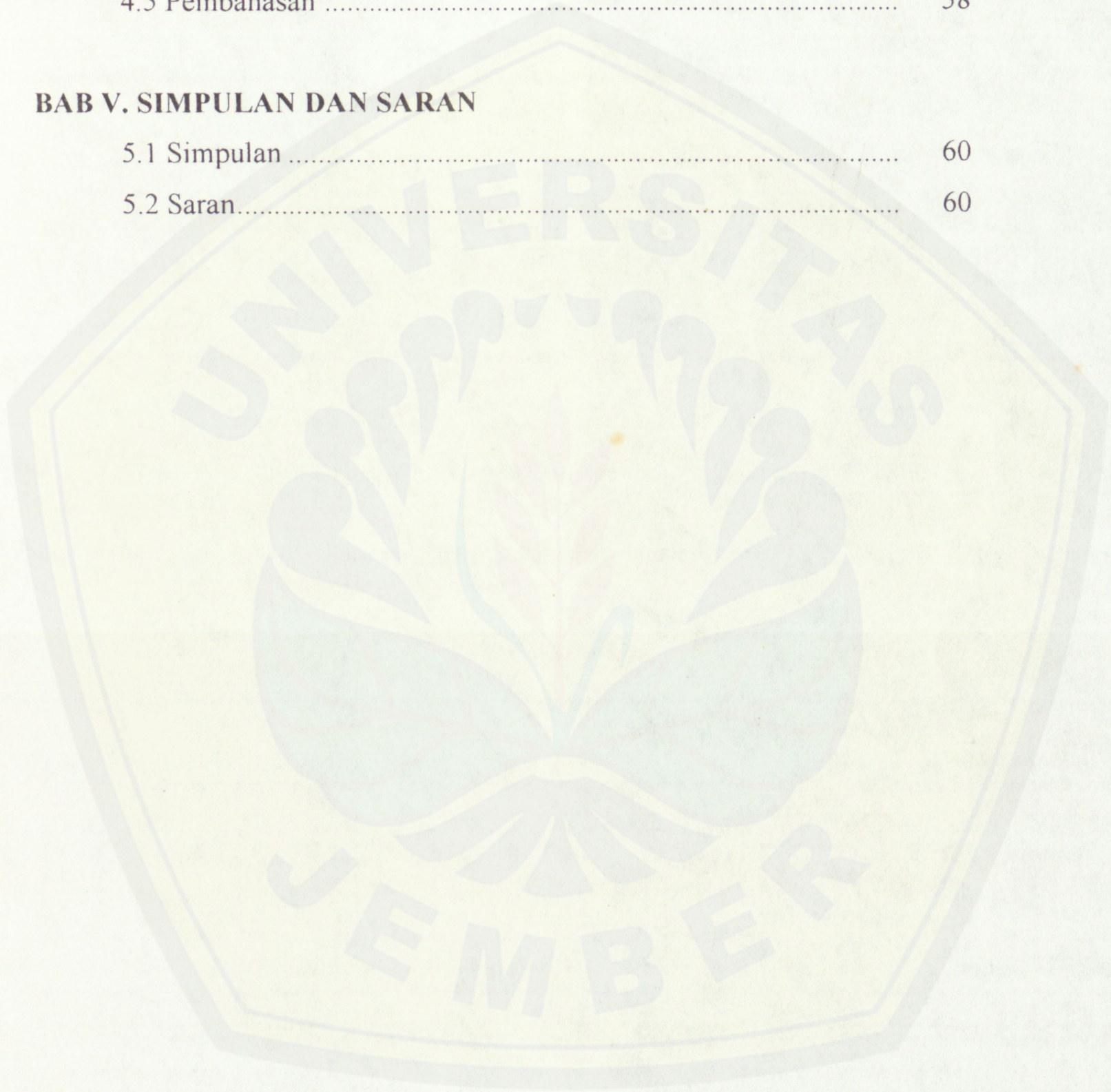
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan	33
4.1.2 Organisasi Perusahaan	34
4.1.3 Ketenagakerjaan	37
4.1.4 Fasilitas dan Perlengkapan.....	39
4.1.5 Prosedur Penerimaan dan Pelayanan Tamu	40
4.1.6 Kegiatan pemasaran	41

4.4 Analisis Data	47
4.2.1 Penentuan Tarif Kamar	47
4.2.2 Biaya Operasional Per Kelas	50
4.2.3 Penentuan Tarif Kamar Per Kelas dengan Mark-Up	52
4.2.4 Penentuan Ambang Batas Tarif	53
4.5 Pembahasan	58

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	60



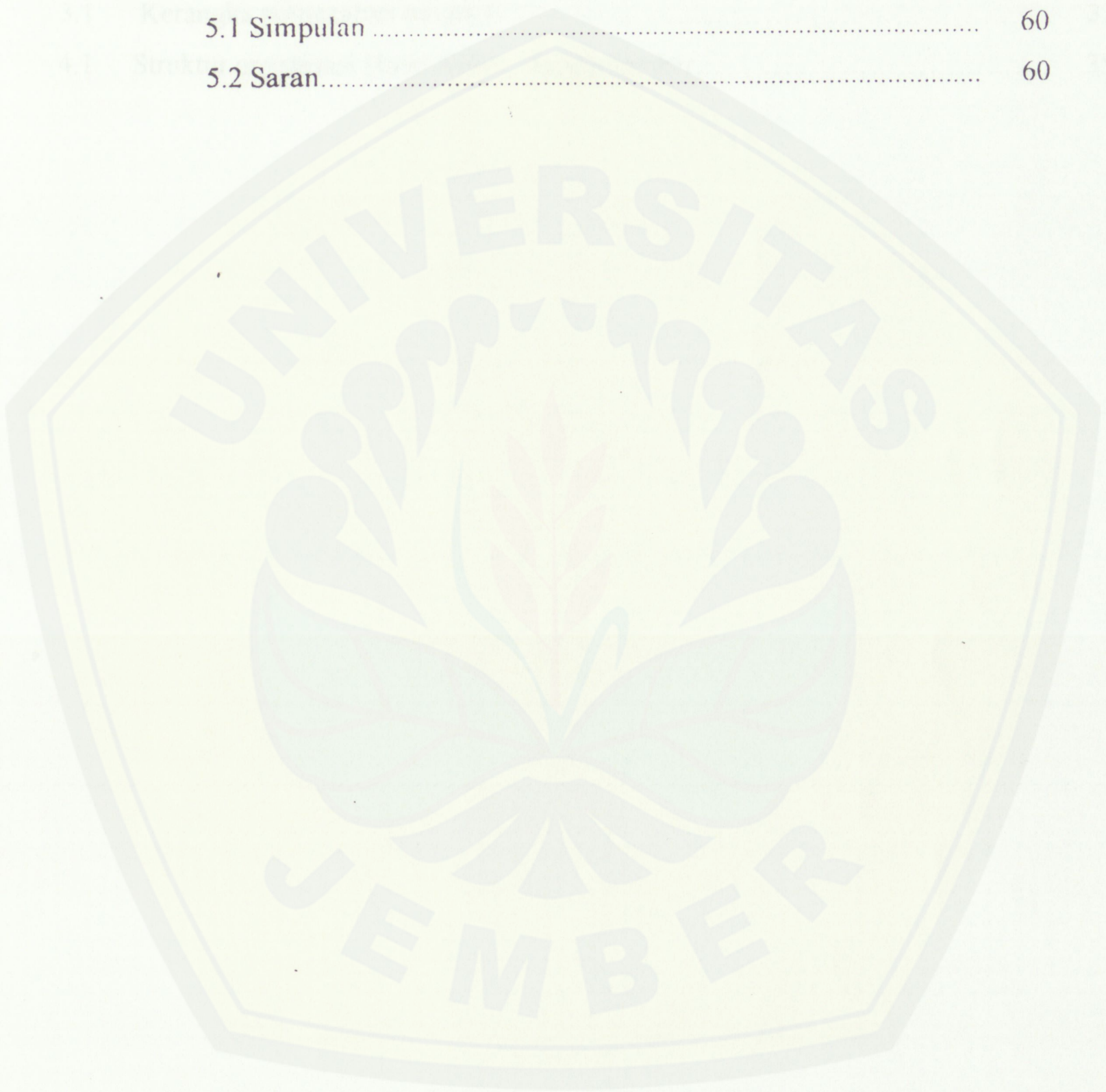
DAFTAR TABEL

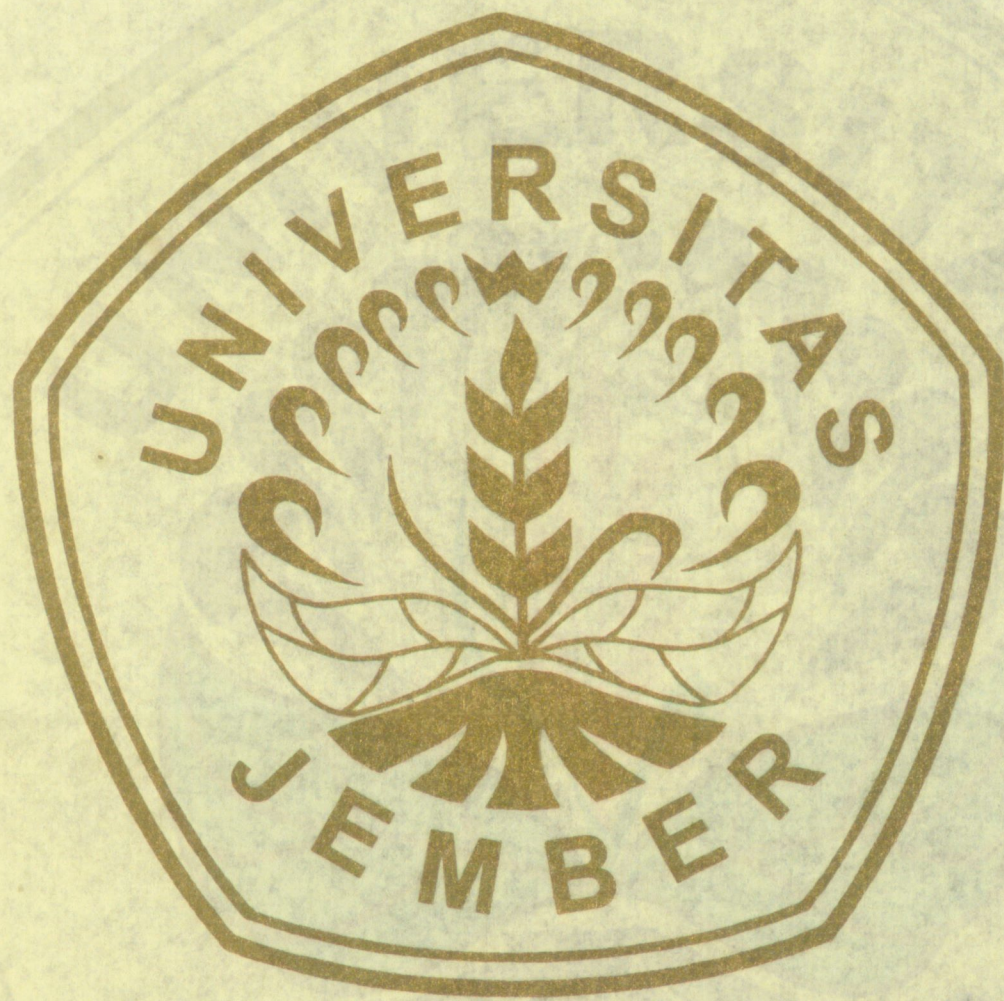
No :		Halaman:
1	Fasilitas Hotel Kebon Agung Jember	39
2	Perlengkapan Hotel Kebon Agung Jember	40
3	Penjualan kamar tahun 2000-2002.....	42
4	Penjualan kamar masing-masing kelas tahun 2000-2002.....	43
5	Biaya telpon dan telegraph tahun 2000.....	43
6	Biaya POME Tahun 2000.....	44
7	Biaya telepon dan telegraph tahun 2001.....	44
8	Biaya POME Tahun 2001.....	45
9	Biaya telepon dan telegraph tahun 2002.....	45
10	Biaya POME Tahun 2002.....	46
11	Tarif kamar per kelas tahun 2000-2002.....	46
12	Estimasi penjualan kamar menurut kelas tahun 2003.....	47
13	Pemisahan biaya semi variabel tahun 2000-2002.....	49
14	Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2000.....	49
15	Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2001.....	49
16	Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2002.....	50
17	Perencanaan biaya tetap tahun 2003.....	50
18	Perencanaan biaya tetap tahun 2002.....	51
19	Standart deviasi biaya variabel per kelas.....	53
20	Penentuan biaya variabel per unit	55
21	Biaya variabel pada ambang batas bawah per unit kamar tahun 2003.....	55
22	Total biaya semi variabel pada ambang batas bawah per unit kamar tahun 2003.....	55

4.2 Analisa Data	47
4.2.1 Penentuan Tarif Kamar	47
4.4.2 Penentuan Ambang Batas Tarif	53
4.3 Pembahasan	58

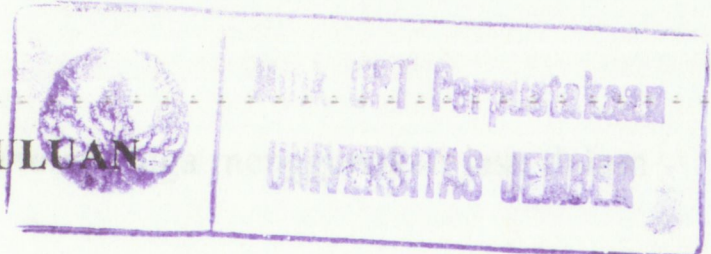
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	60
5.2 Saran.....	60





I. PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, perolehan devisa negara kita tidak hanya bersumber dari sektor migas tetapi juga sektor non migas. Pihak pemerintah juga berusaha untuk menggali sumber-sumber dari sektor non migas tersebut. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan menggalakkan industri pariwisata.

Usaha-usaha dalam pengembangan sektor kepariwisataan telah digariskan dalam GBHN tahun 1993, antara lain disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional.

