



**ANALISIS PENENTUAN BATAS AMBANG TARIF KAMAR UNTUK BERBAGAI
KELAS PADA HOTEL SAPTRA MANDALA
DI BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Asal :
Terima Di: 23 OCT 2000
No. Induk : 10 270 80/2000

; Hadiah

Pembelian

5

Klass

658.8

IKA

a

Oleh :

Meyliana Ika Sari

NIM : D1B1 95-236

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
1999**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN BATAS AMBANG TARIF KAMAR UNTUK
BERBAGAI KELAS PADA HOTEL SAPTRA MANDALA
DI BLITAR

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : MEYLIANA IKA SARI

N. I. M. : D1B1 95-236

J u r u s a n : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

16 Desember 1999

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Drs. Hadi Wahyono

NIP. 131 120 331

Sekretaris,



Drs. M. Syaharuddin, MS

NIP. 131 474 384

Anggota,



Dra. Istifadah, MS

NIP. 131 877 448



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI SARJANA

NAMA : MEYLIANA IKA SARI
NOMOR INDUK MAHASISWA : D1B195236
TINGKAT : S-1
JURUSAN : MANEJEMEN
MATA KULIAH YANG MENJADI
DASAR PENYUSUNAN SKRIPSI: MANEJEMEN PEMASARAN
DOSEN PEMBIMBING I : Drs. ADI PRASOJO, MP
DOSEN PEMBIMBING II : Dra. ISTIFADAH, MS

Disahkan di Jember

Pada tanggal: Nopember 1999

Disetujui dan diterima oleh:

Dosen Pembimbing I



Dosen Pembimbing II



MOTTO:

Ilmu lebih baik dari pada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang bila dimanfaatkan. Sedangkan harta, kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dimanfaatkan.

Ali bin Abi Thalib r.a

Tidak ada kemelaratan yang lebih papa dari kebodohan dan tidak ada harta (kekeayaan) yang lebih bermanfaat dari kesempurnaan akal.

Ulama

Dan janganlah sekali-kali kamu mengatakan terhadap sesuatu: "Sesungguhnya aku akan mengerjakan itu besok pagi, kecuali" (dengan menyebut): "Insya Allah". Dan ingatlah kepada Tuhanmu jika kamu lupa.

Al Kahfi 23-24

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK:

Bapak dan ibuku yang dengan penuh kasih sayangnya, dengan segala ketulusannya membimbingku dan mengarahkanku. Terima kasih yang tak terhingga untuk semua yang telah bapak dan ibu berikan pada anakmu ini.

Suamiku yang dengan setia dan penuh kesabaran mendampingiku terima kasih atas dukunganmu dan juga untuk calon babyku.

Adikku Noni yang nakal dan selalu menasihatiiku terima kasih semuanya.

Temen-temanku kost putri Jl. Jawa J/14 yang telah banyak membantuku dan juga teman-teman di kampus terima kasih.

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan rasa syukur yang tak terhingga kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-NYA lah sehingga penulis berhasil menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penyusunan ini penulis telah banyak mendapat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu atas segala bimbingan dan dorongannya penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Sukusni, Msc, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
2. Bapak Drs. Adi Prasajo, Mp, selaku Dosen Pembimbing I
3. Ibu Dra. Istifadah, Msi, selaku Dosen Pembimbing II
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan materi kuliah,
5. Bapak Joko selaku Manajer hotel Saptra Mandala,
6. Bapak Miseno selaku Financial Controller Manajer hotel Saptra Mandala,
7. Staf Accounting hotel Saptra Mandala,
8. Kedua orang tuaku serta adikku Neni
9. Suamiku
10. Rekan-rekanku yang telah banyak memberikan bantuan dan masukan.

Semoga segenap bantuan serta ketulusan bapak, ibu dan rekan-rekan semuanya dapat bermanfaat bagi diri saya pribadi khususnya dan mahasiswa fakultas Ekonomi umumnya.



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1 ✓
1.2 Pokok Permasalahan	2 ✓
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3 ✓
1.4 Metodologi Penelitian	3 ✓
1.5 Terminologi	7 ✓
1.6 Kerangka Pemecahan Masalah	9 ✓
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Hotel	11 ✓
2.2 Pengertian dan Pengaruh Penentuan Harga	14 ✓
2.3 Ramalan Penjualan	20 ✓
2.4 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan	23 ✓
2.5 Analisis Pemisahan Biaya Semivariabel	25 ✓
2.6 Pengalokasian Biaya Bersama	27 ✓
2.7 Penentuan Harga Pokok	29 ✓

2.9 Deviasi Standart	34
2.10 Pendugaan Interval	37
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Hotel Saptra Mandala	38
3.2 Organisasi Perusahaan	39
3.3 Aspek Personalia	44
3.4 Fasilitas dan Kelengkapan Hotel	47
3.5 Aspek Pemasaran	48
BAB IV. ANALISIS DATA	
4.1 Penentuan Tarif Kamar	50
4.2 Penentuan Batas Ambang Tarif	56
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
Lampiran 1 Estimasi Penjualan Kamar	64
Lampiran 2 Tabel Biaya Tahun 1996-1998	72
Lampiran 3 Pemisahan Biaya Semivariabel	74
Lampiran 4 Tabel Biaya Tetap dan Tabel Biaya Variabel	
Tahun 1996-1998	83
Lampiran 5 Standart Deviasi Biaya Variabel/Kamar Untuk	
Masing-masing Kelas	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penyebaran Tenaga Kerja Pada Hotel Saptra Mandala Menurut Departemen Tahun 1998	45
Tabel 2	Penjualan Kamar Tahun 1996-1998	48
Tabel 3	Penjualan Kamar Masing-masing Kelas Tahun 1996-1998	49
Tabel 4	Tarif Kamar per Kelas Tahun 1996-1998	49
Tabel 5	Estimasi Penjualan Kamar per Kelas Tahun 1999	50
Tabel 6	Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 1996-1998	52
Tabel 7	Pengalokasian Biaya Bersama Masing-masing Kelas Tahun 1996	53
Tabel 8	Pengalokasian Biaya Bersama Masing-masing Kelas Tahun 1997	53
Tabel 9	Pengalokasian Biaya Bersama Masing-masing Kelas Tahun 1998	53
Tabel 10	Perencanaan Biaya Tetap Tahun 1999	54
Tabel 11	Perencanaan Biaya Variabel Tahun 1999	54
Tabel 12	Standart Deviasi Biaya Variabel per Kelas	57
Tabel 13	Penurunan Biaya Variabel per Unit Kamar	58
Tabel 14	Biaya Variabel pada Batas Ambang Bawah per Unit Kamar Tahun 1999	59
Tabel 15	Total Biaya Variabel pada Batas Ambang Bawah per Unit Kamar Tahun 1999	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pemecahan Masalah	9
Gambar 2	Struktur Organisasi Hotel Saptra Mandala	40



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 kebijakan-kebijakan 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 tidak pernah lepas dari pengadaan sarana dan prasarana, salah satunya adalah pengadaan hotel. Upaya ini telah banyak dirasakan hasilnya dengan banyaknya hotel-hotel yang dibangun di berbagai tempat.

Industri perhotelan adalah salah satu sektor yang menunjang

menyediakan jasa penginapan, makan, minum serta jasa lainnya (SK Dirjen Pariwisata No.14/II/1988). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hotel merupakan suatu industri yang memiliki karakteristik khusus yang tidak hanya menyewakan kamar, menyediakan makanan dan minuman tetapi juga menggunakan jasa dalam bentuk pelayanan dan keramahtamahan.

Tujuan perusahaan kepariwisataan (hotel) adalah 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/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.

Tidak ketinggalan pula dengan kota Blitar yang turut serta mensukseskan sektor pariwisata dengan menyediakan hotel-hotel. Di mana kota Blitar sendiri terkenal dengan makam proklamatornya. Salah satunya adalah hotel Saptra Mandala yang letaknya cukup strategis. Hotel Saptra Mandala dalam klasifikasinya termasuk hotel berbintang 1 (satu). Sampai saat ini pihak hotel masih terus berbenah diri guna meningkatkan pendapatannya serta mengantisipasi pesaing-pesaing yang lebih dulu beroperasi .

1.2 Pokok Permasalahan

Besarnya jumlah pengunjung yang menginap dipengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satunya adalah tinggi rendahnya tarif sewa kamar. Bagi pihak

Melihat kenyataan yang ada jumlah pengunjung yang menginap hanya ramai pada bulan-bulan tertentu. Sehingga yang menjadi kendala adalah bagaimana menetapkan tarif sewa kamar yang sesuai dikaitkan dengan jumlah pengunjung yang selalu berfluktuasi.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menentukan tarif kamar pada berbagai kelas.
2. Untuk menentukan batas ambang bawah tarif kamar masing-masing kelas.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pimpinan hotel 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.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Lokasi dan Jangka Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian di hotel Saptra Mandala Kodia Blitar.
2. Waktu penelitian selama kurang lebih 4 (empat) bulan terhitung mulai bulan Mei sampai dengan bulan Agustus tahun 1999.