Pemerintah sangat mendukung berhasilnya industri kepariwisataan ini dengan mengeluarkan kebijaksanaan-kebijaksanaan diantaranya adalah pembukaan jalur penerbangan yang menghubungkan langsung dengan kota-kota besar di dunia, memberi kemudahan-kemudahan yang menyangkut pariwisata, memperbanyak promosi pariwisata ke berbagai kota besar yang potensial.

Pengembangan sektor pariwisata yang tidak pernah lepas dari pengadaan sarana dan prasarana, salah satunya adalah pengadaan hotel. Upaya ini telah banyak di rasakan hasilnya dengan banyaknya hotel-hotel yang di bangun di berbagai tempat.

Industri perhotelan adalah salah satu sektor yang menunjang kepariwisataan nasional. Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa penginapan, makan, minum serta jasa lainnya (SK Dirjen Pariwisata No.14/III/1988). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hotel merupakan suatu industri yang memiliki karakteristik khusus yang tidak hanya menyewakan

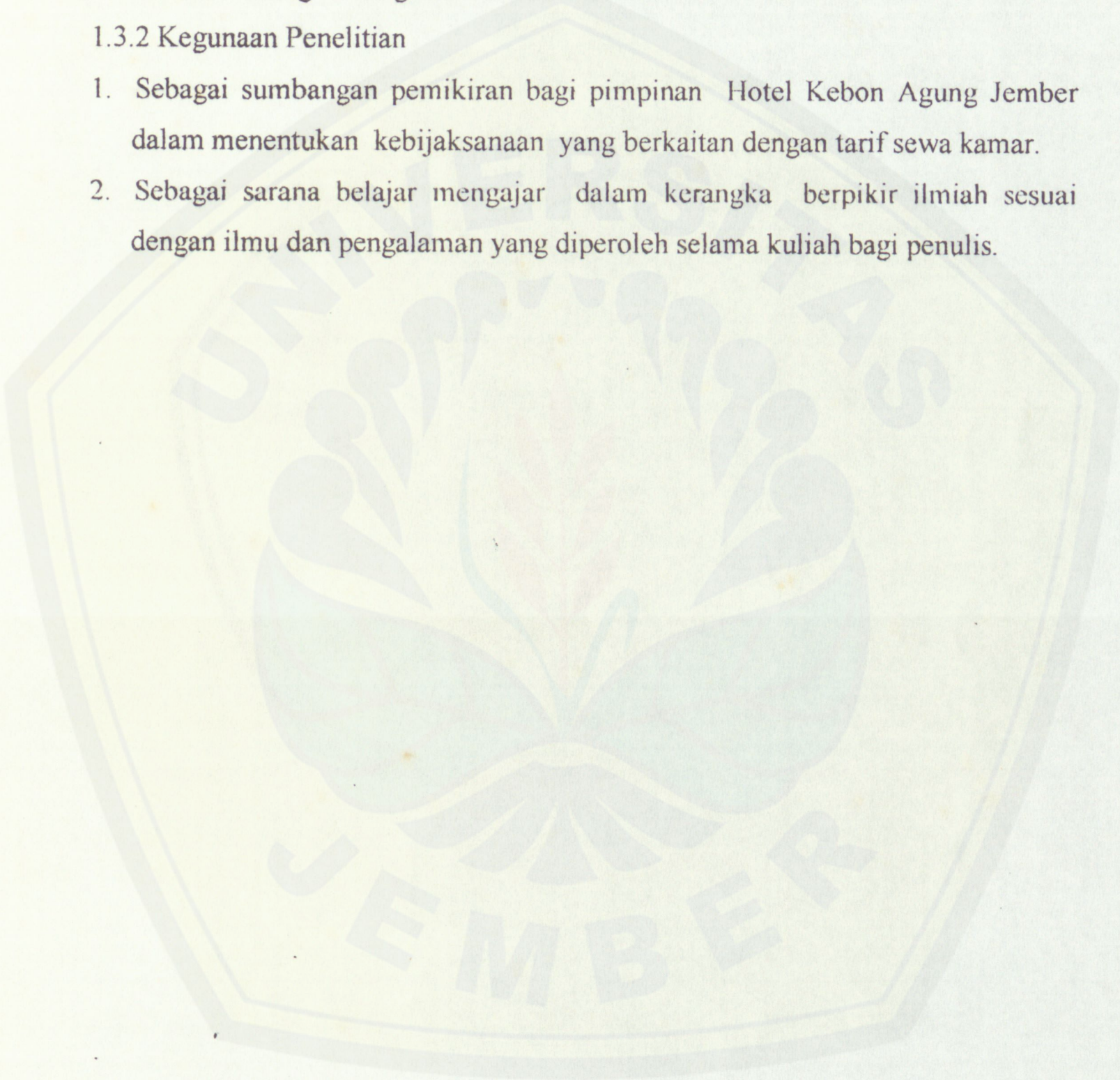
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

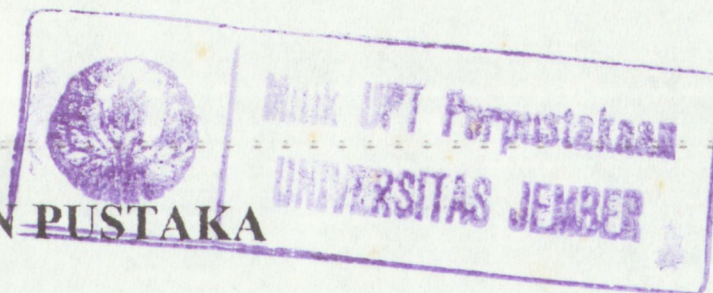
1. Untuk menentukan tarif kamar Hotel Kebon Agung Jember pada berbagai kelas tahun 2003.
2. Untuk menentukan batas ambang bawah tarif kamar Hotel Kebon Agung Jember masing-masing kelas tahun 2003.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pimpinan Hotel Kebon Agung Jember dalam menentukan kebijaksanaan yang berkaitan dengan tarif sewa kamar.
2. Sebagai sarana belajar mengajar dalam kerangka berpikir ilmiah sesuai dengan ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama kuliah bagi penulis.







II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meyliana Ika sari (1999) dengan judul “ Analisis Penetapan Harga Ambang Batas Tarif Untuk Berbagai Kelas Pada Hotel Sapta Mandala Di Blitar .“

Permasalahan yang dihadapi dalam permasalahan tersebut adalah faktor tinggi rendahnya tarif sewa kamar pada Hotel Sapta Mandala di Blitar yang diharapkan dapat memberikan keuntungan pada Hotel Sapta Mandala di Blitar.

Dalam memecahkan masalah tersebut perlu dilakukan suatu proses analisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Meramalkan penjualan kamar dengan menghitung rata-rata triwulan untuk seluruh tahun.
2. Memisahkan biaya semi variabel.
3. Menentukan batas ambang tarif.
4. Menentukan besarnya tarif kamar yang dibebankan tiap kamar.

Kesimpulan dari penelitian tersebut mengemukakan hasil penelitian yaitu untuk menarik jumlah tamu atau pengunjung yang menginap pada saat bulan-bulan tertentu yang sepi pengunjung. Pihak hotel mengambil satu alternatif harga khusus berupa potongan harga /tarif sewa kamar.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pola analisis data yang digunakan, sedangkan perbedaannya adalah terletak pada obyek penelitian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Hotel

Pengertian hotel sebagaimana tertuang dalam SK Dirjen Pariwisata no.14/UU/11/1998, adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk mengadakan jasa penginapan, makan, minum serta jasa lainnya. Sedang yang dimaksud dengan akomodasi adalah wahana untuk

menyediakan pelayanan jasa penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan, minum serta jasa lainnya .

Secara umum hotel digolongkan menjadi 2 yaitu hotel berbintang dan tidak berbintang. Penggolongan ini didasarkan pada jumlah kamar, fasilitas dan peralatan yang tersedia serta mutu pelayanan yang sesuai dengan persyaratan atau klasifikasi hotel yang telah ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata. Klasifikasi hotel ini dibagi dalam lima kelas, tertinggi dinyatakan dengan tanda 5 (lima) bintang, sedangkan kelas terendah dinyatakan dalam 1 (satu) bintang.

Klasifikasi yang diterima oleh suatu hotel dapat berubah sesuai dengan perkembangan kondisi dan pelayanan hotel tersebut. Penilaian kembali terhadap suatu hotel diadakan setiap 3 (tiga) tahun sekali dan penetapan klasifikasi hotel dinyatakan dengan yang dikeluarkan oleh Dirjen Pariwisata / pejabat yang ditunjuk. Usaha hotel harus berbentuk badan usaha. Bagi hotel yang masuk klasifikasi bintang 3, 4 dan 5 harus berbentuk PT (Perseroan Terbatas). Sedangkan hotel yang berklasifikasi bintang 2 dan 1 badan usahanya berbentuk CV (*Commanditaire Venoschape*), Firma atau koperasi.

2.2.2 Klasifikasi hotel

Seperti telah diuraikan diatas, hotel diklasifikasikan menjadi 5 (lima) bintang. Tiap-tiap kelas tersebut mempunyai kriteria sendiri yang telah ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata . Sedangkan standart klasifikasi menurut kelasnya adalah meliputi kriteria umum dan kriteria khusus:

1. Kriteria Umum

a. Hotel bintang lima

Bintang lima adalah tanda untuk hotel kelas tertinggi. Kriterianya adalah jumlah kamar standart minimal 100 buah dengan luas 26 m², mempunyai kamar suite minimal 4 buah dengan luas 52 m² dan tinggi kamar minimal 2,6 m. Jumlah investasi tiap kamar US \$ 136,000 sedangkan tarip per kamar minimal Rp 272.000,00. Sarana-sarana lainnya yang harus adalah bar, restoran, *laundry equipment* dan sarana kolam renang serta *function room*.

b. Hotel bintang empat

Kriteria untuk hotel bintang empat adalah jumlah kamar minimal 50 buah dengan luas 24 m^2 . Minimal memiliki 3 buah kamar suite dengan luas 38 m^2 tinggi kamar minimal 2,6 m. Investasi per kamar minimal US\$ 80,000 dengan tarif minimal Rp 160.000,00. Sedangkan sarana-sarana pendukung sama dengan hotel berbintang 5 (lima).

c. Hotel bintang tiga

Jumlah kamar standart minimal 30 buah dengan luas 24 m^2 dan memiliki kamar suite dengan tinggi minimal 2,6 m. Investasi per kamar minimal US\$ 39,000 dengan tarif minimal Rp 78.000,00. Sarana yang dimiliki sama dengan hotel berbintang lima.

d. Hotel bintang dua

Jumlah kamar standart minimal 20 kamar dengan luas minimal 22 m^2 dan sebuah kamar suite dengan luas minimal 44 m^2 . Tinggi kamar minimal 2,6m. Investasi per kamar minimal US\$ 29,000 dengan tarif minimal Rp 58.000,00. Sarana yang dimiliki adalah bar, restoran, kolam renang. Sedangkan fasilitas laundry equipment dan function room boleh tidak ada.

e. Hotel bintang Satu

Jumlah kamar standart minimal 15 buah dengan luas 20 m^2 dan boleh tanpa kamar *suite*. Tinggi kamar minimal 2,6 m dengan investasi per kamar minimal US\$ 27,000 dengan tarif per kamar Rp 54.000,00. Sarana yang harus dimiliki adalah bar, restoran sedangkan *laundry equipment*, kolam renang dan *function room* boleh tidak ada.

2. Kriteria khusus

a. Kriteria hotel berbintang lima dan empat

Lokasi hotel harus mudah dicapai oleh kendaraan umum atau segala jenis kendaraan dapat menuju ke lokasi hotel dengan mudah. Hotel harus menghindari pencemaran yang diakibatkan oleh suara bising, bau tidak sedap, debu, serangga maupun binatang. Setiap hotel harus memiliki taman yang bersih dan rapi, adanya fasilitas olahraga serta rekreasi. Bangunan hotel harus memiliki persyaratan perizinan sesuai UU yang berlaku. Unsur

dekorasi Indonesia harus tercermin dalam ruangan lobby, restoran, kamar tidur dan *function room*.

Harus ada lift atau elevator untuk bangunan lantai empat atau lebih. Untuk komunikasi harus ada telepon 6 saluran yang dapat digunakan untuk lokal, interlokal maupun internasional. Juga harus ada teleks sentral video atau TV, sentral radio dan sentral paging. Tersedia alat deteksi dini untuk pencegahan kebakaran serta tersedia pula pembuangan limbah yang memadai. Setiap kamar tidur harus dilengkapi dengan kamar mandi dan ruangan harus kedap suara sehingga terhindar dari kebisingan luar. Setiap hotel harus memiliki restoran, bar, *function room*, poliklinik yang memenuhi persyaratan Depkes dan peralatan minimal sesuai dengan peraturan kesehatan lengkap dengan paramedis serta menyediakan ruangan lain untuk disewakan minimal 3 ruangan seperti *drugstore*, bank/money changer, travel agen, butik, *souvenir shop* dan salon kecantikan. Selain ketentuan diatas hotel harus mempunyai dapur yang bersih, rapi dan aman. Adanya area administrasi, area tata graha dan ruang operator.

b. Kriteria hotel berbintang dua dan Satu

Pada dasarnya unsur-unsur persyaratan untuk hotel berbintang tidak jauh berbeda. Perbedaan terletak pada luas lobby yaitu minimal 30 m². Jumlah kamar yang tersedia fasilitas yang tersedia adalah olahraga dan rekreasi. Sedangkan untuk hotel bintang satu dan dua tidak ditentukan.

2.3 Pengertian dan Pengaruh Penentuan Harga

2.3.1 Pengertian Harga

Perkembangan sistim perekonomian mengalami kemajuan yang sangat pesat. Keadaan ini telah mengubah sistim perekonomian yang semula barter menjadi perekonomian yang menjadikan uang sebagai alat perantara dalam pertukaran. Uang merupakan suatu alat yang dipakai untuk menunjukkan nilai dari suatu barang dan jasa.

Menurut para ekonom nilai faedah (*utility*) dan harga merupakan konsep yang berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan

kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk menarik barang lain dalam pertukaran. Sementara dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat atau faedah (*Utility*) yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Dengan demikian nilai jual dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat / faedah yang dirasakan terhadap harga. Sedangkan harga itu sendiri memiliki pengertian sebagai berikut:

“Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya “ (Basu Swasta, 1990: 241).

Dalam pengertian secara terperinci lain dijelaskan bahwa harga adalah :

“Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa “ (Philip Kotler, 1996: 340).

Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji dan sebagainya. Harga merupakan selisih antara pendapatan total dengan biaya total. Sedangkan pendapatan total adalah perkalian antara harga per unit dengan kuantitas yang terjual.

Harga memiliki 2 peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan harga, dan peranan informasi.

1. Peranan alokasi dan harga

Harga berperan dalam membantu pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat (*Utility*) tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dengan demikian adanya harga membantu para pembeli untuk menentukan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa.

2. Peranan informasi

Dalam situasi dimana konsumen mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif maka peradaan harga akan mendidik

konsumen untuk menilai faktor-faktor produk seperti kualitas. Persepsi yang semakin adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi (Fandy Tjiptono, 1995 : 119).

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga jual suatu produk sebenarnya sangat kompleks dan sulit. Oleh karena itu pendekatan yang sistimatis, yang melibatkan penetapan tujuan dan pengembangan suatu struktur penetapan yang harus tetap .

Pada umumnya penetapan harga produk mempunyai beberapa tujuan antara lain adalah berorientasi pada laba, berorientasi pada volume, berorientasi pada citra, dan stabilitas harga.

1. Berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memiliki harga yang dapat menghasilkan laba maksimal. Dan era persaingan global dimana kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimalisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian tidak mungkin suatu perusahaan akan mengetahui secara pasti tingkatan harga yang dapat menghasilkan laba maksimal. Oleh karena itu yang sesuai adalah dengan menggunakan target laba yaitu tingkatan laba yang pantas sebagai sasaran laba.

2. Berorientasi pada volume

Orientasi perusahaan pada volume tertentu (*volume pricing objektive*), dalam hal ini ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar tertentu.

3. Berorientasi pada citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga perusahaan yang dapat menciptakan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sedangkan penetapan harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai cita tertentu (*image of value*). Dengan

demikian tujuan penetapan harga yang berorientasi pada citra adalah meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan .

4. Stabilitas harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, diturunkannya harga produk pada suatu perusahaan maka para pesaing harus menurunkan pula harga produknya. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya stabilitas harga dalam industri tertentu. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (industri leader) (Fandy Tjiptono, 1995: 120).

Sedangkan tujuan penetapan harga yang lain yaitu mencegah masuknya pesaing. Mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.3.3 Pengaruh Penetapan Harga

Kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan harus dilaksanakan secara tepat, bila perusahaan menginginkan pemasaran produknya sukses. Dalam menetapkan harga perusahaan harus menciptakan suatu keseimbangan antara yang diinginkan oleh perusahaan dan apa yang diterima oleh perantara serta para konsumen. Penetapan harga yang tidak dilandasi dengan pertimbangan strategis akan menghambat kinerja perusahaan. Seperti diketahui harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Kebijaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan pengaruh baik di dalam perusahaan maupun terhadap perekonomian.

1. Dalam perekonomian

Harga sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba atau pembayaran faktor-faktor produksi. Dalam cara tersebut harga menjadi suatu jasa dalam sistem perekonomian secara keseluruhan karena

mempengaruhi alokasi sumber-sumber yang ada. Suatu tingkat upah yang tinggi dapat menarik tenaga kerja lebih banyak. Begitu juga pada tingkat bunga yang tinggi akan menarik kapital yang besar .

2. Dalam perusahaan

Harga suatu produk merupakan penentuan bagi permintaan pasarnya. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas produknya yang terjual. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market sharenya. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Harga juga akan memberikan hasil bagi perusahaan dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan laba bersih. Harga suatu produk juga berpengaruh dalam penetapan program pemasaran suatu perusahaan .

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga

Keputusan penetapan harga suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor perusahaan internal dan faktor-faktor lingkungan eksternal.

1. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah: sasaran pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya, pertimbangan organisasi:

a. Sasaran pemasaran

Sebelum penetapan harga perusahaan harus memutuskan mengenai strateginya untuk produk. Bila perusahaan telah memilih pasar sasaran dan pemosisian secara cermat maka penetapan harganya sudah jelas. Semakin jelas sebuah perusahaan menetapkan sasarannya, semakin mudah menetapkan harganya. Contoh sasaran umum adalah bertahan hidup, memaksimalkan laba saat ini, pangsa pasar dan kepemimpinan mutu produk.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga adalah satu-satunya bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Keputusan yang

harus dikoordinasikan dengan bauran pemasaran lainnya rancangan produk, distribusi dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

c. Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan untuk produknya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang menutup semua biaya yang dikeluarkannya untuk produksi, mendistribusikan dan menjual produk serta mengembalikan usaha dan resiko yang ditanggungnya pada tingkat yang sedang. Biaya sebuah perusahaan mungkin merupakan elemen penting dalam strategi penetapan harga. Banyak perusahaan berusaha untuk menjadi "Produsen biaya rendah" dalam industrinya. Perusahaan dengan biaya lebih rendah dapat menetapkan harga lebih rendah yang menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

d. Pertimbangan organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa dalam organisasi yang sebaiknya menetapkan harga. Perusahaan menangani penetapan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen daripada oleh bagian pemasaran atau penjualan. Dalam perusahaan besar biasanya harga ditangani oleh manajer divisi atau lini produk.

2. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah pasar dan permintaan, persaingan, dan faktor lainnya:

a. Pasar dan permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapi, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli serta yang tak kalah pentingnya adalah elastisitas penawaran.

b. Persaingan

- a. Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.
 - b. Faktor lain
 - c. Faktor lainnya
- Faktor-faktor ini meliputi kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, serta tingkat bunga), kebijaksanaan dan peraturan pemerintah serta aspek-aspek sosial.

Dalam bisnis perhotelan secara umum, besarnya harga jual yang diwujudkan dalam harga kamar atau bangunan yang disewakan tergantung pula pada pelayanan serta fasilitas yang tersedia. Semakin lengkap dan berkualitas maka harga yang ditetapkan akan semakin tinggi pula.

2.4 Ramalan Penjualan

Kunci pokok yang dapat membuat suatu perusahaan bertahan dan berkembang adalah kemampuannya menyesuaikan strategi pada lingkungannya yang berkembang dengan pesat. Hal ini merupakan tugas besar para manajer untuk mengantisipasi kejadian yang akan datang dengan tepat.

Di dalam melayani kebutuhan pasarnya perusahaan perlu memperkirakan seberapa penjualan potensialnya. Setelah itu perlu dibuat suatu ramalan penjualan yang didasarkan pada penjualan riil masa lampau. Untuk sampai pada ramalan penjualan perusahaan biasanya mengikuti prosedur dengan 3 tahap, yaitu ramalan lingkungan, ramalan industri dan ramalan penjualan perusahaan. *Forecast* penjualan adalah proyeksi teknis dari permintaan pelanggan untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi (Gunawan dan Marwan, 1995: 155).

Ada 2 metode yang digunakan untuk melaksanakan peramalan yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif.

1. Metode kualitatif (*judgement method*)

Biasanya digunakan untuk menyusun *forecast* penjualan atau kondisi bisnis pada umumnya. Sumber – sumber *judgement method* adalah sebagai berikut :

- a. pendapat selesmen;
- b. pendapat seles manajer;

- b) menghitung besarnya indeks musiman untuk setiap triwulan dengan cara membagi harga rata-rata setiap triwulan yang bersangkutan dengan harga rata-rata dari seluruh triwulan yang ada;
 - c) menghitung harga trend penjualan tahunan yang diramal.
- 2) Metode perbandingan dengan rata-rata bergerak (ratio to moving average method).

Metode perbandingan dengan rata-rata bergerak untuk menentukan indeks musiman adalah merupakan suatu cara yang cukup panjang perhitungannya bila dibandingkan dengan metode rata-rata sederhana. Untuk menjelaskan cara perhitungan indeks musiman dengan rata-rata bergerak ini dengan langkah-langkahnya yaitu:

- a) menghitung rata-rata bergerak 12 bulan (4 periode), kemudian hasil perhitungan itu diletakkan ditengah-tengah periode yang bersangkutan;
- b) menghitung jumlah bergerak dua periode dari rata-rata bergerak empat periode;
- c) menghitung rata-rata bergerak yang dipusatkan dengan cara membagi dua pada tiap-tiap data yang ada pada kolom jumlah bergerak dua periode;
- d) menghitung persentase dari rata-rata bergerak dengan cara membagi data asli dengan data rata-rata bergerak dipusatkan;
- e) selanjutnya diperhitungkan harga rata-rata per triwulan untuk seluruh tahun tersebut;
- f) menghitung ramalan untuk tahun depan.

2.5 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan

Berdasarkan volume kegiatan yang dilakukan, beban atau dapat dibedakan menjadi 3 yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

1. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Biaya dapat dikatakan sebagai biaya tetap bila memenuhi kriteria sebagai berikut (Supriyono, 1991: 415):

- a. biaya yang jumlah totalnya tetap/konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkatan tertentu;
- b. biaya satuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

2. Biaya variabel (*variabel cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas produksi. Karakteristik dari biaya variabel yaitu (Supriyono 1991:418):

- a. biaya yang jumlahnya totalnya akan berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin tinggi jumlah total jumlah variabel. Semakin rendah volume kegiatan semakin rendah total biaya variabel;
- b. pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Jadi biaya satuan konstan.

3. Biaya semi variabel

Adalah biaya yang mengandung elemen biaya variabel maupun biaya tetap. Biaya ini mengalami perubahan volume kegiatan. Pada aktivitas tertentu biaya semi variabel pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya tetap. Pada tingkat aktivitas tertentu biaya semi variabel pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya variabel yaitu :

- a. biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Akan tetapi sifat perubahan tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah biaya total dan sebaliknya semakin rendah volume kegiatan, semakin rendah pula jumlah biaya total, tetapi perubahannya tidak sebanding;
- b. pada biaya semi variabel biaya satuan akan berubah berbanding terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan kegiatan tertentu semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan dan sebaliknya semakin

disebut biaya berjaga, dan biaya berjaga ini merupakan bagian yang tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan biaya variabel.

c. Metode kwadrat terkecil (*least square method*)

Dalam metode kwadrat terkecil, menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi (Mulyadi, 1991: 517).

$$\begin{aligned} Y &= a + bx \\ \sum xy &= a\sum x + b\sum x^2 \\ \sum y &= n.a + b\sum x \end{aligned}$$

Dimana :

Y = total biaya campuran yang teramati

X = volume kegiatan (aktifitas)

A = biaya tetap

B = biaya variabel

Dari persamaan tersebut diatas, rumus perhitungan a dan b adalah :

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

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

2.7 Pengalokasian Biaya bersama

Perusahaan yang menghasilkan produk bersama pada umumnya menghadapi masalah pemasaran berbagai macam produknya, karena masing – masing produk tentu mempunyai masalah pemasaran dan harga jual yang berbeda – beda.

Manajer biasanya ingin mengetahui besarnya kontribusi masing – masing produk bersama terhadap seluruh penghasilan perusahaan, karena dengan demikian manajer dapat mengetahui dari beberapa macam produk bersama tersebut jenis mana yang paling menguntungkan. Oleh karena itu penting sekali untuk mengetahui seteliti mungkin bagian dari seluruh biaya produksi yang dibebankan kepada masing – masing produksi.

Biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama yang menggunakan salah satu dari empat metode yaitu metode nilai jual relatif, metode satuan fisik, metode rata-rata biaya per satuan, dan metode rata-rata tertimbang.

1. Metode nilai jual relatif

Metode ini banyak digunakan untuk mengalokasikan biaya bersama. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. Jika salah satu produk terjual lebih tinggi dari produk lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain. Oleh karena itu menurut metode ini, cara yang logis untuk mengalokasikan biaya bersama adalah berdasarkan pada nilai jual relatif masing – masing produk bersama yang dihasilkan. Adapun presentase nilai jual dari tiap produk diperoleh dari :

$$\frac{\text{Nilai jual relatif}}{\text{Total nilai jual}} \times 100\%$$

Sedangkan alokasi biaya bersama untuk tiap – tiap produk adalah :

$$= \% \text{ nilai jual tiap produk} \times \text{biaya bersama}$$

2. Metode satuan fisik

Dalam metode ini mencoba menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar keofisien fisik, yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk, keofisien fisik ini

dinyatakan dalam satuan berat, volume atau ukuran yang lainnya. Dengan demikian metode ini menghendaki bahwa produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama. Jika produk bersama mempunyai satuan ukuran yang berbeda, harus ditentukan koefisien ekuivalensi yang digunakan untuk mengubah berbagai satuan tersebut menjadi satuan ukuran yang sama.

3. Metode rata-rata biaya per satuan

Metode ini hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. Pada umumnya metode ini digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk yang sama dari satu proses yang sama, tetapi mutunya berlainan. Dalam metode ini harga pokok masing-masing produk dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi. Pemikiran yang mendasari pemakaian metode ini adalah karena semua produk dihasilkan dari proses yang sama, maka tidak mungkin biaya untuk memproduksi satu satuan produk berbeda satu sama lain.

4. Metode rata-rata tertimbang

Jika dalam metode rata-rata persatuan dasar yang dipakai dalam mengalokasikan biaya bersama adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan dulu dengan angka penimbang dan hasil kalinya baru dipakai sebagai dasar alokasi. Penentuan angka penimbang untuk tiap-tiap produk didasarkan pada jumlah yang dipakai, sulitnya pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi dan perbedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan.

2.8 Penentuan Harga Pokok

2.8.1 Tujuan Penentuan Harga Pokok

Sebagian besar perusahaan yang bersifat agraris, ekstraktif, perniagaan maupun perusahaan yang bersifat industri tidak luput dari masalah penentuan harga pokok. Penentuan harga pokok ini terutama sangat penting dalam perusahaan yang bersifat industri. Yang dimaksud dengan harga pokok adalah

jumlah biaya seharusnya untuk memproduksi suatu barang ditambah biaya seharusnya lainnya sehingga barang itu berada di pasar.

Ada beberapa tujuan dari penentuan harga pokok yaitu (Manullang, 1991:137):

1. untuk menentukan harga penjualan;
2. untuk menentukan efisien tidaknya suatu perusahaan;
3. menentukan kebijaksanaan dalam penjualan;
4. sebagai pedoman dalam pembelian;
5. untuk perhitungan neraca.