1.4.2 Data dan Sumber data

1. Data primer
data yang diperoleh langsung dari pimpinan dan staf hotel Saptra Mandala.
2. Data sekunder
data yang berupa dokumen yang dimiliki oleh pihak hotel Saptra Mandala.

1.4.3 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi
adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti.
2. Metode Interview/wawancara
adalah metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan , staf maupun karyawan hotel.

1.4.2 Metoda Analisis Data

1. Untuk menentukan tarif kamar pada berbagai kelas menggunakan langkah-langkah perhitungan 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).
 - Menghitung rata-rata triwulan untuk seluruh tahun :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

- Menghitung indeks musiman (I m) setiap triwulan :

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

- Menghitung besarnya trend penjualan tahun yang akan datang:

$$y = a + bx$$

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

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

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

$$Y = a + b x$$

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

$$a = \frac{Y - b(\sum x)}{n}$$

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

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

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

- d. Untuk menentukan besarnya harga pokok masing-masing produk dengan menggunakan metode Pembagian yaitu dengan rumus sebagai berikut: (Manullang, edisi revisi: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 batas ambang tarip dengan cara :

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

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

Dimana :

S = Standart Deviasi biaya variabel

n = Banyaknya data

Xi = Jumlah biaya tahun ke-i

X = Rata-rata jumlah biaya

- b. Menentukan batas ambang 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 metoda Pembagian yaitu dengan rumus sebagai berikut: (Manullang, edisi revisi:165)

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

- d. Menentukan besarnya tarif kamar yang dibebankan pada tiap kamar menggunakan metoda Mark-Up Pricing dengan rumus sebagai berikut:

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

1.5 Terminologi

Dari judul skripsi ini dapat dibuat terminologi sebagai berikut:

- Batas ambang adalah tingkatan batas yang masih dapat ditoleransi

- Tarif adalah daftar harga / sewa untuk sebuah kamar VIP, standart spesial dan standart beserta pelayanannya dengan satu kali inap. (Depdikbud, 1993:223).

Berdasarkan terminologi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa batas ambang tarif kamar adalah suatu batas minimum yang masih dapat diterima dalam menetapkan besarnya tarif kamar.

1.6 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan pada metoda analisis data yang telah tersaji di muka, maka langkah-langkah pemecahannya dapat diterangkan pada gambar 1.



Berdasarkan gambar 1 dapat diberikan keterangan sebagai berikut:

1. Dari data hotel dapat diketahui adanya fluktuasi kamar.
2. Meramalkan penjualan kamar untuk periode yang akan datang dengan menggunakan Forecast Musiman yaitu dengan metode Rata-rata Sederhana.
3. Mengadakan pemisahan biaya semi variabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap dengan metode Kuadrat Terkecil.
4. Mengadakan pengalokasikan biaya bersama dengan metode Nilai Jual Relatif pada masing-masing kelas.
5. Menentukan harga pokok pada masing-masing kelas dengan menggunakan metode Pembagian
6. Menentukan tarif kamar tiap-tiap kelas dengan metode Mark Up Pricing.
7. Menentukan batas ambang tarif dengan cara:
 - mencari deviasi standart dari biaya variabel masing-masing kelas.
 - menentukan batas ambang dari biaya variabel masing-masing kelas tersebut.
 - menghitung biaya operasional pada batas ambang.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Hotel

2.1.1 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 hotel 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, kelas tertinggi dinyatakan dengan tanda 5 (lima) bintang, sedangkan kelas terendah dinyatakan dengan tanda 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 piagam 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.

2.1.2 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 sebagai berikut:

a). Kriteria Umum

1. Hotel bintang lima

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

2. Hotel bintang empat

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

3. Hotel bintang tiga

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

4. Hotel bintang dua

minimal 2,6m. Investasi perkamar 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.

5. Hotel bintang satu

Jumlah kamar standart minimal 15 buah dengan luas 20m² dan boleh tanpa kamar suite. Tinggi kamar minimal 2,6m dengan investasi per kamar minimal US\$ 27,000 dengan tarif per kamar minimal Rp. 54.000,00. Sarana yang harus dimiliki adalah bar, restaurant sedangkan laundry equipment, kolam renang dan function room boleh tidak ada.

b). Kriteria khusus

1. 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 olah raga serta rekreasi. Bangunan hotel harus memiliki persyaratan perijinan sesuai dengan 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 enam 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

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, shovenir shop dan salon kecantikan. Selain ketentuan diatas hotel harus mempunyai dapur yang bersih, rapi dan aman. Adanya area untuk administrasi, area tata graha dan ruang operator.

2. Kriteria hotel bintang tiga, dua dan satu

Pada dasarnya unsur-unsur persyaratan untuk hotel berbintang tidak jauh berbeda. Perbedaan terletak pada luas lobby yaitu minimal 30m². Jumlah kamar yang tersedia dan fasilitas yang tersedia seperti fasilitas untuk olah raga dan rekreasi. Sedangkan untuk hotel bintang 2 dan 1 luas lobby tidak ditentukan.

2.2 Pengertian dan Pengaruh Penentuan Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Perkembangan sistem perekonomian mengalami kemajuan yang sangat pesat. Keadaan ini telah mengubah sistem 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 sering kali digunakan sebagai indikator nilai

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 telah 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:

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 keberadaan harga akan mendidik konsumen untuk menilai faktor-faktor produk seperti kualitas. Persepsi yang semakin berlaku adalah bahwa harga yang mahal

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga jual suatu produk sebenarnya sangat kompleks dan sulit. Oleh karena itu perlu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan yang harus tepat.

Pada umumnya penetapan harga produk mempunyai beberapa tujuan antara lain adalah:

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 lebih 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 objective*), dalam hal ini harga 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

dapat digunakan untuk membentuk nilai citra 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.

2.2.3 Pengaruh Penetapan Harga

Kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan harus dilaksanakan secara tepat, bila perusahaan menginginkan pemasaran produknya sukses. Dalam menetapkan harga perusahaan harus menciptakan suatu keseimbangan antara apa yang diinginkan oleh perusahaan dan apa yang diterima oleh para 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).

perekonomian. Pengaruh-pengaruh akibat penentuan harga adalah sebagai berikut:

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.

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga

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

a). Faktor-faktor internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah:

1. Sasaran pemasaran

pemosisian secara cermat maka penetapan harganya sudah jelas. Semakin jelas sebuah perusahaan menetapkan sasarannya, semakin mudah penetapan harganya. Contoh sasaran umum adalah beertahan hidup, memaksimalkan laba saat ini, pangsa pasar dan kepemimpinan mutu produk.

2. 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.

3. Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan untuk produknya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang menutup semua biaya yang dikeluarkannya untuk memproduksi, 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.

4. Pertimbangan organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa dalam organisasi yang sebaiknya menetapkan harga. Perusahaanaan menangani penetapan harga dengan berbagi cara. Dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh

Dalam perusahaan besar biasanya harga ditangani oleh manajer divisi atau lini produk.

b). Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah:

1. 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.

2. Persaingan

Ada 5 kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

3. 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.

2.3 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

Didalam melayani kebutuhan pasarnya perusahaan perlu memperkirakan seberapa besar 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 3 metode yang digunakan untuk melaksanakan peramalan yaitu:

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 salesmen
- b. Pendapat sales manajer
- c. Pendapat para ahli
- d. Survey konsumen (Gunawan dan Marwan Asri, 1995:156)

2) Forecast berdasarkan perhitungan kuantitatif

Pada metode judgement mungkin masih terdapat unsur-unsur subyektifitas sebaliknya pada metode statistik ini unsur subyektifitas ditekankan sedikit mungkin. Perhitungannya lebih ditekankan pada data obyektif baik yang bersifat makro maupun mikro. Metode yang dapat dipakai adalah sebagai berikut:

- a. Analisa gelombang musim (forecast musiman)
- b. Analisa trend
- c. Analisa Korelasi

Pada perusahaan yang pola penjualannya berfluktuasi lebih tepat bila menggunakan analisa gelombang musim untuk meramalkan penjualan. Forecast musiman sendiri pada dasarnya adalah untuk meramalkan adanya fluktuasi musiman dari ramalan penjualan tahunan yang telah diperhitungkan. Dengan forecast musiman ini kita berusaha mendapatkan ramalan penjualan mingguan, bulanan, triwulan atau kwartalan. Dalam forecast musiman ini ada 2 metode yang digunakan yaitu:

1. Metode rata-rata sederhana

Untuk menentukan besarnya nilai peramalan mingguan, bulanan, triwulanan, kwartalan diperlukan data-data fluktuasi penjualan mingguan, bulanan, triwulanan dan kwartalan dari beberapa tahun sebelumnya, sebab hal ini akan dapat digunakan sebagai bahan untuk menyusun pola fluktuasi penjualan mingguan, bulanan, triwulanan dan kwartalan selama satu tahun. Fluktuasi penjualan selama mingguan, bulanan, triwulanan dan kwartalan itu sebenarnya merupakan indeks musiman. Indeks musiman itu pada dasarnya akan selalu sama, meskipun volume penjualan tahunan mengalami perubahan. Langkah-langkah penyelesaiannya:

- ~ menghitung rata-rata triwulanan untuk seluruh tahun.
- ~ menghitung besarnya indeks musim untuk setiap triwulan dengan cara membagi harga rata-rata setiap triwulan yang bersangkutan dengan harga rata-rata dari seluruh triwulan yang ada.
- ~ 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



cara perhitungan indeks musiman dengan rata-rata bergerak ini langkah-langkahnya yaitu:

- ~ menghitung rata-rata bergerak 12 bulan (4 periode), kemudian hasil perhitungan itu diletakkan ditengah-tengah periode yang bersangkutan.
- ~ menghitung jumlah bergerak dua periode dari rata-rata bergerak empat periode.
- ~ menghitung rata-rata bergerak yang dipusatkan dengan cara membagi dua pada tiap-tiap data yang ada pada kolom jumlah bergerak dua periode.
- ~ menghitung prosentase dari rata-rata bergerak dengan cara membagi data asil dengan data rata-rata bergerak di pusatkan.
- ~ selanjutnya diperhitungkan harga rata-rata pertriwulan untuk seluruh tahun tersebut.
- ~ menghitung ramalan untuk tahun depan.

2.4 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan

Berdasarkan volume kegiatan yang dilakukan, beban atau biaya dapat dibedakan menjadi 3 yaitu:

1). Biaya tetap (fixed cost)

Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Biaya dapat dikatakan sebagai biaya tetap bila memenuhi kriteria sebagai berikut: (R.A 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,

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: (R.A Supriyono, 1991:418)

- a. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya 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 semivariabel

Adalah biaya yang mengandung elemen biaya variabel maupun biaya tetap. Biaya ini mengalami perubahan tapi tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Pada aktivitas tertentu biaya semi variabel pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya tetap. Pada tingkat aktivitas tertentu biaya semivariabel pada dasarnya dapat menunjukkan karakteristik yang sama seperti biaya variabel. Untuk jelasnya karakteristik dari biaya semi 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 total biaya, 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

rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan. (R.A Supriyono, 1994:28).

2.5 Analisis Pemisahan Biaya Semivariabel

Penentuan unsur tetap dan variabel pada biaya semivariabel perlu untuk merencanakan, menganalisis, mengendalikan, mengukur atau mengevaluasi biaya dalam berbagai tingkatan kegiatan. Analisis biaya semivariabel biasanya dilakukan atas dasar kumpulan yang memusatkan pada perilaku masa lalu suatu biaya pada berbagai tingkat aktivitas. Apabila analisa ini dilakukan dengan seksama, maka akan diperoleh taksiran yang baik mengenai elemen tetap dan elemen variabel suatu biaya.

Matz-Usry dalam bukunya yang berjudul *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian* (1992:81), disebutkan bahwa ada 3 metode yang digunakan untuk menentukan unsur-unsur tetap dan variabel dari biaya semivariabel yaitu:

- a. Metode titik tertinggi dan terendah (high and low point)
- b. Metode titik pencar atau sebar (statistik scattergraph)
- c. Metode kwadrat terkecil (least square method)

Sedangkan Mulyadi dalam bukunya yang berjudul *Akuntansi Biaya* menyebutkan 3 metode untuk menentukan unsur-unsur tetap dan variabel dari biaya semivariabel yaitu:

- a. Metode titik tertinggi dan terendah
- b. Metode biaya berjaga (Standby cost method)
- c. Metode kwadrat terkecil

Keterangan:

- a. Metode titik tertinggi dan terendah (high and low point)

Dalam metode ini unsur beban semivariabel yang bersifat tetap dan variabel

kegiatannya tinggi dan rendah. Periode ini biasanya tetapi tidak harus mempunyai, mempunyai biaya- biaya tertinggi dan terendah yang sedang dianalisis. Bila periode-periode yang mempunyai tingkat kegiatan tinggi dan rendah tidak sama dengan periode-periode yang mempunyai biaya tertinggi dan terendah yang sedang dianalisis, maka tingkat kegiatanlah yang harus digunakan untuk menentukan seleksi. Periode tertinggi dan terendah dipilih karena periode ini menunjukkan kondisi untuk dua tingkat kegiatan yang mempunyai selang waktu (interval) paling besar. Akan tetapi harus diperhatikan agar tidak memilih titik-titik data-data yang menyimpang karena keadaan abnormal.

b. Metode titik pencar (statistik scattergraph method)

Dalam metode ini berbagai biaya (variabel tidak bebas) digambarkan pada garis vertikal (sumbu y) dan patokan pembanding (variabel bebas misalnya, upah pekerja langsung, jam kerja langsung, jumlah unit keluaran atau persentase kapasitas) digambarkan sepanjang garis horisontal (sumbu x).

c. Metode biaya berjaga (standby cost method)

Metode ini menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya berjaga ini merupakan bagian yang tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan biaya variabel.

d. 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).

$$Y = a + bx$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$\sum y = n.a + b\sum x$$

dimana:

Y = total biaya campuran yang teramati

x = volume kegiatan (aktivitas)

a = biaya tetap

b = biaya variabel

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

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

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

2.6 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

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:

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 prosentase 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 koefisien fisik, yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk, koefisien 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

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 pembedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan.

2.7 Penentuan Harga Pokok

2.7.1 Tujuan Penentuan Harga Pokok

Sebagian besar perusahaan yang bersifat agraris, ekstratif, perniagaan maupun perusahaan yang bersifat industri tidak luput dari masalah penentuan

Penentuan harga pokok harus dilakukan dengan teliti, sebab kesalahan penentuan harga pokok berakibat perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam usahanya.

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 menetapkan efisien tidaknya suatu perusahaan.
3. menentukan kebijaksanaan dalam penjualan.
4. sebagai pedoman dalam pembelian alat perlengkapan baru.
5. untuk perhitungan neraca.

2.7.2 Elemen-elemen Harga Pokok

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

1. Harga bahan mentah dan bahan pembantu
2. Harga tenaga kerja
3. Biaya umum, dan
4. Biaya penjualan

Pendapat lain mengemukakan bahwa jenis-jenis biaya itu adalah:

1. Biaya produksi langsung

4. Biaya penjualan

Keterangan:

1. 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 dimaksud dengan bahan mentah adalah nilai penyusutan dari seluruh perlengkapan dan barang yang ada di kamar hotel.

2. Harga tenaga kerja

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

3. Biaya umum

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

- a. gaji pegawai
- b. upah pembantu umum dan jaga malam
- 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

misalnya gaji pegawai, penjualan, komisi advertensi, perangkat, biaya telpon dan telgram dll.

2.7.3 Metode Penentuan Harga Pokok

Di dalam penentuan harga pokok produk 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) atau harga pokok langsung (direct costing).

Harga pokok penuh membebankan semua elemen biaya produksi, baik tetap maupun variabel kedalam harga pokok produksi. Untuk tujuan pengendalian manajemen dalam jangka pendek, digunakan metode penentuan harga pokok variabel. Metode ini dapat digunakan untuk pengendalian manajemen jangka pendek yang meliputi perencanaan, pembuatan keputusan dan pengendalian.

2.7.4 Pengkhususan Harga Pokok

Ada dua cara pengkhususan harga pokok yaitu: (Manullang, 1991:167)

1. Cara pembagian

Cara ini digunakan bagi perusahaan yang menghasilkan produksi massa di mana hanya satu jenis barang hasil yang diproduksi. Setelah diketahui harga pokok untuk satu proses produksi, kemudian jumlah barang yang diproduksi.

Atau dengan rumus:

Cara seperti ini bisa digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang homogen.

2. Cara angka 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.

2.8 Penetapan Harga Kamar

Penetapan harga barang dan jasa yang efisien sering merupakan masalah yang sulit bagi sebuah perusahaan, meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi semua perusahaan (didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan dan laba). Tapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produknya, pasarnya dan tujuan perusahaan. Di dalam 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 untuk menghasilkan harga jual. Jadi mark-up tersebut dipakai oleh perusahaan untuk menutup biaya overhead dan laba bagi perusahaan. Biasanya mark-up ini ditentukan dengan persentase dari biaya produk atau harga jualnya. Jika mark-up itu ditentukan dari biaya produknya, maka persentase mark-up tersebut harus dikalikan dengan biaya produk, kemudian ditambahkan dengan biaya produk. Dengan demikian akan kita dapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual. Dan rumusnya adalah sebagai berikut:

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

2.9 Deviasi Standart

Rata-rata dari serangkaian nilai observasi tidak dapat diinterpretasikan secara terpisah dari hasil dispersi nilai-nilai observasi x_i , maka dispersi nilai-nilai tersebut akan sama dengan nilai x_i . Semakin besar variasi nilai-nilai x_i , makin kurang representatif rata-rata distribusinya.