2.8.2 Elemen-elemen Harga Pokok

Untuk menentukan besarnya harga pokok, terlebih dahulu harus diketahui elemen-elemen harga pokok. Elemen harga pokok tentu berbeda bagi tiap macam barang, namun secara umum dapat dikatakan bahwa elemen-elemen harga pokok meliputi (Manullang, 1991:141):

1. harga tenaga kerja;
2. harga bahan mentah dan bahan pembantu;
3. biaya umum;
4. biaya penjualan.

1. Harga tenaga kerja

Harga tenaga kerja adalah upah langsung yang di bayar dalam memproduksi suatu barang.

2. Harga Bahan mentah dan bahan pembantu

Harga bahan mentah dan bahan pembantu adalah jumlah bahan mentah dan pembantu yang digunakan dalam proses produksi suatu barang dikalikan dengan harga tiap kg atau tiap potong. Dalam lingkungan usaha perhotelan yang di maksud dengan bahan mentah adalah nilai penyusutan dari seluruh perlengkapan dan barang yang ada di kamar hotel.

3. Biaya Umum

Yang dimaksud dengan biaya umum adalah segala macam pengeluaran yang harus dibayar tanpa memperhatikan tingkat proses produksi dari perusahaan.

Yang termasuk ke dalam biaya umum adalah:

- a. gaji pegawai;
- b. upah pembantu;
- c. penyusutan mesin, gedung dan peralatan-peralatan;
- d. perbaikan mesin, gedung dan peralatan;
- e. penerangan;
- f. asuransi;
- g. bunga;
- h. pajak;
- i. pengeluaran untuk keperluan administrasi;
- j. sewa.

4. Biaya penjualan

Termasuk ke dalam biaya penjualan adalah segala pengeluaran yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi. Pengeluaran tersebut misalnya gaji pegawai, penjualan, biaya telepon dll.

2.7.3 Metode Penentuan Harga pokok

Di dalam penentuan harga pokok dapat digunakan salah satu dari dua metode penentuan harga pokok yaitu:

1. penentuan harga pokok penuh (*full costing*), atau harga pokok penyerapan (*absorbtion costing*), atau harga pokok konvensional (*conventional costing*);
2. penentuan harga pokok variabel (*variabel costing*), atau harga pokok marginal (*marginal costing*).

Harga pokok penuh membebankan semua elemen biaya produksi, baik tetap maupun variabel ke dalam harga pokok produksi. Untuk tujuan pengendalian manajemen dalam jangka pendek, digunakan metode penentuan harga pokok variabel.

2.8.3 Pengkhususan Harga Pokok

Ada dua cara pengkhususan harga pokok yaitu (Manullang, 1991:167): cara pembagian dan cara perbandingan nilai.

1. Cara pembagian

Cara ini digunakan bagi perusahaan yang menghasilkan produksi massa di mana hanya satu jenis barang hasil yang di produksi. Setelah di ketahui harga pokok untuk satu proses produksi, kemudian jumlah barang yang di produksi atau dengan rumus :

$$\text{Harga pokok} = \frac{\text{Biaya seluruhnya}}{\text{Jumlah barang yang diproduksi}}$$

Cara ini bisa digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang homogen.

2. Cara perbandingan nilai

Bagi perusahaan yang menghasilkan barang lebih dari satu pada suatu proses produksi yang sama, maka untuk mengkhususkan harga pokok dipakai cara angka perbandingan nilai.

2.9 Penetapan Harga Kamar

Didalam menetapkan harga kamar ada beberapa metode diantaranya adalah metode *Mark-Up Pricing*.

Mark-UP Pricing merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untk menghasilkan harga jual. Jadi *Mark-Up* tersebut di pakai oleh perusahaan untuk menutup biaya *overhead* dan laba bagi perusahaan. Biasanya *Mark-Up* tersebut ditentukan dengan persentase dari biaya produk atau harga jualnya. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Biaya produk} + \text{Mark-Up} \\ &= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{biaya produk}) \end{aligned}$$

2.10 Deviasi Standart

Rata-rata dari serangkaian nilai observasi tidak dapat diinterprestasikan secara terpisah dari hasil dispersi nialai-niali observasi X_i , maka dispersi nilai-nilai tersebut akan sama dengan nilai X_i . Semakin besar variasi nilai X_i , makin kurang representatif rata-rata distribusinya. Pengukuran dispersi dapat dilakukan dalam beberapa cara :

1. Pengukuran jarak (*range*)

Penentuan jarak sebuah distribusi merupakan pengukuran dispersi yang paling sederhana. Jarak sebuah distribusi frekuensi dirumuskan sebagai beda antara pengukuran nilai terbesar dan nilai terkecil yang terdapat dalam sebuah distribusi. Bila nilai-nilai observasi telah dikelompokkan kedalam distribusi frekuensi, maka jarak distribusi dirumuskan sebagai beda antara pengukuran nilai titik tengah kelas pertama dan nilai titik tengah kelas terakhir. Beberapa statistisi lebih condong guna mengukur jarak distribusi atas dasar beda antara tepi kelas bawah dari kelas pertama dan tepi kelas atas dari kelas terakhir. Karena kesederhanaan pengukurannya maka pengukuran jarak banyak sekali digunakan dalam pengawasan kualitas.

2. Pengukuran deviasi kuartil

Nilai-nilai kuartil adalah X_i yang ordinatnya membagi seluruh distribusi dalam empat bagian yang sama. Q_1 merupakan kuartil pertama, Q_2 merupakan kuartil kedua dan sama dengan median, sedangkan Q_3 dinamakan kuartil ketiga. Pada distribusi kuartil, 50% dari nilai observasi seharusnya terletak antara Q_1 dan Q_3 . Jarak antara keduanya dinamakan jarak interkuartil. Pengukuran dispersi atas dasar jarak interkuartil dinamakan deviasi kuartil, dan pengukuran ini tidak membawa pengaruh terhadap X_i yang terdapat diatas Q_3 atau dibawah Q_1 . Pengukuran sedemikian itu jauh lebih baik daripada pengukuran jarak. Secara teoritis, pengukuran deviasi kuartil sebuah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$d_Q = \frac{Q_3 - Q_1}{2}$$

3. Pengukuran Deviasi Rata-rata (*Mean Deviation*)

Dispersi serangkaian nilai-nilai observasi akan kecil bila nilai-nilai tersebut terkonsentrasi sekitar rata-ratanya. Sebaliknya dispersinya akan menjadi besar bila nilai-nilai observasi jauh dari rata-ratanya. Statistisi umumnya memberi perumusan tentang dispersi atas dasar jarak (*deviasi*) nilai-nilai observasi diatas rata-ratanya. Bila serangkaian nilai-nilai observasi x_1, x_2, \dots, x_n memiliki

rata-rata \bar{x} , maka deviasi nilai-nilai diatas dari \bar{x} -nya secara berturut-turut dapat dinyatakan sebagai $x_1 - \bar{x}, x_2 - \bar{x}, \dots, x_n - \bar{x}$. Penjumlahan deviasi diatas dan rata-ratanya menjadi $\frac{\sum (x_i - \bar{x})}{n}$. Untuk data yang belum dikelompokkan deviasi rata-rata dari seluruh nilai-nilai observasi x_i dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$d_x = \frac{\sum (x_i - \bar{x})}{n}$$

Sedangkan untuk data yang sudah dikelompokkan kedalam bentuk distribusi frekuensi, maka deviasi rata-ratanya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$d_x = \frac{\sum f_i (x_i - \bar{x})}{n}$$

Dimana:

f_i = frekuensi dari kelas distribusi ke- i

k = jumlah kelas distribusi

4. Pengukuran Deviasi Standart

Penggunaan nilai-nilai absilot bagi pengukuran dispersi tidak memungkinkan manipulasi secara matematis. Dalam pengukuran standar deviasi ada data-data yang belum dikelompokkan. Pengukuran deviasi standart yang belum dikelompokkan yaitu:

$$S = \left[\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n} \right]^{1/2}$$

Bagi distribusi sampel dengan $n < 100$; Fisher, Wilds, dan beberapa satistisi memberi perumusan deviasi standart sebagai berikut:

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}$$

dan

$$S = \frac{\sum (x_i - x)^2}{n-1}$$

Rumus deviasi standart untuk data yang telah dikelompokkan Yaitu:

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - x)^2 \cdot f_i}{n}$$

Dimana:

X_i = titik tengah tiap-tiap kelas

F_i = jumlah frekuensi kelas

2.10.1 Pendugaan Interval

Suatu pengukuran yang obyektif tentang derajat kepercayaan kita terhadap penelitian pendugaan, maka kita sebaiknya menggunakan pendugaan interval. . Pendugaan sedemikian itu akan memberikan kita nilai-nilai statistik dalam suatu interval dan bukan nilai tunggal sebagai penduga parameter, dengan kata lain kita dapat menggagalkan berapa besar kepercayaan kita bahwa interval diatas betul-betul mencakup parameter yang kita duga. Pendugaan interval sedemikian itu akan merupakan interval atau interval keyakinan .

Untuk sampel kecil, pendugaan parameter populasi sebaiknya dilakukan dengan distribusi t yang variabelnya distandarisasi dan diberikan sebagai berikut: (Anto Dajan, 1991: 218).

$X - t_{(\alpha/2, d, f)} S/\sqrt{n} < \mu$, sebagai batas bawah

$X - t_{(\alpha/2, d, f)} S/\sqrt{n} > \mu$, sebagai batas atas

Sedangkan untuk sampel besar digunakan rumus sebagai berikut:

$X - Z_{(\alpha/2, d, f)} S/\sqrt{n} < \mu$, sebagai batas bawah

$X - Z_{(\alpha/2, d, f)} S/\sqrt{n} > \mu$, sebagai batas atas





III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari dokumen perusahaan dalam hal ini Hotel Kebon Agung Jember.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan mencatat data-data yang ada dalam dokumen perusahaan, penelitian terdahulu, dan literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.3 Identifikasi Variabel

1. Tarif adalah jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat suatu produk atau jasa.
2. Ambang batas adalah suatu batas minimum yang masih dapat diterima dalam menetapkan biaya produk atau jasa.
3. Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk operasional baik produk atau jasa.

3.4 Devinisi Operasional Variabel

1. Tarif adalah tarif kamar berbagai kelas yang ada di Hotel Kebon Agung Jember untuk satu kali inap dalam satuan rupiah.
2. Ambang batas bawah tarif kamar adalah harga minimum tarif kamar untuk berbagai kelas di Hotel Kebon Agung Jember yang masih dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.
3. Biaya operasional kamar adalah segala pengeluaran yang berhubungan dengan jasa persewaan kamar pada Hotel Kebon Agung Jember.

3.5 Metode Analisis Data

1. Menentukan tarif kamar pada berbagai kelas

Untuk menentukan tarif kamar pada berbagai kelas menggunakan langkah-langkah yang diperhitungkan sebagai berikut:

- a. Meramalkan penjualan kamar pada tahun yang akan datang dengan Forecast Musiman yaitu dengan menggunakan metode rata-rata sederhana langkah-langkahnya adalah sebagai berikut (Mulyadi, 1985: 151):

1) Menghitung indeks musiman (im) tiap bulan:

$$im = \frac{\bar{X}}{Z}$$

2) Menghitung besarnya trend penjualan tahun yang akan datang:

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{n}$$

- b. Merencanakan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan metode *Least Square* yaitu dengan rumus sebagai berikut (Mulyadi, 1991: 517):

$$Y = a + bx$$

Untuk menetapkan unsur biaya tetap dan biaya variabel dengan persamaan sebagai berikut :

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

Dimana

a = biaya tetap

b = biaya variabel

Dimana

a = biaya tetap

b = biaya variabel

n = jumlah data

x = volume kegiatan

y = total biaya campuran yang teramati.

- c. Untuk mengalokasikan biaya bersama pada masing-masing produk yang dihasilkan dengan menggunakan metode Nilai Jual relatif, yaitu dengan rumus sebagai berikut (Mulyadi, 1991: 360):

$$\frac{\text{Nilai jual relatif}}{\text{Total nilai jual}} \times 100 \%$$

- d. Untuk menentukan besarnya harga pokok masing-masing produk dengan menggunakan metode pembagian yaitu dengan rumus sebagai berikut (Manullang, 165):

$$\text{Harga Pokok} = \frac{\text{Biaya seluruhnya}}{\text{Jumlah barang yang diproduksi}}$$

- e. Untuk menentukan besarnya tarip kamar yang dibebankan pada tiap kamar dengan menggunakan metode *Mark-Up Pricing* dengan rumus sebagai berikut (Basu Swasta, 1990: 257):

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produk} + \text{Mark-Up} \\ &= \text{Biaya Produk} + (\% \times \text{biaya produk}) \end{aligned}$$

2. Menentukan ambang batas tarif dengan cara :

- a. Mencari Standart Deviasi dari masing-masing biaya variabel yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Anto Dajan, 1991: 218):

$$S = \left(\frac{1}{n-1} \sum (X_i - \bar{X})^2 \right)^{1/2}$$

Dimana :

S = Standart deviasi biaya variabel

N = Banyaknya data

X_i = Jumlah biaya tahun ke-i

X = Rata-rata jumlah biaya

- b. Menentukan ambang batas dari masing-masing biaya variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Anto Dajan, 1991: 221):

Sebagai batas bawah :

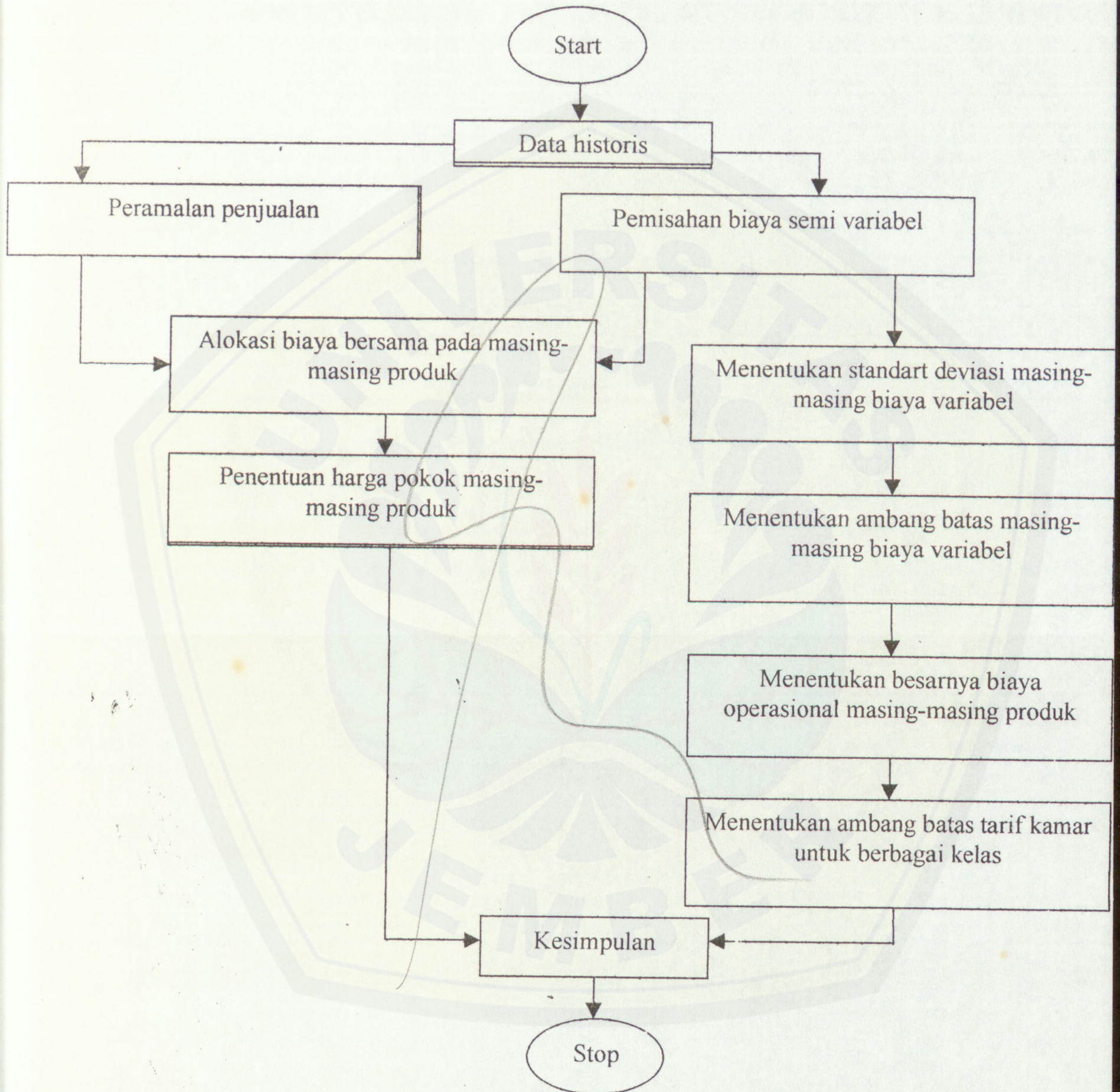
$$X - t_{(\alpha/2, df)} \frac{S}{\sqrt{n}} \leq \mu$$

- c. Menentukan besarnya biaya operasional masing-masing produk dengan menggunakan pembagian yaitu dengan rumus sebagai berikut (Manullang, edisi revisi 165):

$$\text{Harga Pokok} = \frac{\text{Biaya seluruhnya}}{\text{Jumlah barang yang diproduksi}}$$

3.6 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan metode analisis data yang telah tersaji dimuka maka langkah-langkah pemecahannya dapat diterangkan pada gambar 3.1.



Gambar 3.1: Kerangka pemecahan masalah





IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Kebon Agung Jember yang beralamatkan di Jalan Arwana 59 daerah Gebang, Kabupaten Jember, merupakan hotel milik Pemerintah Kabupaten Jember dan telah beroperasi sejak tahun 1961. Hotel ini didirikan dengan tujuan sebagai sarana penunjang pembangunan daerah melalui bidang pariwisata. Hotel ini dibangun dengan menggunakan dana dari APBD Kabupaten Jember. Sebenarnya tujuan awal pendirian hotel ini lebih condong pada penyediaan sarana penginapan untuk para tamu dari luar daerah yang melakukan kunjungan dinas ke Jember, daripada untuk kepentingan bisnis. Akan tetapi karena prospeknya yang cukup menjanjikan (banyaknya pesanan kamar dari masyarakat umum), maka orientasi awal yang lebih mementingkan keperluan dinas, dirubah menjadi orientasi bisnis murni.

Pada awal berdirinya, Hotel Kebon Agung Jember hanya memiliki 10 kamar inap, satu ruang aula dan beberapa ruangan lain untuk operasional hotel, sedangkan penerangannya menggunakan listrik tenaga diesel pukul dari pukul 5 sore hingga pukul 11 malam dan selebihnya menggunakan penerangan lampu minyak. Pada tahun 1965, Hotel Kebon Agung Jember mulai membenahi keberadaannya dengan penambahan beberapa kamar inap dan fasilitasnya secara bertahap sampai sekarang. Pada tahun 1980, dibangun kolam renang dengan standar nasional sebagai kelengkapan fasilitas hotel sekaligus sebagai sumber pendapatan lainnya bagi Hotel Kebon Agung Jember (sebenarnya kolam renang ini sudah ada sejak tahun 1961, akan tetapi bentuknya masih berupa pemandian).

Hotel Kebon Agung Jember, yang dibangun diatas areal tanah seluas \pm 2 hektar dengan ketinggian 110 dari permukaan laut, saat ini memiliki 34 kamar inap, 3 ruangan kantor, 1 ruang aula, 2 garasi, 1 lapangan tenis, 2 kolam renang dan areal parkir yang luas. Tiga puluh empat kamar inap yang tersedia, dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : 3 buah suite room, 6 buah VIP room dan 25 standard room. Dengan jumlah kamar dan fasilitas serta layanan yang disediakan, Hotel

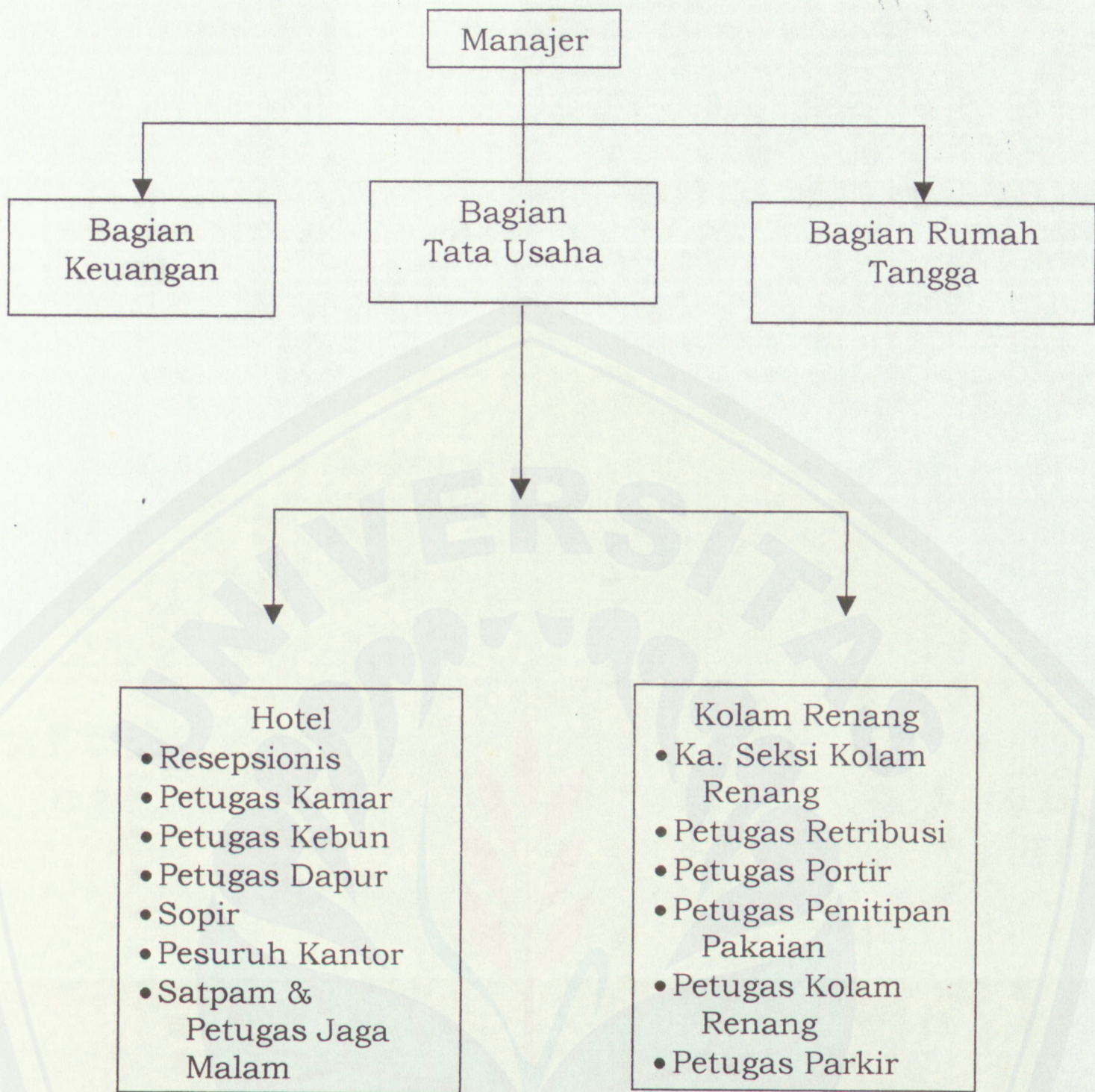
Kebon Agung Jember hingga saat ini mampu menjaga penjualannya (tingkat hunian kamar) tetap konstan dalam kondisi apapun. Sesuai dengan harga kamar yang ditawarkan, fasilitas yang diberikan, tingkat kenyamanan dan kawasan berdirinya, Hotel Kebon Agung Jember pada saat ini terdaftar sebagai hotel non-bintang atau tepatnya hotel kelas “Melati II”.

Diharapkan dengan kondisi sosial politik yang terjadi saat ini, perekonomian bisa membaik sehingga Hotel Kebon Agung Jember dapat meningkatkan tingkat penjualannya.

4.1.2 Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah gambaran secara skematis mengenai hubungan kerjasama dari suatu kelompok individu dalam suatu organisasi sebagai usaha untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Peranan struktur organisasi dalam suatu perusahaan sangat penting, karena dengan adanya struktur organisasi ini, dapat diketahui dengan jelas bagaimana tugas, tanggung jawab dan wewenang yang dimiliki oleh masing-masing pihak dalam perusahaan. Dengan struktur organisasi yang baik dan efektif, pencapaian tujuan perusahaan akan dapat dilakukan dengan lebih mudah dan terarah.

Secara umum terdapat tiga macam struktur organisasi, yaitu garis, fungsional, dan staf. Hotel Kebon Agung Jember sendiri menggunakan struktur organisasi garis yang mempunyai ciri dimana pemimpin atau manajer berwenang dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan. Secara skematis bentuk struktur organisasi Hotel Kebon Agung Jember dapat diikuti pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Kebon Agung Jember
 Sumber : Hotel Kebon Agung Jember

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian diuraikan seperti berikut ini.

1. Manajer
 - a. Mengkoordinir semua kegiatan hotel dan kolam renang;
 - b. Berwenang memutuskan kebijakan perusahaan;
 - c. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan Hotel Kebon Agung Jember.
2. Kepala Bagian Keuangan
 - a. Menyelenggarakan semua kegiatan pembukuan;
 - b. Mengkoordinasi kegiatan keuangan di bagian hotel maupun kolam renang.
3. Kepala Bagian Tata Usaha
 - a. Melakukan pembayaran pada karyawan;
 - b. Mengkoordinir dan mengatur semua kegiatan administrasi;
 - c. Melakukan setoran biaya penggunaan fasilitas.
4. Kepala Bagian Rumah Tangga
 - a. Melakukan kegiatan perawatan kamar;
 - b. Melakukan kegiatan pengadaan dan penyediaan fasilitas.
5. Resepsionis
 - a. Menerima tamu hotel sekaligus menangani pembayaran sewa kamar;
 - b. Memberikan setiap informasi mengenai Hotel Kebon Agung Jember pada tamu hotel bila diminta;
 - c. Menyetor hasil pembayaran sewa kamar secara berkala pada bagian keuangan.
6. Petugas Kamar
 - a. Membersihkan dan membenahi kamar-kamar;
 - b. Membantu memperlancar penempatan tamu hotel;
 - c. Melayani tamu.
7. Petugas Kebun

Membersihkan dan memelihara taman.
8. Petugas Dapur
 - a. Menyelenggarakan penyediaan makanan;
 - b. Menyediakan jasa *laundry* untuk tamu hotel.

9. Sopir
 - a. Merawat dan membersihkan kendaraan dinas;
 - b. Mengemudikan mobil untuk kepentingan dinas.
10. Pesuruh Kantor

Membantu kegiatan di kantor.
11. Kasi. Kolam Renang
 - a. Mengkoordinasi semua kegiatan di kolam renang;
 - b. Menyusun pembukuan untuk pendapatan dan biaya kolam renang.
12. Petugas Retribusi

Melayani pembayaran tiket untuk pengunjung kolam renang.
13. Petugas Portir
 - a. Menyobek tiket dari pengunjung;
 - b. Mengatur ketertiban pengunjung yang masuk area kolam renang.
14. Petugas Penitipan Pakaian
 - a. Menerima dan menyimpan pakaian penunjang;
 - b. Bertanggung jawab terhadap kelancaran dan kebersihan kamar ganti dan kamar bilas.
15. Petugas Kolam Renang
 - a. Bertanggung jawab atas pengadaan dan kebersihan air kolam renang;
 - b. Menjaga kebersihan dan keteraturan area kolam renang.
16. Petugas Parkir
 - a. Menjaga dan mengatur parkir kendaraan;
 - b. Memungut uang retribusi parkir.
17. Satpam dan Petugas Jaga Malam
 - a. Bertanggung jawab atas keamanan di area hotel dan kolam renang;
 - b. Bertanggung jawab atas keamanan tamu hotel.