Pengukuran dispersi dapat dilakukan dalam beberapa cara yaitu:

1. Pengukuran jarak (range)

Penentuan jarak sebuah distribusi merupakan pengukuran dispersi yang paling sederhana. Jarak sebuah distribusi frekwensi dirumuskan sebagai beda antara pengukuran nilai terbesar dan nilai terkecil yang terdapat dalam sebuah distribusi. Bila nilai-nilai observasi telah dikelompokkan kedalam distribusi frekwensi, 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 (quality control).

2. Pengukuran deviasi kuartil

Nilai-nilai kuartil adalah nilai-nilai 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. Makin kecil jarak

interkuartil dinamakan deviasi kuartil (quartile deviation), 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:

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

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 dari 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 $\sum (x_i - \bar{x})$. Untuk data yang belum dikelompokkan deviasi rata-rata dari seluruh nilai-nilai observasi x_i dapat dirumuskan sebagai:

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

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

$$\sum f_i (x_i - \bar{x})$$

2.10 Pendugaan Interval

Suatu pengukuran yang obyektif tentang derajat kepercayaan kita terhadap penelitian pendugaan, maka kita sebaiknya menggunakan pendugaan interval (interval estimation). 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 (Confidance Interval).

Misalkan dalam pendugaan kita menggunakan interval keyakinan sebesar 95%, maka hal tersebut berarti dalam jangka panjang kita akan mentolerir kesalahan duga (error of estimate) sebesar $\alpha = 0,05$ atau 5%, dengan lain perkataan dalam jangka panjang , jika pendugaan diatas dilakukan berkali-kali dalam cara yang sama, maka parameter populasi akan tercakup dalam interval yang bersangkutan 95% dari keseluruhan waktu. Untuk sampel kecil, pendugaan parameter populasi sebaiknya dilakukan dengan distribusi t yang variabelnya distandarisasi dan diberikan sebagai berikut: (Anto Dajan, 1991:218).

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

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

Sedangkan untuk sampel besar digunakan rumus sebagai berikut:

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

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

III. GAMBARAN UMUM HOTEL SAPTRA MANDALA

3.1 Sejarah Singkat Hotel Saptra Mandala

Hotel Saptra Mandala adalah salah satu hotel yang berada di kota Blitar yang tepatnya berlokasi di sekitar makam Proklamator (presiden pertama RI) di mana tempat ini ramai dikunjungi para peziarah.

Hal yang melatarbelakangi didirikannya hotel Saptra Mandala adalah adanya proyek pemugaran makam Proklamator RI. Pada waktu itu salah satu kontraktor dari Jakarta, membutuhkan tempat untuk perkantoran, suatu kebetulan tempat yang dimiliki bapak Soekardji (pemilik hotel sekarang) cukup luas dan strategis, karena jarak antara lokasi proyek dengan kantor \pm 200 m. Saat itupun keluarga bapak Soekardji berkesimpulan bahwa nantinya pasti banyak pengunjung yang akan berziarah ke makam proklamator tersebut. Maka tercetuslah gagasan untuk membuat penginapan yang kemudian lebih dikenal dengan nama hotel Saptra Mandala.

Hotel Saptra Mandala mulai beroperasi tepatnya pada tanggal 25 Agustus 1980. Mula-mula hotel ini hanya berupa penginapan yang menyediakan 9 buah kamar. Seiring dengan ramainya para pengunjung untuk berziarah maka hotel inipun mengalami peningkatan dalam menyediakan kapasitas kamarnya. Adapun kapasitas kamar yang tersedia untuk saat ini adalah sebagai berikut: standart room menyediakan 38 buah kamar, superior room menyediakan 8 buah kamar sedangkan suite room menyediakan 4 buah kamar. Pada tahun 1990 berdasarkan SK Direktorat Jendral Pariwisata No. Kep.56/U/IV/1990 yaitu tentang sertifikat penggolongan kelas hotel menerangkan bahwa hotel "Saptra Mandala" berhak mendapat atau mempunyai sebagai hotel berbintang satu (1)

Bentuk badan usaha jasa penginapan hotel Saptra Mandala adalah milik perorangan. Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa hotel tersebut adalah milik bapak Soekardji.

Fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel adalah restoran, ruang pertemuan, musholla juga ada ATM serta telpon umum.

Tamu dan langganan yang menggunakan jasa penginapan hotel ini pada umumnya adalah tamu dalam negeri, instansi baik pemerintah maupun swasta serta wisatawan asing.

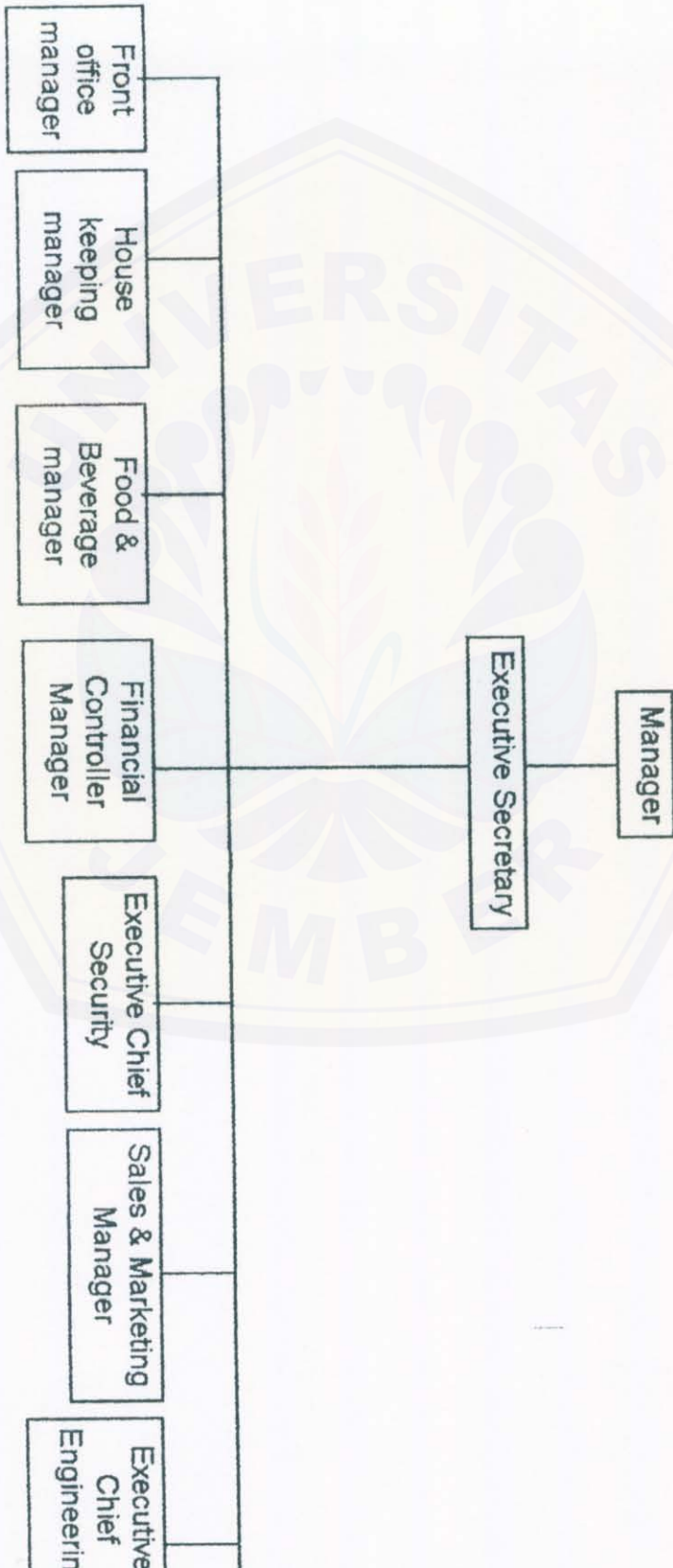
3.2 Organisasi Perusahaan

3.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah gambaran secara sistematis tentang hubungan kerja sama orang-orang yang dalam suatu badan dalam rangka mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi yang ada pada hotel Saptra Mandala berbentuk garis/lini artinya bahwa setiap atasan mempunyai sejumlah bawahan tertentu dan masing-masing memberi peertanggung jawaban tugasnya kepada atasannya tersebut.