4.1.3 Ketenagakerjaan

Hotel Kebon Agung Jember memiliki jumlah tenaga kerja/karyawan yang cukup banyak untuk ukuran hotel sekelasnya, yaitu 37 orang tenaga kerja, yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Manajer	1 orang
2. Bagian Keuangan	1 orang
3. Bagian Tata Usaha	2 orang
4. Bagian Rumah Tangga	2 orang
5. Kasi. Kolam Renang	1 orang
6. Resepsionis	4 orang
7. Petugas Kamar	8 orang
8. Petugas Dapur	2 orang
9. Petugas Kebun	3 orang
10. Sopir	1 orang
11. Pesuruh Kantor	1 orang
12. Petugas Retribusi	1 orang
13. Petugas Portir	1 orang
14. Petugas Penitipan Pakaian	2 orang
15. Petugas Kolam Renang	2 orang
16. Petugas Parkir	1 orang
17. Satpam & Petugas Jaga malam	4 orang

Dari seluruh karyawan Hotel Kebon Agung Jember di atas, sebagian terdiri dari karyawan tidak tetap dan sisanya karyawan tetap, beberapa dari karyawan tetap tersebut berstatus sebagai pegawai negeri sipil.

Kegiatan di Hotel Kebon Agung Jember untuk bagian pelayanan hotel berlangsung selama 24 jam dan dibagi dalam tiga *shift*, yaitu:

1. *shift* I, jam 07:00 – 14:00
2. *shift* II, jam 14:00 – 21:00
3. *shift* III, jam 21:00 – 07:00

Untuk karyawan non-pelayanan, jam kerjanya berlangsung 7 – 8 jam. Khusus untuk karyawan bagian pelayanan di kolam renang, jam kerjanya mulai jam 06:00 sampai jam 17:00, kecuali hari libur dan hari besar.

4.1.4 Fasilitas dan Perlengkapan

Hotel Kebon Agung Jember dalam operasinya mempunyai dan menyediakan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan tamu hotel. Untuk kamar, disediakan tiga jenis kamar dengan berbagai fasilitas sesuai dengan kebutuhan tamu hotel, yaitu :

1. *suite room*, dengan fasilitas : luas kamar $\pm 25 \text{ m}^2$, *air conditioner*, *spring bed*, *water heater*, TV, ruang keluarga, kamar mandi dalam + sabun mandi, lemari es, *bed* tambahan untuk dua orang dan *breakfast*;
2. *VIP room*, dengan fasilitas : *air conditioner*, *spring bed*, TV, kamar mandi dalam + sabun mandi dan *breakfast*;
3. *standard room*, dengan fasilitas : *fan cooler*, *bed* biasa, kamar mandi dalam + sabun mandi dan *breakfast*.

Sedangkan fasilitas lain dan perlengkapan yang tersedia dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

Tabel 4.1 Fasilitas Hotel Kebon Agung Jember

No	Fasilitas	Kapasitas	Jumlah
1	<i>Cafetaria</i>	30 orang	1
2	Aula Pertemuan	100 orang	1
3	<i>Laundry</i>		2
4	Kolam Renang		2
5	Lapangan Tenis		1
6	Area Parkir	25 mobil	1

Sumber data : Hotel Kebon Agung Jember

Tabel 4.2 Perlengkapan Hotel Kebon Agung Jember

No.	Jenis Perlengkapan	Jumlah
1	Pemeliharaan Rumah :	
	Antena Parabola	2
	Telepon	1
	<i>Stereo Set</i>	1
	TV	10
	<i>Decoder</i> Parabola	2
	Lemari Es	3
	<i>Fan</i>	23
	<i>Vacuum Cleaner</i>	2
2	<i>Laundry</i> :	
	Mesin Cuci	2
	Setrika	3
3	Mesin :	
	<i>Water Heater</i>	3
	<i>Chiller AC</i>	4
4	Sarana Kantor :	
	Personal Komputer	1
	Mesin Ketik	3
5	Dapur :	
	Lemari Es	1
	Kompor Gas	2
	Kompresor Pemadam Api	2

Sumber data : Hotel Kebon Agung Jember

4.1.5 Prosedur Penerimaan dan Pelayanan Tamu

Proses penerimaan dan pelayanan tamu pada tiap-tiap hotel umumnya hampir sama karena secara sederhana prosesnya adalah pemesanan kamar, penyediaan kamar dan pembayaran. Jadi yang berbeda hanya pada detail kerjanya saja.

Pada Hotel Kebon Agung Jember proses penerimaan dan pelayanan tamu, secara detail adalah sebagai berikut :

1. Tamu yang datang disambut dan diantar oleh petugas kamar menuju *front office/ resepsionis*;
2. Resepsionis menyodorkan *room rate*, sambil menginformasikan segala sesuatunya mengenai fasilitas kamar;
3. Bila tamu sudah setuju memilih kamar yang ditawarkan, resepsionis akan meminta tanda pengenal tamu untuk dicatat dalam buku pengunjung;
4. Selanjutnya petugas kamar akan mengantar tamu menuju kamar yang dimaksud sambil membawakan barangnya.

Sedangkan untuk proses keluarnya tamu, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. tamu memanggil petugas kamar untuk membawakan barangnya dari kamar;
2. tamu menyerahkan kunci kamar pada resepsionis, sambil melakukan pembayaran untuk sewa kamar.

4.1.6 Kegiatan Pemasaran

Hotel Kebon Agung Jember dalam struktur organisasinya tidak mempunyai tenaga kerja untuk divisi pemasaran secara khusus. Akan tetapi, Hotel Kebon Agung Jember tetap melakukan kegiatan pemasaran, yang walaupun kurang intensif, akan tetapi cukup efektif hasilnya. Dibandingkan hotel-hotel swasta yang sejenis, dalam hal pemasaran, Hotel Kebon Agung Jember agak ketinggalan, terutama secara kuantitas. Hotel Merdeka misalnya, mereka sudah berani memasang reklame di sepanjang jalan Gajah Mada Jember dan untuk tahun 2001 ini, mereka telah menyiarkan iklannya melalui beberapa stasiun radio swasta Jember. Hotel yang lain, seperti Hotel Lestari sudah mampu untuk mensponsori pagelaran tinju profesional yang walaupun bukan sebagai sponsor tunggal, tetapi sudah merupakan langkah maju di dalam bisnis perhotelan di kota Jember. Dari segi usia, Hotel Kebon Agung Jember seharusnya lebih berani untuk melakukan terobosan-terobosan semacam itu. Apalagi mengingat statusnya yang merupakan bagian dari Pemkab Jember, lobi-lobi yang intensif terhadap elemen-elemen Pemkab Jember (yang mana sering menjadi pelaksana dalam kegiatan-kegiatan

yang mendatangkan orang-orang dari luar daerah, seperti even-even olah raga, dll.), akan menjadi daya saing tersendiri bagi Hotel Kebon Agung Jember dalam menghadapi persaingan.

Dalam melakukan kegiatan pemasarannya, Hotel Kebon Agung Jember membuat semacam brosur atau *booklet* untuk di sebar di berbagai tempat. Untuk lebih dikenal oleh masyarakat di kawasan eks-karesidenan Besuki dan sekitarnya, Hotel Kebon Agung Jember telah memanfaatkan kolom *yellow pages*-nya PT. Telkom sebagai alat promosi, karena di kota Jember dan sekitarnya nama Kebon Agung sendiri lebih dikenal sebagai sebuah tempat berenang dengan standar nasional terbaik di Jember, daripada sebagai sebuah hotel.

1. Data Penjualan/Sewa Kamar

Untuk mengetahui besarnya kamar yang terjual tahun 2000 sampai 2002 dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Penjualan kamar tahun 2000-2002

Bulan	Tahun		
	2000	2001	2002
1	502	552	530
2	583	545	568
3	560	560	567
4	602	532	598
5	615	600	612
6	600	585	610
7	611	630	600
8	613	604	613
9	603	590	601
10	594	590	599
11	687	679	685
12	510	583	520
Jumlah	7080	7050	7103

sumber data : Hotel Kebon Agung Tahun 2003

Sedangkan untuk penjualan kamar masing-masing kelas dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Penjualan kamar masing-masing kelas tahun 2000 – 2002

Bulan	Tahun								
	2000			2001			2002		
	standar	VIP	Suite	standar	VIP	Suite	Standar	VIP	Suite
1	357	135	10	436	107	9	384	137	9
2	430	141	12	377	160	8	412	145	11
3	384	168	8	407	141	12	390	167	10
4	458	134	10	405	120	7	449	140	9
5	461	143	11	457	128	15	459	140	13
6	455	138	7	439	140	6	467	135	8
7	465	130	16	512	109	9	446	141	13
8	462	141	10	468	123	13	456	142	15
9	465	125	13	451	131	8	470	120	11
10	434	142	18	452	127	11	444	143	12
11	546	132	9	532	136	11	545	130	10
12	372	131	7	446	129	8	381	128	11
Jumlah	5289	1660	131	5382	1551	117	5303	1668	132

Sumber data : Hotel Kebon Agung 2003

Untuk mengetahui biaya Telepon, Telegraph dan Pome Tahun 2000 – 2002 tersaji pada tabel 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9 dan 4.10

Tabel 4.5 Biaya Telepon dan Telegraph tahun 2000

Bulan	Vol. Penjualan (x)	Telephone dan Telegraph (y)
Januari	502	150.400
Pebruari	583	174.900
Maret	560	165.000
April	602	192.600
Mei	615	196.800
Juni	600	190.500
Juli	611	194.300
Agustus	613	194.800
September	603	192.800
Oktober	594	191.200
Nopember	687	219.800
Desember	510	180.000
Jumlah	7.080	2.243.100

Sumber data : Hotel Kebon Agung Jember

Tabel.4.8 Biaya POME tahun 2001

Bulan	Vol. Penjualan (x)	POME (y)
Januari	552	120.300
Pebruari	545	218.000
Maret	560	221.200
April	532	242.800
Mei	600	288.000
Juni	585	204.000
Juli	630	220.700
Agustus	604	214.400
September	590	230.000
Oktober	590	230.500
Nopember	679	237.600
Desember	583	150.000
Jumlah	7050	2.577.500

Sumber data : Hotel Kebon Agung Jember

Tabel 4.9 Biaya Telepon & Telegraph Thn 2002

Bulan	Vol. Penjualan (x)	Telephon & Telegrap (y)
Januari	530	170.130
Pebruari	568	182.350
Maret	567	181.400
April	598	185.450
Mei	612	215.060
Juni	610	213.500
Juli	600	192.000
Agustus	613	195.000
September	601	192.000
Oktober	599	185.310
Nopember	685	208.800
Desember	520	191.200
Jumlah	7.103	2.312.200

Sumber data : Hotel Kebon Agung Jember

4.2 Analisa Data

4.2.1 Penentuan tarif kamar

Untuk menentukan tarif kamar per kelas digunakan beberapa langkah :

1. Estimasi penjualan kamar hotel.

Peramalan penjualan terlebih dahulu harus diketahui untuk meramalkan tarif tahun 2003, analisis yang digunakan yaitu Metode *Forecast Musiman*.

Adapun perhitungan penjualan kamar tiap kelas tahun 2003 dalam tiap bulannya dapat dilihat pada lampiran 1 dan hasil perhitungan tersebut tersaji pada tabel 4.12

Tabel 4.12 Estimasi penjualan kamar menurut kelas tahun 2003

Bulan	Kelas		
	Standar	VIP	Suite
Januari	394	127	9
Februari	409	150	11
Maret	396	160	10
April	440	133	9
Mei	462	138	13
Juni	456	139	7
Juli	476	128	13
Agustus	464	137	13
September	464	126	11
Oktober	446	139	14
Nopember	544	134	10
Desember	402	131	9
Jumlah	5353	1642	129

Sumber data : Lampiran 1

Dari estimasi diatas dapat diketahui bahwa kelas standar sebanyak 5353, VIP 1642, Suite 129.

Tabel 4.13 : Pemisahan biaya semi variabel tahun 2000 – 2002

Biaya semi variabel	2000		2001		2002	
	Biaya tetap	Biaya variabel	Biaya tetap	biaya variabel	Biaya tetap	Biaya variabel
telepon & telegraph	2.016.752	226.348	1.911.209	171.315	1.385.928	906.272
Pomec	1.089.891	2.538.109	416.439	2.106.047	982.633	1.513.507
Jumlah	3.106.643	2.764.457	2.327.648	2.277.362	2.368.561	2.419.779

Sumber data : lampiran 3

3. Pengalokasian Biaya Bersama pada Masing-masing Kelas

Perhitungan pengalokasian biaya pada masing-masing dari tahun 2000 sampai dengan th. 2002 dapat dilihat pada tabel 4.3 dan lampiran 4. Sedangkan hasil perhitungan tersaji pada tabel 4.14, 4.15, dan 4.16.

Tabel 4. 14 : Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2000

Kelas	Vol. Penj. (unit)	Tarif kamar (Rp)	Hasil Penj. (Rp)	% penj.	Alokasi B.V.	B.V. per Kamar (Rp)	Alokasi B.T. (Rp)
Standart	5.289	25.000	132.225.000	66,49	24.182.789,41	4.573	55.625.310,10
VIP	1.660	35.000	58.100.000	29,21	10.625.978,93	6.401	24.453.766,05
Suite	131	65.000	8.515.000	4,70	1.557.318,58	11.887	3.583.886,67
Jumlah	7080		198.840.000	100	36.366.087	22.861	83.689.963

Sumber data : lampiran 4

Tabel 4.15 : Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2001

Kelas	Vol. Penj. (unit)	Tarif kamar (Rp)	Hasil Penj. (Rp)	% penj.	Alokasi B.V.	B.V. per Kamar (Rp)	Alokasi B.T. (Rp)
Standart	5.382	25.000	134.550.000	65,52	24.524.588,64	4.557	54.112.890,67
VIP	1.551	40.000	62.040.000	30,21	11.308.104,62	7.291	24.951.049,67
Suite	117	75.000	8.775.000	4,27	1.599.429,65	13.670	3.529.101,49
Jumlah	7050		205.365.000	100	37.432.123	25.518	82.593.042

Sumber data : lampiran 4

Tabel 4.16 : Pengalokasian biaya bersama pada masing-masing kelas tahun 2002

Kelas	Vol. Penj. (unit)	Tarif kamar (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	% penj.	Alokasi B.V.	B.V. per Kamar (Rp)	Alokasi B.T. (Rp)
Standart	5.303	30.000	159.090.000	65,01	27.200.141,47	5.129	55.639.739,73
VIP	1.668	45.000	75.060.000	30,67	12.833.255,49	7.694	26.251.297,12
Suite	132	80.000	10.560.000	4,32	1.805.477,99	13.677	3.693.228,05
Jumlah	7103		244.710.000	100	41.838.875	26.500	85.584.265

Sumber data : lampiran 4

4.2.2 Biaya Operasional Kamar Per-kelas

Sebelum menentukan biaya operasional untuk tahun 2003 terlebih dahulu harus direncanakan biaya tetap dan biaya variabelnya. Untuk perencanaan biaya tetap digunakan asumsi bahwa biaya tetap yang terjadi tahun 2003 sama besarnya dengan biaya tetap tahun 2002.

Sedangkan untuk perencanaan variabel tahun 2003 dapat dicari dengan menggunakan data perubahan variabel per kelasnya tahun 2000 dan tahun 2002.

Perhitungan biaya tetap tahun 2003 dapat dilihat pada tabel 4.11, 4.12 dan lampiran 4, sedangkan hasilnya tersaji pada tabel 4.17.

Tabel 4.17. Perencanaan Biaya Tetap Tahun 2003

Kelas	Estimasi Penj	Tarif Kamar	Hasil Penjualan	Prosentase Penj	Alokasi B.T
Standard	5353	30.000	160.590.000	65,6	55.639.739,73
VIP	1642	45.000	73.890.000	30,18	26.251.297,12
Suite	129	80.000	10.320.000	4,22	3.693.228,05
	7124		244.800.000	100	85.584.265

Sumber data : lampiran 4 diolah

Perencanaan biaya variabel dibawah ini berdasarkan tabel 4.12, 4.15 dan 4.16 sedangkan hasilnya tersaji pada tabel 4.18.

Tabel 4.18 Perencanaan Biaya Variabel Tahun 2003

Kelas	VC/Kamar Th. 2001	VC/Kamar Th. 2002	Kenaikan Th. 2002	Perencanaan VC / Kamar 2003	Estimasi 2003	Total vc 2003
Standart	4.557	5.129	572	5.701	5353	30.517.453
VIP	7.291	7.694	403	8.097	1.642	13.295.274
Suite	13.670	13.678	8	13.686	129	1.765.494
	25.518	26.501	983	27.484	7124	45.578.221

Sumber data : Lampiran 4 diolah

Setelah diketahui biaya tetap dan biaya variabelnya maka dapat dilakukan perhitungan biaya operasional kamar per-kelasnya, yaitu dengan cara membagi total biaya operasional dengan jumlah ramalan penjualan tahun 2003. Perhitungan dari penentuan biaya operasional ini adalah sebagai berikut :

a. Kelas Standart

Total biaya operasional tahun 2003 = Rp 86.156.535

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Operasional per unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}} \\
 &= \frac{55.639.739,73 + 30.517.453}{5353} \\
 &= 16.095
 \end{aligned}$$

b. Kelas VIP

Total biaya operasional tahun 2003 = Rp 39.545.928

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Operasional per unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}} \\
 &= \frac{26.251.297,12 + 13.295.274}{1642} \\
 &= \text{Rp } 24.084
 \end{aligned}$$

4.2.4 Penentuan Ambang Batas Tarif Kamar

Untuk menentukan ambang batas tarif kamar dapat dilakukan dengan beberapa langkah :

1. Penentuan Standart Deviasi Biaya Variabel

Sebelum menentukan ambang batas biaya variabel, terlebih dahulu ditentukan besarnya standart deviasi dari biaya variabel dari biaya variabel tersebut. Perhitungan standart deviasi dari biaya variabel untuk masing-masing kelas dapat dilihat pada lampiran 5 dan hasilnya tersaji pada tabel 4.19.

Tabel 4.19: Standart Deviasi Biaya Variabel per Kelas

Kelas	Nilai Standart Deviasi
Standart	Rp. 326
VIP	Rp. 661
Suite	Rp. 1.031

Sumber data : Lampiran 5

2. Pendugaan Interval

Setelah diketahui nilai standart deviasi dari biaya variabel langkah selanjutnya adalah menghitung ambang batas bawah tarif kamar yang dapat dicari dengan menghitung batas ambang biaya variabel. Penghitungan batas ambang bawah tarif kamar tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kelas Standart

Ambang batas biaya variabel kelas standart dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \bar{X} - t\left(\frac{\alpha}{2}; d.f\right) \frac{s}{\sqrt{n}} &\leq \mu \\ &= 4.753 - (0,025; 2) \frac{326}{\sqrt{3}} \leq \mu \\ &= 4.753 - (4.303) \\ &= 3.943 \end{aligned}$$

b. Kelas VIP

Ambang batas biaya variabel kelas VIP dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \bar{X} - t \left(\frac{\alpha}{2}; d.f \right) \frac{s}{\sqrt{n}} &\leq \mu \\ &= 7.129 - (0,025; 2) \frac{661}{\sqrt{3}} \leq \mu \\ &= 7.129 - (4.303) \\ &= 5.487 \end{aligned}$$

c. Kelas Suite

Ambang batas biaya variabel kelas suite dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \bar{X} - t \left(\frac{\alpha}{2}; d.f \right) \frac{s}{\sqrt{n}} &\leq \mu \\ &= 13.078 - (0,025; 2) \frac{1.031}{\sqrt{3}} \leq \mu \\ &= 13.078 - (4.303) \\ &= 10.517 \end{aligned}$$

3. Menentukan Biaya Operasional Kamar pada Ambang Batas Bawah

Sebelum menentukan besarnya ambang batas bawah biaya operasional terlebih dahulu harus diketahui ambang batas bawah biaya variabelnya. Penghitungan ambang batas bawah biaya variabel dapat dilihat pada halaman 53 dan 54, sedangkan untuk mengetahui perhitungan nilai rata-rata biaya variabel dapat dilihat pada lampiran 5. Langkah-langkah perencanaan ambang batas bawah biaya operasional variabel tahun 2003 tersaji pada tabel 4.20, 4.21, dan 4.22.

Tabel 4.20 Penurunan Biaya Variabel per kamar tahun 2003

Kelas	Rata – rata B.V	Biaya Variabel pada Ambang Batas	Penurunan B.V
Standart	4.753	3.943	810
VIP	7.129	5.487	1.642
Suite	13.078	10.517	2.561
Jumlah	24.960	19.947	5.013

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.21 berikut ini didasarkan pada data tabel 4.18 dan 4.20 .

Tabel 4.21 Biaya Variabel pada Ambang Batas Bawah per Kamar Tahun 2003

Kelas	Estimasi B.V	Penurunan B.V	Estimasi B.V Pada Ambang Batas
Standart	5.701	810	4891
VIP	8.097	1.642	6455
Suite	13.686	2.561	11.125
Jumlah	27.484		22.471

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.22 berikut ini didasarkan pada data tabel 4.12, dan 4.18.

Tabel 4.22 Total Biaya Semi Variabel pada Ambang Batas Bawah per Kamar tahun 2003

Kelas	Estimasi Penj. Kamar th 2003	B.V Pada Ambang Batas	Total BV Pada Pada Ambang Batas
Standart	5.353	4.891	26.181.523
VIP	1.642	6.453	10.599.110
Suite	129	11.125	1.435.125
Jumlah	7.124		38.215.758

Sumber data : lampiran 5

Untuk menghitung biaya operasional per unit kamar pada ambang batas bawah, dengan menjumlahkan biaya tetap dengan biaya variabel pada ambang batas bawah . Perhitungan biaya operasional tersebut adalah sebagai berikut :

4. Penentuan Tarif Kamar per Kelas Pada Ambang Batas Bawah

Perhitungan tarif kamar per kelas pada ambang batas bawah adalah sebagai berikut :

a. Kelas Standart.

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= \text{Rp } 15.285,12 + (0,55 \times \text{Rp } 15.285,12) \\ &= \text{Rp } 23.692\end{aligned}$$

b. Kelas VIP

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= \text{Rp } 22.387,58 + (0,55 \times \text{Rp } 22.387,58) \\ &= \text{Rp } 34.701\end{aligned}$$

c. Kelas Suite

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= \text{Rp } 39.754,67 + (0,55 \times \text{Rp } 39.754,67) \\ &= \text{Rp } 61.620\end{aligned}$$

4.3 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan Hotel Kebon Agung Jember merupakan hotel milik pemerintah kabupaten Jember sebagai pemilik pemkab Jember harus bersedia mengucurkan dana untuk operasional hotel apabila dibutuhkan sewaktu-waktu. Sebagai salah satu unit usaha dari pemkab Jember, Hotel Kebon Agung Jember setiap tahunnya harus menyetorkan sebagian hasil usahanya pada kas daerah. Besarnya pendapatan yang harus disetorkan tidak sama untuk tiap tahunnya, dan sebagai target hal tersebut mengacu pada pendapatan sebelumnya dan kondisi ini kurang mampu mendukung langkah-langkah pengembangan dari pihak manajemen Hotel Kebon Agung Jember.

Tarif kamar yang diterapkan oleh Hotel Kebon Agung Jember selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun hal ini disebabkan oleh naiknya biaya-biaya yang ditanggung seiring dengan kondisi perekonomian yang agak sulit beberapa tahun belakangan. Dengan menentukan tarif kamar, Hotel Kebon Agung Jember selalu menyesuaikan dengan tarif kamar di hotel lain yang sejenis, dimana selama ini Hotel Kebon Agung Jember merupakan hotel dengan fasilitas lengkap dengan harga bersaing yang sejenis.

Tarif kamar Hotel Kebon Agung Jember tahun 2003 :

Kelas standart = Rp. 24.947

Kelas VIP = Rp. 38.534

Kelas suite = Rp. 67.766

Tarif kamar pada ambang batas bawah tahun 2003 untuk masing-masing kelas :

Kelas standart = Rp. 23.692

Kelas VIP = Rp. 34.701

Kelas suite = Rp. 61.620

Ambang batas tarif adalah suatu batas minimum yang masih dapat diterima dalam menetapkan biaya tarif kamar.

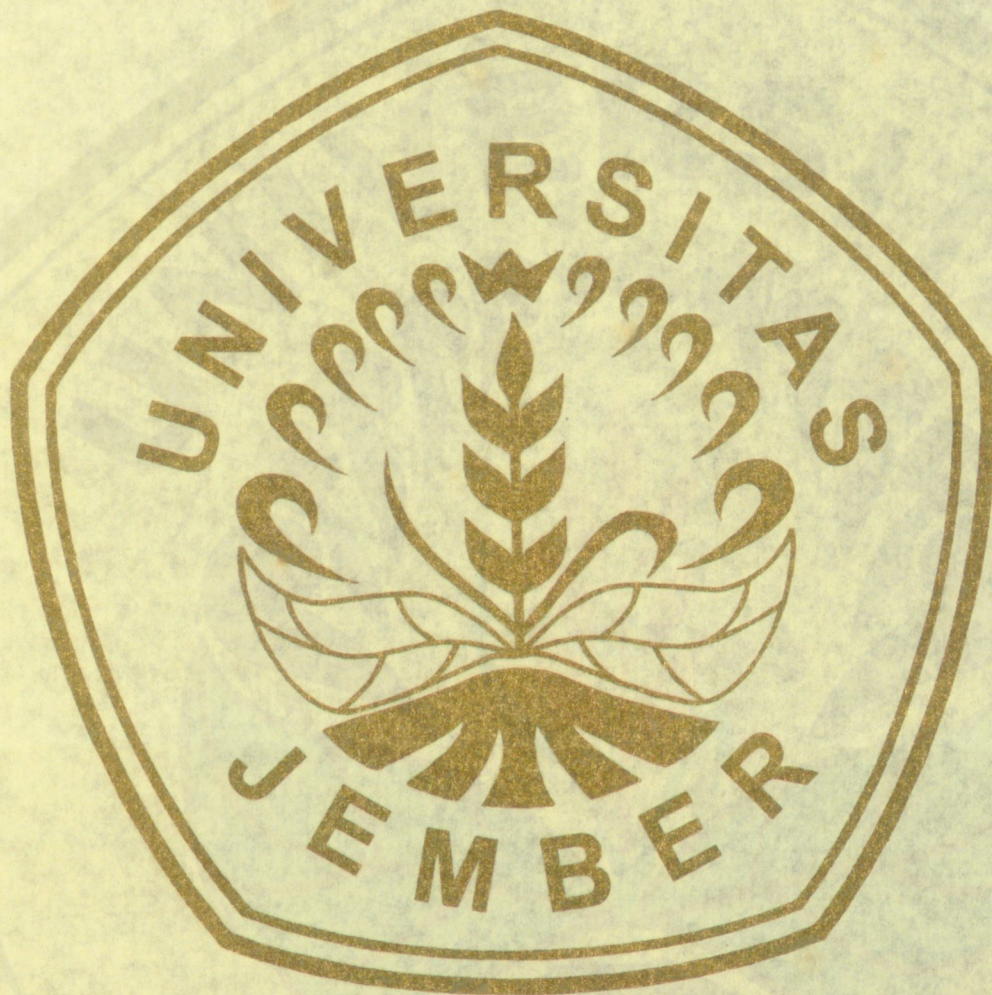
Tarif kamar Hotel Kebon Agung Jember tahun 2003 digunakan untuk tarif standart dimana tarif tersebut adalah tarif yang dipakai Hotel jenis Melati II. Sedangkan Tarif kamar pada ambang batas bawah tahun 2003 digunakan untuk

5.1 S...

disin...

1. Tan...

2. Tan...



5.2 S...

saat

meru

seas

bagi

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Tarif kamar tahun 2003

Kelas standart = Rp. 24.947

Kelas VIP = Rp. 37.534

Kelas Suite = Rp. 67.766

2. Tarif kamar pada ambang batas bawah tahun 2003 untuk masing-masing kelas

Kelas standart = Rp. 23.692

Kelas VIP = Rp. 34.701

Kelas Suite = Rp. 61.620

Tarif kamar tahun 2003 dengan tarif kamar pada ambang batas bawah tahun 2003 terdapat selisih rupiah dimana selisih rupiah tersebut digunakan untuk kepentingan pihak Hotel Kebon Agung Jember.