Struktur organisasi hotel Saptra Mandala dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 2:
Struktur Organisasi



Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Bagian atau departemen yang ada di hotel Saptra Mandala adalah sebagai berikut:

1. Front Office
 - FO cashier
 - Reservation
 - Reception
 - Telephone operator
2. House keeping
 - Laundry and linen
 - Room boy
3. Food and Beverage
 - Food production
 - Restaurant
 - Room service
4. Financial Controller
 - Assiatance controller finance
 - Assistance controller operation
 - Purchasing
 - Store room
 - Food and beverage controller
5. Sales and Marketing
 - Sales promotion
 - Advertising
 - Research
 - Publik relation
6. Engineering

- Repair maintenance

7. Personalia

- Employee recruitment
- Training

Penjelasan masing-masing bagian:

1. General Manager

- merencanakan, mengorganisir serta mengawasi bagian-bagian agar dapat berjalan sesuai dengan rencana.
- ikut serta secara aktif dalam menjunjung tinggi nama hotel.
- bertanggung jawab sepenuhnya terhadap yang telah diambilnya.
- memberikan laporan kepada pemilik perihal kelancaran dan jalannya aktivitas organisasi perusahaan.

2. Executive Secretary

Bertanggung jawab kepada General Manager

Tugasnya:

- mencatat semua surat yang masuk dan keluar serta membuat arsip yang rapi dan sistematis.
- mengikuti pertemuan-pertemuan yang diadakan oleh manajer dengan para departemen head maupun manajer dan lainnya dan membuat ringkasan rapat.

3. Front Office Manager

Bertanggung jawab kepada general manager

- mengawasi semua kegiatan operasional dan administrasi pada kantor depan
- memperhatikan dan menyambut tamu penting atau VIP yang datang maupun yang menginap di hotel.

4. House Keeping Manager

- melaksanakan pekerjaan, menyiapkan kamar tamu, membersihkan ruangan dan menyiapkan ruangan umum.
- melaporkan peralatan yang rusak dan membuat order perbaikan.

5. Food Beverage Manager

- merencanakan, mengatur, melaksanakan dan mengawasi pelayanan dibagian makanan dan minuman.
- mengawasi, melaporkan dan membuat order perbaikan/penggantian bila ada peralatan yang rusak.
- menangani keluhan tamu.

6. Financial Controller Manager

- merencanakan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan administrasi hotel.
- bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas lalu lintas keuangan, laporan keuangan, administrasi personel dan keamanan hotel.
- mengatur jadwal bawahan.

7. Executive Chief Security

- menyusun rencana pengamanan dan melaksanakan tindakan keamanan.
- menjaga dan mempertahankan semua harta baik milik hotel, tamu dan karyawan.

8. Sales and Marketing Manager

- merencanakan dan melaksanakan pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.
- menghubungi pusat-pusat biro perjalanan yang bergerak di bidang pemesanan kamar.
- merencanakan dan menyusun budget tentang pemasaran.
- mengatur dan menyebarkan indoor dan outdoor advertensi.

9. Executive Chief Engineering

- menjaga kelancaran dan kesempurnaan pemeliharaan segala macam peralatan teknik yang digunakan dalam lingkungan hotel.
- membuat perencanaan dalam rangka pemeliharaan alat-alat listrik yang terdiri dari AC, heater dsb yang digunakan dalam lingkungan hotel.

10. Personalia Manager

- menyusun dan mengurus secara sistematis arsip dokumentasi kepegawaian.
- mengurus penerimaan karyawan baru.
- menyelenggarakan tata usaha kepegawaian pada umumnya termasuk urusan kepangkatan, pemberhentian, pemberian hukuman jabatan, pemberian kenaikan gaji berkala, ijin cuti, istirahat dan lain-lain menurut ketentuan dan peraturan kepegawaian yang berlaku dan dengan memperhatikan kebijaksanaan personalia yang telah digariskan oleh manajer.

3.3 Aspek Personalia

3.3.1 Jenis dan Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah karyawan/karyawati hotel Saptra Mandala berikut penyebarannya pada masing-masing out line tersaji pada tabel 1:

Tabel 1. Penyebaran Tenaga Kerja pada Hotel Saptra Mandala Menurut Departemen Tahun 1998.

No	Departemen	Tenaga Kerja
1.	Front office	3 orang
2.	Sales and marketing	2 orang
3.	House keeping	25 orang
4.	Food and beverage	10 orang
5.	Financial controller	3 orang
6.	Administration	1 orang
7.	Engineering	5 orang
8.	Security	5 orang
Total		54orang

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

3.3.2 Jam kerja karyawan

Pembagian kerja yang efisien akan mempermudah pekerja dan menghemat ongkos produksi. Pada hotel Saptra Mandala jam kerja karyawan adalah 8 jam sehari atau 40 jam seminggu dalam hal ini tidak termasuk jam istirahat. Jasa pelayanan hotel dilakukan setiap hari selama 24 jam. Untuk memberikan pelayanan tersebut maka jam kerja dibagi dalam 3 shift yaitu:

- shift I : 07.00 - 15.00 BBWI
- shift II : 15.00 - 23.00 BBWI
- shift III : 23.00 - 07.00 BBWI

Pembagian shift tersebut dilaksanakan secara bergantian sedemikian rupa sehingga karyawan yang mempunyai tugas dan kewajiban yang sama dalam pembagian jadwal kerja sehingga dapat berjalan dengan adil.

3.3.3 Sistem pengupahan

Hubungan kerja adalah suatu hubungan antara seorang pegawai atau tenaga kerja dengan seorang pengusaha. Dengan adanya hubungan kerja,

pegawai atau tenaga kerja dengan membayar upah. Kesejahteraan pegawai yang baik sebagai penunjang prestasi kerja mendapat perhatian tersendiri dari pihak hotel. Untuk itu upah sebagai salah satu unsur penunjangnya perlu ditetapkan secara bijaksana oleh perusahaan. Jenis upah yang diterima pegawai pada hotel adalah:

1. Upah bulanan / gaji pokok

Upah ini diberikan untuk tiap-tiap jabatan, disesuaikan dengan tingkatannya.

2. Tunjangan jabatan

Tunjangan ini diberikan berdasarkan jabatan yang diberikan untuk jabatan diatas kabag

3. Upah service

Upah ini akan diterima oleh karyawan apabila banyak tamu yang menginap dan besarnya upah yang diterima tidak selalu sama untuk setiap bulannya.

3.3.4 Fasilitas untuk karyawan

Untuk lebih meningkatkan produktivitas karyawan dan mendorong motivasi kerja, maka pihak hotel memberikan fasilitas-fasilitas kesejahteraan bagi karyawan antara lain:

1. Setiap karyawan masuk sebagai anggota jamsostek dan askes

2. Setiap karyawan berhak mempunyai pakaian kerja / seragam kerja disesuaikan dengan bagian masing-masing.

3. Setiap karyawan mendapat jatah satu kali makan dalam setiap waktu kerja.

4. Pihak hotel menyediakan musholla

5. Pihak hotel memberikan tunjangan bagi karyawannya disesuaikan dengan

6. Pihak hotel memberikan cuti bagi karyawannya.

3.4 Fasilitas dan Kelengkapan Hotel

Dalam usahanya untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi tamu, hotel Saptra Mandala memberikan fasilitas-fasilitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Meeting room

Meeting room yang ada di hotel Saptra Mandala hanya terdiri 1 ruangan dan berkapasitas \pm 50 orang.

2. Restaurant

Pada hotel Saptra Mandala ada sebuah restoran yang menyajikan makanan dan minuman bagi pengunjung.

Untuk memberikan kenyamanan bagi tamu, maka perlengkapan di tiap-tiap kamar juga disediakan sebaik mungkin. Perlengkapan-perengkapan tersebut adalah:

1. Perlengkapan untuk standart room

Untuk standart room hanya berupa kamar saja yang dilengkapi dengan televisi, telpon, kamar mandi, kaca rias dan AC.

2. Perlengkapan untuk superior room

Untuk superior room terdiri dari 1 bedroom, teras dilengkapi tempat duduk, televisi, telpon kamar mandi dengan shower (air dingin dan air panas), kaca rias dan AC.

3. Perlengkapan untuk suite room

Untuk suite room terdiri atas 2 bedroom, ada ruang tamu, dilengkapi dengan televisi, telpon, kaca rias, almari, kamar mandi bathup serta halaman parkir.

3.5 Aspek Pemasaran

3.5.1 Sistem Pemasaran

Perkembangan hotel akan semakin baik apabila ditunjang dengan promosi. Usaha-usaha promosi ini berguna untuk memperkenalkan keberadaan hotel pada masyarakat luas. Promosi yang dilakukan yaitu:

- pemasangan iklan di bioskop
- pemasangan papan nama di tempat yang strategis
- penyebaran brosur-brosur

Dengan usaha-usaha promosi yang dilakukan diharapkan dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel tersebut

3.5.2 Penjualan/Sewa Kamar

Untuk mengetahui besarnya kamar yang terjual/tersewa dari tahun 1996 sampai dengan tahun 1998 dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Penjualan Kamar Tahun 1996-1998

Bulan	TAHUN		
	1996	1997	1998
Jan	202	160	202
Peb	133	197	176
Mar	185	190	186
Apr	160	186	194
Mei	183	234	271
Jun	347	381	423
Jul	311	281	280
Agt	195	228	219
Sep	171	168	175
Okt	229	186	169
Nop	193	178	183
Des	224	183	222
Total	2533	2572	2700

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Sedangkan untuk penjualan kamar masing-masing kelasnya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Penjualan Kamar Masing-masing Kelas Tahun 1996-1998

Bulan	TAHUN								
	1996			1997			1998		
	standart	superior	suite	standart	superior	suite	standart	superior	suite
Jan	154	29	19	115	24	21	162	20	20
Peb	98	20	15	143	30	24	123	33	20
Mar	129	35	21	133	33	24	125	37	24
Apr	117	25	18	131	31	24	137	32	25
Mei	134	27	22	180	31	23	214	35	22
Jun	286	35	26	313	40	28	345	43	35
Jul	225	56	30	220	36	25	187	65	28
Agt	153	28	14	179	31	18	154	35	30
Sep	128	25	18	118	29	21	125	30	20
Okt	187	26	16	141	27	18	122	27	20
Nop	152	25	16	130	28	20	137	25	21
Des	164	40	20	129	31	23	160	33	29
Total	1927	371	235	1932	371	269	1991	415	294

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

3.5.3 Tarif Kamar

Besarnya tarif kamar hotel dari tahun 1996 sampai dengan tahun 1998 tersaji pada tabel 6.

Tabel 4. Tarif Kamar per Kelas Tahun 1996-1998

Tahun	KELAS		
	Standart	Superior	Suite
1996	Rp. 40.000	Rp. 118.000	Rp. 128.000
1997	Rp. 45.000	Rp. 126.000	Rp. 140.000
1998	Rp. 55.000	Rp. 138.000	Rp. 160.000

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

IV. ANALISIS DATA

4.1 Penentuan Tarif Kamar

Untuk menentukan tarif kamar per kelas digunakan beberapa langkah perhitungan sebagai berikut:

a) Estimasi Penjualan Kamar Hotel Saptra Mandala

Estimasi/peramalan penjualan terlebih dahulu harus diketahui untuk meramalkan tarif kamar tahun 1999. Dalam melakukan peramalan penjualan kamar tahun 1999, analisis yang digunakan yaitu metode Forecast Musiman. Dengan fluktuasi data bulanan, maka dapat diramalkan penjualan kamar bulanan tiap kelas kamar. Adapun perhitungan penjualan kamar tiap kelas tahun 1999 dalam tiap bulannya dapat dilihat pada lampiran 1, dan hasil perhitungan tersebut tersaji pada tabel 5.

Tabel 5. Estimasi Penjualan Kamar Menurut Kelas Tahun 1999 (dalam unit)

BULAN	KELAS		
	STANDART	SUPERIOR	SUITE
Januari	153	30	29
Pebruari	129	34	28
Maret	137	43	33
April	137	36	32
Mei	188	38	32
Juni	335	48	41
Juli	224	64	40
Agustus	173	38	30
September	132	34	28
Oktober	160	33	26
November	149	32	27
Desember	161	43	35
Total	2078	473	384

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Menurut hasil perhitungan diatas estimasi peniualan untuk masing-

sebanyak 2078 kamar, kelas superior sebanyak 473 kamar dan kelas suite sebanyak 384 kamar.

b) Pemisahan Biaya Semi Variabel

Berdasarkan data yang terdapat pada Hotel Saptra Mandala, biaya operasional perusahaan dapat diklasifikasikan dalam tiga kelompok yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

- a. Biaya tetap, biaya operasional yang tergantung dalam kelompok biaya tetap adalah:
 1. Telephone and Telegraph
 2. Other operated departement.
 3. Property operation maintenance and energy.
 4. Administrasi dan Umum
 5. Salaries and wage (gaji dan upah)
 6. Employee meals (biaya makanan)
 7. Employee taxes (biaya pajak)
 8. Insurence (asuransi)
 9. Training expense (biaya latihan)
 10. Medical (kesehatan)
- b. Biaya variabel, biaya operasional yang tergantung dalam kelompok biaya variabel adalah:
 1. Telephone and Telegraph
 2. Other operated departement
 3. Property operation maintenance and energy
 4. Marketing (pemasaran)
 5. Food and Beverage (makanan dan minuman)
 6. Loundry (pencucian)

c. Biaya semivariabel, biaya operasional yang termasuk dalam biaya kelompok semi variabel adalah:

1. Telephone and Telegraph
2. Other operated department
3. Property operation maintenance and energy

Dalam biaya semivariabel terdapat unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Untuk memisahkan biaya tetap dan variabel tersebut digunakan metode kuadrat terkecil. Untuk perhitungan pemisahan biaya semivariabel tahun 1996-1998, dapat dilihat dalam lampiran 3, dan perhitungannya tersaji pada tabel 6 .

Tabel 6. Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 1996 - 1998

Biaya Semi Variabel	1996		1997		1998	
	BT	BV	BT	BV	BT	BV
Telephone & telegraph	995.140	233.365	167.493	1.181.444	507.196	1.053.297
Other operated dept.	112.997	2.148.693	1.214.543	1.300.789	328.580	2.430.786
POMECE	1.343.718	2.110.825	1.687.061	2.015.496	2.266.651	1.705.617
Jumlah	2.451.855	4.492.883	3.069.097	4.497.729	3.102.427	5.189.700

c) Pengalokasian Biaya Bersama pada Masing-masing Kelas

Untuk mengetahui biaya pada masing-masing kamar per kelasnya, maka perlu pengalokasian biaya bersama dengan menggunakan metode nilai jual relatif. Pengalokasian ini perlu karena semua biaya yang ada digunakan untuk beroperasinya masing-masing kamar per kelasnya dan tidak dapat diidentifikasi sehingga biaya-biaya tersebut harus dialokasikan. Harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Jika salah satu kelas memiliki tarif yang lebih mahal dari pada kelas yang lain, hal ini karena yang dikeluarkan untuk menghasilkan jasa pada kelas tersebut lebih besar dibandingkan dengan kelas

tahun 1996 sampai dengan 1998 dapat dilihat pada tabel 3 dan lampiran 4, sedangkan hasil perhitungannya tersaji pada tabel 7,8 dan 9.

Tabel 7. Pengalokasian Biaya Bersama pada Masing-masing Kelas Tahun 1996

Kelas	Volume Penjualan (Unit)	Tarif Kamar (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	Prosen penj. (%)	Alokasi BV	BV per Kamar (Rp)	Alokasi BT
Standart	1.927	40.000	77.080.000	51,07	29.779.163,67	15.454	37.210.203,09
Superior	371	118.000	43.778.000	29	16.910.040,07	45.580	21.129.741,33
Suite	235	128.000	30.080.000	19,93	11.821.279,26	49.452	14.521.232,58
Jumlah	2.533		150.938.000	100	58.310.483	110.486	72.861.177

Tabel 8. Pengalokasian Biaya Bersama pada Masing-masing Kelas Tahun 1997

Kelas	Volume Penjualan (Unit)	Tarif Kamar (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	Prosen-tase Pen-jualan (%)	Alokasi BV	BV per Kamar (Rp)	Alokasi BT
Standart	1.932	45.000	86.940.000	50,74	33.440.319,79	17.308	40.036.519,79
Superior	371	126.000	46.746.000	27,28	17.978.950,02	48.460	21.525.350,02
Suite	269	140.000	37.660.000	21,98	14.485.972,19	53.851	17.343.372,19
Jumlah	2.572		171.346.000	100	65.905.242,00	119.619	78.905.242,00

Tabel 9. Pengalokasian Biaya Bersama pada Masing-masing Kelas Tahun 1998

Kelas	Volume Penjualan (Unit)	Tarif Kamar (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	Prosen-tase Pen-jualan (%)	Alokasi BV	BV per Kamar (Rp)	Alokasi BT
Standart	1.991	55.000	109.505.000	51,22	38.904.992,03	19.540	44.485.454,57
Superior	415	138.000	57.270.000	26,78	20.341.188,73	49.015	23.258.892,49
Suite	294	160.000	47.040.000	22,00	16.710.461,24	56.838	19.107.379,94
Jumlah	2.700		213.815.000	100	75.956.642,00	125.393	86.851.727,00

d) Biaya Operasional Kamar Per-kelas

Sebelum menentukan biaya operasional untuk tahun 1999 terlebih dahulu harus direncanakan biaya tetap dan biaya variabelnya. Untuk perencanaan biaya tetap digunakan asumsi bahwa biaya tetap yang terjadi tahun 1999 sama besarnya dengan biaya tetap tahun 1998.

Sedangkan untuk perencanaan biaya variabel tahun 1999 dapat dicari dengan menggunakan data perubahan variabel per kelasnya tahun 1997 dan tahun 1998.