5.2 Saran

Untuk menarik jumlah tamu yang menginap, khususnya yang terjadi pada saat bulan-bulan sepi, pihak hotel dapat mengambil salah satu alternatif dengan memberikan harga khusus berupa potongan tarif atau yang dikenal dengan seasional rate dimana seasional rate tersebut masih dapat memberikan keuntungan bagi pihak hotel.



Daftar Pustaka

- Asri, Marwan, 1982, **Peramalan Penjualan**, Jogjakarta: BPFE-UGM.
- Dajan, Anto, 1991. **Pengantar Metode Statistik Jilid II**, Edisi Revisi, Jakarta: LP3ES.
- Depdikbud. 1993, **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, Edisi Kedua, Jakarta: Balai Pustaka.
- Manulang, 1993, **Pengantar Ekonomi Perusahaan**, Edisi Revisi, Galia Indonesia.
- Mulyadi, 1985, **Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya**, Edisi Lima, Yogyakarta: STIE.
- Mulyadi, 1991. **Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya** Edisi Lima. Yogyakarta: STIE.
- Sihite, Richard, 2000, **Pengelolaan Hotel**, Surabaya: SIC.
- Soekartawi, Dr. 1993, **Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern**, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Swasta, Basu, 1990, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kedua, Yogyakarta: Liberty.

Lampiran 1

Tabel Tingkat Penjualan Kamar Kelas Standart Th. 2000 – 2002 (Unit)

Bulan	Tahun			Jumlah	Rata-Rata
	2000	2001	2002		
Januari	357	436	384	1177	392,3
Pebruari	430	377	412	1219	406,3
Maret	384	407	390	1181	393,67
April	458	405	449	1312	437,3
Mei	461	457	459	1377	459
Juni	455	439	467	1361	453,67
Juli	465	512	446	1423	473,3
Agustus	462	468	456	1386	462
September	465	451	470	1386	462
Oktober	434	452	444	1330	443,3
Nopember	546	532	545	1623	541
Desember	372	446	381	1199	399,67
Total	5289	5382	5303		443,61

Sumber Data: Hotel Kebon Agung 2003

Untuk menghitung besarnya Indek Musiman (IM) untuk setiap bulan dengan cara membagi harga rata-rata setiap bulan yang bersangkutan dengan harga rata-rata dari seluruh bulan. Perhitungan IM untuk masing-masing bulan adalah :

$$\text{Bulan 1} = \frac{392,3}{443,6} = 0,884$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{406,3}{443,6} = 0,916$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{393,67}{443,6} = 0,887$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{437,3}{443,6} = 0,986$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{459}{443,6} = 1,035$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{453,67}{443,6} = 1,023$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{473,3}{443,6} = 1,067$$

Persamaan Trend $Y = a + bx$

Untuk $x = 4$

$$\begin{aligned} Y &= 5324,6 + 7.(4) \\ &= 5324,6 + 28 = 5353 \end{aligned}$$

Jadi ramalan penjualan kamar kelas standart tahun 2003 adalah 5353 dengan (IM) tiap bulan yang belainan, maka besarnya ramalan penjualan kamar tiap bulan menjadi :

$$\text{Bulan 1} = \frac{5353}{12} \times 0,884 = 394$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{5353}{12} \times 0,916 = 408$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{5353}{12} \times 0,887 = 396$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{5353}{12} \times 0,986 = 440$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{5353}{12} \times 1,035 = 462$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{5353}{12} \times 1,023 = 456$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{5353}{12} \times 1,067 = 476$$

$$\text{Bulan 8} = \frac{5353}{12} \times 1,041 = 464$$

$$\text{Bulan 9} = \frac{5353}{12} \times 1,041 = 464$$

$$\text{Bulan 10} = \frac{5353}{12} \times 0,999 = 445$$

$$\text{Bulan 11} = \frac{5353}{12} \times 1,220 = 544$$

$$\text{Bulan 12} = \frac{5353}{12} \times 0,901 = 402$$

Jadi keseluruhan = 5353 unit

Tabel Tingkat Penjualan Kamar Kelas VIP Th 2000 – 2002 (unit)

Bulan	Tahun			Jumlah	Rata-Rata
	2000	2001	2002		
Januari	135	107	137	370	126,3
Pebruari	141	160	145	446	148,67
Maret	168	141	167	476	158,67
April	134	120	140	394	131,3
Mei	143	128	140	411	137
Juni	138	140	135	413	137,67
Juli	130	109	141	380	126,67
Agustus	141	123	142	406	135,3
September	125	131	120	376	125,3
Oktober	142	127	143	412	137,3
Nopember	132	136	130	398	132,67
Desember	131	129	128	388	129,3
Σ	1660	1551	1668	4879	135,5

Sumber Data : Hotel Kebon Agung 2003

Perhitungan IM untuk masing-masing bulan adalah :

$$\text{Bulan 1} = \frac{126,3}{135,5} = 0,932$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{148,67}{135,5} = 1,097$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{158,67}{135,5} = 1,170$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{131,3}{135,5} = 0,969$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{137}{135,5} = 1,011$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{137,67}{135,5} = 1,016$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{126,67}{135,5} = 0,934$$

$$\text{Bulan 8} = \frac{135,3}{135,5} = 0,998$$

$$\text{Bulan 9} = \frac{125,3}{135,5} = 0,924$$

$$\text{Bulan 10} = \frac{137,3}{135,5} = 1,013$$

$$\text{Bulan 11} = \frac{132,67}{135,5} = 0,979$$

$$\text{Bulan 12} = \frac{129,3}{135,5} = 0,954$$

Berdasarkan tabel 4.4 kita dapat meramalkan penjualan VIP tahun 2003 dengan menghitung harga trend penjualan kamar. Perhitungan tersaji pada tabel dibawah ini :

Tabel Perhitungan Trend Tahunan

Tahun	Y	X	XY	X ²
2000	1660	-1	- 1660	1
2001	1551	0	0	0
2002	1668	1	1668	1
Σ	4879	0	8	2

Sumber Data: Hotel Kebon Agung 2003

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{4879}{3}$$

$$= 1626,3$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{8}{2}$$

$$= 4$$

Persamaan trend $Y = a + bx$

untuk $X = 4$

$$\text{Bulan 9} = \frac{10,67}{10,55} = 1,011$$

$$\text{Bulan 10} = \frac{13,67}{10,55} = 1,295$$

$$\text{Bulan 11} = \frac{10}{10,55} = 0,947$$

$$\text{Bulan 12} = \frac{8,67}{10,55} = 0,821$$

Berdasarkan tabel 4.4 Kita dapat meramalkan penjualan kelas Suite tahun 2003 dengan menghitung harga trend penjualan kamar.

Perhitungan teruji pada tabel dibawah ini.

Tabel Perhitungan Trend Tahunan

Tahun	Y	X	XY	X ²
2000	131	-1	-131	1
2001	117	0	0	0
2002	132	1	132	1
Σ	380	0	1	2

Sumber Data: Hotel Kebon Agung 2003

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{380}{3}$$

$$= 126,67$$

$$b = \frac{\sum XY}{n}$$

$$= \frac{1}{2}$$

$$= 0,5$$

Jadi keseluruhan 129 unit.

Lampiran 2

Tabel Biaya Tahun 2000 – 2002

Jenis Biaya	TAHUN		
	2000	2001	2002
1	2.243.100	2.085.340	2.312.200
2	3.588.000	2.577.500	2.493.140
3	1.800.500	1.699.000	1.500.000
4	57.749.655	58.327.808	60.148.910
5	12.800.000	13.150.500	13.340.000
6	2.630.000	2.680.000	2.860.000
7	2.650.000	2.904.500	2.299.500
8	1.750.000	1.865.000	2.150.000
9	1.019.650	1.105.600	1.500.000
10	5.460.000	6.650.000	7.845.000
11	9.649.145	7.267.172	9.684.390
12	6.106.000	6.489.000	6.860.000
13	7.610.000	7.968.000	8.930.000
14	5.000.000	5.255.745	5.500.000
Σ	120.056.050	120.025.165	127.423.140

Sumber Data Hotel Kebon Agung Tahun 2003

Keterangan :

1. Telepon dan Telegraph;
2. *Property operation maitenance and energy;*
3. Administrasi;
4. Gaji dan Upah;
5. Biaya Makanan;
6. Pajak;
7. Asuransi;
8. Biaya latihan;
9. Kesehatan;
10. Pemasaran;
11. Makanan dan Minuman;
12. Pencucian;
13. Bonus;
14. Lain-lain.

Tabel Pemisahan Biaya Semi Variabel tahun 2000 POME

Bulan	Vol. Penjualan (x)	POME C (y)	x.y	x ²
Januari	502	260.000	130.520.000	252.004
Pebruari	583	270.000	157.410.000	339.889
Maret	560	288.400	161.504.000	313.600
April	602	301.000	181.202.000	362.404
Mei	615	314.000	193.110.000	378.225
Juni	600	309.600	185.760.000	360.000
Juli	611	274.000	167.414.000	373.321
Agustus	613	315.000	193.095.000	375.769
September	603	307.500	185.422.500	363.609
Oktober	594	305.000	181.170.000	352.836
Nopember	687	343.500	235.984.500	471.969
Desember	510	300.000	153.000.000	260.100
Jumlah	7.080	3.588.000	2.125.592.000	4.203.726

Sumber Data : Hotel Kebon Agung 2003

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

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

$$= \frac{12(2.125.592.000) - (7080 \times 3.588.000)}{12(4.203.726) - (7080 \cdot 7080)}$$

$$= \frac{3.588.000 - 2.314.594}{12}$$

$$= \frac{104.064.000}{318.312}$$

$$= \frac{1.273.406}{12}$$

$$= 326,92$$

$$= 106.177$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya POME th 2000

$$\text{Biaya Tetap} = \text{Rp. } 106.177 \times 12 = 1.273.406$$

$$\text{Variabel} = \text{Rp. } 326,92 \times 7080 = 2.314.593,6$$

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel Telepon & Telegraph Thn 2002

Bulan	Vol. Penjualan (x)	Telephon & Telegrap (y)	x.y	x ²
Januari	530	170.130	90.168.900	280.900
Pebruari	568	182.350	103.574.800	322.624
Maret	567	181.400	102.853.800	321.489
April	598	185.450	110.899.100	357.604
Mei	612	215.060	131.616.720	374.544
Juni	610	213.500	130.235.000	372.100
Juli	600	192.000	115.200.000	360.000
Agustus	613	195.000	119.535.000	375.769
September	601	192.000	115.392.000	361.201
Oktober	599	185.310	111.000.690	358.801
Nopember	685	208.800	143.028.000	469.225
Desember	520	191.200	99.424.000	270.400
Jumlah	7.103	2.312.200	1.372.928.010	4.224.657

Sumber Data : Hotel Kebon Agung 2003

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

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

$$= \frac{12(1.372.928.010) - (7.103 \cdot 2.312.200)}{12(4.224.657) - (7.103 \cdot 7.103)}$$

$$= \frac{2.312.200 - 212,02 \cdot 7103}{12}$$

$$= \frac{51.579.520}{243.275}$$

$$= 67.185,16$$

$$= 212,02$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya telepon dan telegraph th 2002

$$\text{Biaya Tetap} = \text{Rp. } 67.185,16 \times 12 = 806.222$$

$$\text{Variabel} = \text{Rp. } 212,02 \times 7103 = 1.505.978$$

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel POME tahun 2002

Bulan	Vol. Penjualan (x)	POME (y)	x.y	x ²
Januari	530	205.000	108.650.000	280.900
Pebruari	568	197.050	111.924.400	322.624
Maret	567	196.000	111.132.000	321.489
April	598	200.040	119.623.920	357.604
Mei	612	212.040	129.768.480	374.544
Juni	610	228.510	139.391.100	372.100
Juli	600	207.500	124.500.000	360.000
Agustus	613	210.000	128.730.000	375.769
September	601	207.480	124.695.480	361.201
Oktober	599	200.300	119.979.700	358.801
Nopember	685	233.100	159.673.500	469.225
Desember	520	196.120	101.982.400	270.400
Jumlah	7.103	2.493.140	1.480.050.980	4.224.657

Sumber Data: Hotel Kebon Agung 2003

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

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

$$= \frac{12(1.480.050.980) - (7.103 \cdot 2.493.140)}{12(4.224.657) - (7.103 \cdot 7.103)}$$

$$= \frac{2.493.104 - 213,08 \cdot 7.103}{12}$$

$$= \frac{51.838.340}{243.275}$$

$$= \frac{979.632,76}{12}$$

$$= 213,08$$

$$= 81.636,06$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya POME th 2002

Biaya Tetap = Rp. 81.886,06 x 12 = 979.633

Variabel = Rp. 213,08 x 7103 = 1.513.507

Lampiran 5

Tabel Standart Deviasi Biaya Variabel Kamar Kelas Standar

Tahun	BV/Kamar (Rp)	X_i	$-\bar{X}$	$(X_i - \bar{X})^2$
2000	4.573	- 180		32.400
2001	4.557	- 196		38.416
2002	5.129	376		141.376
Jumlah	14.260	0		212.192
\bar{X}	4.753			

Perhitungan diatas berdasarkan data tabel 4.8 – 4.10.

$$\begin{aligned}
 S & \left[\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}) \right]^{1/2} \\
 & = [0,5(212.192)]^{1/2} \\
 & = \text{Rp. } 326,-
 \end{aligned}$$

Tabel Standart Deviasi Biaya Variabel Kamar Kelas VIP

Tahun	BV/Kamar (Rp)	X_i	$-\bar{X}$	$(X_i - \bar{X})^2$
2000	6.401	- 727		528.529
2001	7.291	162		26.244
2002	7.694	565		319.225
Jumlah	21.387	0		873.998
\bar{X}	7.129			

Perhitungan diatas berdasarkan data tabel 4.8 – 4.10.

$$\begin{aligned}
 S & \left[\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}) \right]^{1/2} \\
 & = [0,5(873998)]^{1/2} \\
 & = \text{Rp. } 661,-
 \end{aligned}$$