Perhitungan perencanaan biaya tetap tahun 1999 dapat dilihat pada tabel 4,5 dan lampiran 4, sedangkan hasilnya tersaji pada tabel 10.

Tabel 10. Perencanaan Biaya Tetap Tahun 1999

Kelas	Estimasi Penjualan (Unit)	Tarif Kamar (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)	Prosentase Penjualan (%)	Alokasi BT
Standart	2.078	55.000	114.290.000	47,43	44.485.454,57
Superior	473	138.000	65.274.000	27,08	23.258.892,49
Suite	384	160.000	61.440.000	25,49	19.107.379,94
Jumlah	2.935		241.004.000	100	86.851.727,00

Perencanaan biaya variabel dibawah ini berdasarkan tabel 5,8 dan 9 sedangkan hasilnya tersaji pada tabel 11.

Tabel 11. Perencanaan Biaya Variabel Tahun 1999

Kelas	VC/Kamar Th. 1997 (Rp)	VC/Kamar Th. 1998 (Rp)	Kenaikan VC/Kamar (Rp)	Perencanaan VC/Kamar Th 1999 (Rp)	Estimasi Penjualan kamar 1999 (Unit)	Total VC Perkamar 1999 (RP)
Standart	17.308	19.540	2.232	21.772	2.078	45.242.216
Superior	48.460	49.015	555	49.570	473	23.446.610
Suite	53.851	56.838	2.987	59.825	381	22.793.325
Jumlah	119.619	125.393	5.774	131.167	2.935	91.482.151

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 1999. Perhitungan dari penentuan biaya operasional ini adalah sebagai berikut:

a. Kelas Standart

$$\begin{aligned} \text{Biaya Operasional per-unit} &= \frac{\text{Biaya tetap + biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}} \\ &= \frac{44.485.454,57 + 45.242.216}{2078} \\ &= \text{Rp } 43.180,00 \end{aligned}$$

Total biaya operasional kelas standart tahun 1999 sebesar:

$$\text{Rp } 43.180 \times 2078 \text{ unit} = \text{Rp } 89.728.040,00$$

b. Kelas Superior

$$\begin{aligned} \text{Biaya Operasional per-unit} &= \frac{\text{Biaya tetap + biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}} \\ &= \frac{23.258.892,49 + 23.446.610}{473} \\ &= \text{Rp } 98.743,00 \end{aligned}$$

Total biaya operasional kelas superior tahun 1999 sebesar:

$$\text{Rp } 98.743 \times 473 \text{ unit} = \text{Rp } 46.705.439,00$$

c. Kelas Suite

$$\begin{aligned} \text{Biaya Operasional per-unit} &= \frac{\text{Biaya tetap + biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}} \\ &= \frac{19.107.379,94 + 22.793.325}{} \end{aligned}$$

Total biaya operasional kelas suite tahun 1999 sebesar:

$$\text{Rp } 109.975 \times 381 \text{ unit} = \text{Rp } 41.900.475,00$$

e) Penentuan Tarif kamar Per Kelas dengan Metode Mark-Up Pricing

Untuk menentukan tarif kamar per kelas maka dapat dilakukan dengan metode Mark-Up Pricing, dimana Mark-Up ditentukan oleh keinginan perusahaan untuk kelas standart 55%, superior dan suite 60%.

a. Kelas Standart

$$\begin{aligned} \text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 43.180 + (0,55 \times 43.180) \\ &= \text{Rp } 66.929 \end{aligned}$$

b. Kelas Superior

$$\begin{aligned} \text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 98.743 + (0,60 \times 98.743) \\ &= \text{Rp } 158.000 \end{aligned}$$

c. Kelas Suite

$$\begin{aligned} \text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 109.975 + (0,60 \times 109.975) \\ &= \text{Rp } 175.960 \end{aligned}$$

4.2 Penentuan Batas Ambang Tarif

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

a) Penentuan Standart Deviasi Biaya Variabel

Sebelum menentukan batas ambang biaya variabel, terlebih dahulu ditentukan besarnya standart deviasi dari biaya variabel tersebut. Perhitungan

standart deviasi dari biaya variabel untuk masing-masing kelas dapat dilihat pada lampiran 5 dan hasilnya tersaji pada tabel 12.

Tabel 12. Standart Deviasi Biaya Variabel per Kelas

Kelas	Nilai Standart Deviasi
Standart	Rp 2.046
Superior	Rp 1.844
Suite	Rp 3.715

b) Pendugaan Interval

Setelah diketahui nilai standart deviasi dari biaya variabel langkah selanjutnya adalah menghitung batas ambang 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

Batas ambang biaya variabel kelas standart dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \bar{x} - t\left(\frac{\alpha}{2}; d.f\right) \frac{S}{\sqrt{n}} &\leq \mu \\ &= 17.434 - (0,025; 2) \frac{2046}{\sqrt{3}} \leq \mu \\ &= 17.434 - (4,303) 1181,25 \leq \mu \\ &= \text{Rp } 12.351 \end{aligned}$$

b. Kelas Superior

Batas ambang biaya variabel kelas superior dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} - t\left(\frac{\alpha}{2}; d.f\right) \frac{S}{\sqrt{n}} \leq \mu$$

$$= 47.685 - (4,303) 1064,63 \leq \mu$$

$$= \text{Rp } 43.103,9$$

c. Kelas Suite

Batas ambang biaya variabel kelas suite dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} - t(\alpha/2; d.f) \frac{S}{\sqrt{n}} \leq \mu$$

$$= 53.380,33 - (0,025; 2) \frac{3715}{\sqrt{3}} \leq \mu$$

$$= 53.380,33 - (4,303) 9229,31 \leq \mu$$

$$= \text{Rp } 44.151,02$$

c) Menentukan Biaya Operasional Kamar pada Batas Ambang Bawah

Sebelum menentukan besarnya batas ambang bawah biaya operasional terlebih dahulu harus diketahui batas ambang bawah biaya variabelnya. Penghitungan batas ambang bawah biaya variabel dapat dilihat pada halaman 57 dan 58, sedangkan untuk mengetahui perhitungan nilai rata-rata biaya variabel dapat dilihat pada lampiran 5. Langkah-langkah perencanaan batas ambang bawah biaya operasional variabel tahun 1999 tersaji pada tabel 13, 14 dan 15.

Tabel 13. Penurunan Biaya Variabel per Unit kamar

Kelas	Rata-rata Biaya Variabel (Rp)	Biaya Variabel pada batas ambang (Rp)	Penurunan Biaya Variabel (Rp)
Standart	17.434	12.351	5.083
Superior	47.685	43.104	4.581
Suite	53.380,33	44.151	9.229,33
Jumlah	118.499,33	99.605	18.893,33

Tabel 14 berikut ini didasarkan pada data tabel 11 dan 13.

Tabel 14. Biaya Variabel pada Batas Ambang Bawah per Unit Kamar Tahun 1999

Kelas	Estimasi Biaya Variabel (Rp)	Penurunan Biaya Variabel (Rp)	Estimasi BV pada batas ambang (Rp)
Standart	21.772	5.083	16.689
Superior	49.570	4.581	44.989
Suite	59.825	9.229	50.596
Jumlah	131.167		112.274

Tabel 15 berikut ini didasarkan pada data tabel 5 dan 11.

Tabel 15. Total Biaya Variabel pada Batas Ambang Bawah per Unit Kamar Tahun 1999

Kelas	Est.penj.kamar th.1999	BV. pada batas ambang	Total BV. pada batas ambang
Standart	2.078	16.689	34.679.742
Superior	473	44.989	21.279.797
Suite	381	50.596	19.428.864
Jumlah	2.935	112.274	85.388.403

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

a. Kelas Standart

$$\text{Biaya Operasional per-unit} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}}$$

$$= \frac{44.485.454,57 + 34.679.742}{\dots}$$

Total biaya operasional pada ambang bawah kelas standart sebesar:

$$= \text{Rp } 38.096,82 \times 2078 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp } 79.165.191,96$$

b. Kelas Superior

$$\text{Biaya Operasional per-unit} = \frac{\text{Biaya tetap + biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}}$$

$$= \frac{23.258.892,49 + 21.279.797}{473}$$

$$= \text{Rp } 95.219,21$$

Total biaya operasional pada ambang bawah kelas superior sebesar:

$$= \text{Rp } 95.219,21 \times 473 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp } 45.038.686,33$$

c. Kelas Suite

$$\text{Biaya Operasional per-unit} = \frac{\text{Biaya tetap + biaya variabel}}{\text{Estimasi Penjualan Kamar}}$$

$$= \frac{19.107.379,94 + 19.428.864}{381}$$

$$= \text{Rp } 100.354,80$$

Total biaya operasional pada ambang bawah kelas suite sebesar:

$$= \text{Rp } 100.354,80 \times 381 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp } 38.235.178,8$$

d) Penentuan Tarif Kamar per Kelas Pada Batas Ambang Bawah

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

a. Kelas Standart

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 38.096,82 + (0,55 \times 38.096,82) \\ &= \text{Rp } 59.050\end{aligned}$$

b. Kelas Superior

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 95.219,21 + (0,60 \times 95.219,21) \\ &= \text{Rp } 152.350\end{aligned}$$

c. Kelas Suite

$$\begin{aligned}\text{Tarif} &= \text{Biaya operasional} + (\% \times \text{biaya operasional}) \\ &= 100.354,80 + (0,60 \times 100.354,80) \\ &= \text{Rp } 160.568\end{aligned}$$

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis pada bab IV, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Tarif kelas standart sebesar Rp 66.929, kelas superior Rp.158.000 dan kelas suite sebesar Rp.175.960.
2. Tarif kamar pada batas ambang bawah tahun 1999 untuk masing-masing kelas adalah sebagai berikut:
 - Kelas standart Rp. 59.050
 - Kelas superior Rp. 147.590
 - Kelas suite Rp. 160.568

5.2 Saran-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 Seasonal Rate, dimana seasonal rate tersebut masih dapat memberikan keuntungan bagi pihak hotel.

Daftar Pustaka

- Dajan, Anto.1991. **Pengantar Metode Statistik** jilid II Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES.
- Depdikbud. 1993. **Kamus Besar Bahasa Indonesia** Edisi Kedua. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, Philip. Gary Amstrong. 1996. **Principles of Marketing** Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhallindo.
- Lembaga. 1993. **Garis-garis Besar Haluan Negara**. Jakarta: UIP.
- Manullang. 1993. **Pengantar Ekonomi Perusahaan** Edisi Revisi. Galia Indonesia.
- Mulyadi. 1991. **Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya** Edisi Lima. Yogyakarta: STIE.
- .1985. **Akuntansi Blaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya** Edisi III. Yogyakarta: BPFE.
- Saputro,G.A dan M.Asri. 1995. **Anggaran Perusahaan** Jilid Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Suarthana, Putra. 1986. **Tata Laksana Penjualan Kamar**. Nusa Dua Bali: BPLP.
- Supriyono. 1991. **Akuntansi Manajemen I Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan**. Yogyakarta: BPFE.
- Swasta, Basu. 1990. **Manajemen Pemasaran** Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandi. 1995. **Strategi Pemasaran** Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Tabel. Tingkat Penjualan Kamar Kelas Standart Tahun 1996 - 1998 (unit)

Bulan	Tahun			Jumlah	Rata-rata
	1996	1997	1998		
Januari	154	115	162	431	143,67
Pebruari	98	143	123	364	121,3
Maret	129	133	125	387	129
April	117	131	137	385	128,3
Mei	134	180	214	528	176
Juni	286	313	345	944	314,67
Juli	225	220	187	632	210,67
Agustus	153	179	154	486	162
September	128	118	125	371	123,67
Oktober	187	141	122	450	150
Nopember	152	130	137	419	139,67
Desember	164	129	160	453	151
Total	1927	1932	1991		162,5

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

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

$$\text{Bulan 1} = \frac{143,67}{162,5} = 0,884$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{121,3}{162,5} = 0,746$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{129}{162,5} = 0,794$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{128,3}{162,5} = 0,789$$

$$\begin{aligned} \text{Bulan 5} &= \frac{76}{162,5} = 1083 \\ \text{Bulan 6} &= \frac{314,67}{162,5} = 1,936 \\ \text{Bulan 7} &= \frac{210,67}{162,5} = 1,296 \\ \text{Bulan 8} &= \frac{162}{162,5} = 0,997 \\ \text{Bulan 9} &= \frac{123,67}{162,5} = 0,761 \\ \text{Bulan 10} &= \frac{150}{162,5} = 0,923 \\ \text{Bulan 11} &= \frac{139,67}{162,5} = 0,859 \\ \text{Bulan 12} &= \frac{151}{162,5} = 0,929 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 3 kita dapat meramalkan penjualan kamar kelas standart tahun 1999 dengan menghitung harga trend penjualan kamar. Perhitungannya tersaji pada tabel dibawah ini.

Tabel . Perhitungan Trend Tahunan

Tahun	y	x	xy	x ²
1996	1927	-1	-1927	1
1997	1932	0	0	0

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$
$$= \frac{5.850}{3}$$
$$= 1.950$$

$$b = \frac{\Sigma xy}{n}$$
$$= \frac{64}{2}$$
$$= 32$$

Persamaan Trend $y = a + bx$

untuk $x = 4$

$$y = 1950 + 32(4)$$
$$= 1950 + 128$$
$$= 2078$$

Jadi ramalan penjualan kamar kelas standart tahun 1999 adalah 2078 unit, dengan indeks musim tiap bulan yang berlainan, maka besarnya ramalan penjualan kamar tiap bulan menjadi:

$$\text{Bulan 1} = \frac{2078}{12} \times 0,884 = 153$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{2078}{12} \times 0,746 = 129$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{\quad}{12} \times 0,794 = 137$$

12

$$\text{Bulan 4} = \frac{2078}{12} \times 0,789 = 137$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{2078}{12} \times 1,083 = 188$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{2078}{12} \times 1,936 = 335$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{2078}{12} \times 1,296 = 224$$

$$\text{Bulan 8} = \frac{2078}{12} \times 0,997 = 173$$

$$\text{Bulan 9} = \frac{2078}{12} \times 0,761 = 132$$

$$\text{Bulan 10} = \frac{2078}{12} \times 0,923 = 160$$

$$\text{Bulan 11} = \frac{2078}{12} \times 0,859 = 149$$

$$\text{Bulan 12} = \frac{2078}{12} \times 0,929 = 161$$

Jumlah keseluruhan = 2078 unit

Tabel . Tingkat Penjualan Kamar Kelas Superior Tahun 1996 - 1998 (unit)

Bulan	Tahun			Jumlah	Rata-rata
	1996	1997	1998		
Januari	29	24	20	73	24,3
Pebruari	20	30	33	83	27,67
Maret	35	33	37	105	35
April	25	31	32	88	29,3
Mei	27	31	35	93	31
Juni	35	40	43	118	39,3
Juli	56	36	65	157	52,3
Agustus	28	31	35	94	31,3
September	25	29	30	84	28
Oktober	26	27	27	80	26,67
Nopember	25	28	25	78	26
Desember	40	31	33	164	34,67
Total	371	371	415		32,13

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Perhitungan IM untuk masing-masing bulan adalah:

$$\text{Bulan 1} = \frac{24}{32,13} = 0,756$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{27,67}{32,13} = 0,861$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{35}{32,13} = 1,089$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{29,3}{32,13} = 0,911$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{31}{32,13} = 0,965$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{39,3}{32,13} = 1,223$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{52,3}{32,13} = 1,628$$

$$\text{Bulan 8} = \frac{31,3}{32,13} = 0,974$$

$$\text{Bulan 9} = \frac{28}{32,13} = 0,871$$

$$\text{Bulan 10} = \frac{26,67}{32,13} = 0,830$$

$$\text{Bulan 11} = \frac{26}{32,13} = 0,809$$

$$\text{Bulan 12} = \frac{34,67}{32,13} = 1,079$$

Berdasarkan tabel 3 kita dapat meramalkan penjualan kamar kelas superior tahun 1999 dengan menghitung harga trend penjualan kamar. Perhitungannya tersaji pada tabel dibawah ini.

Tabel . Perhitungan Trend Tahunan

Tahun	y	x	xy	x ²
1996	371	-1	-371	1
1997	371	0	0	0
1998	415	1	415	1
Σ	1157	0	44	2

$$y = a + bx$$

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

$$= \frac{1157}{3} = 385,67$$

$$b = \frac{\sum xy}{n} = \frac{44}{2} = 22$$

$$\text{Bulan 1} = \frac{473}{12} \times 0,756 = 30$$

$$\text{Bulan 2} = \frac{473}{12} \times 0,861 = 34$$

$$\text{Bulan 3} = \frac{473}{12} \times 1,089 = 43$$

$$\text{Bulan 4} = \frac{473}{12} \times 0,911 = 36$$

$$\text{Bulan 5} = \frac{473}{12} \times 0,965 = 38$$

$$\text{Bulan 6} = \frac{473}{12} \times 1,223 = 48$$

$$\text{Bulan 7} = \frac{473}{12} \times 1,628 = 64$$

473

$$\begin{aligned} \text{Bulan 9} &= \frac{473}{12} \times 0,871 = 34 \\ \text{Bulan 10} &= \frac{473}{12} \times 0,830 = 33 \\ \text{Bulan 11} &= \frac{473}{12} \times 0,809 = 32 \\ \text{Bulan 12} &= \frac{473}{12} \times 1,079 = 43 \\ \text{Jumlah keseluruhan} &= 473 \text{ unit} \end{aligned}$$

Lampiran 2

Tabel. Biaya Tahun 1996-1998

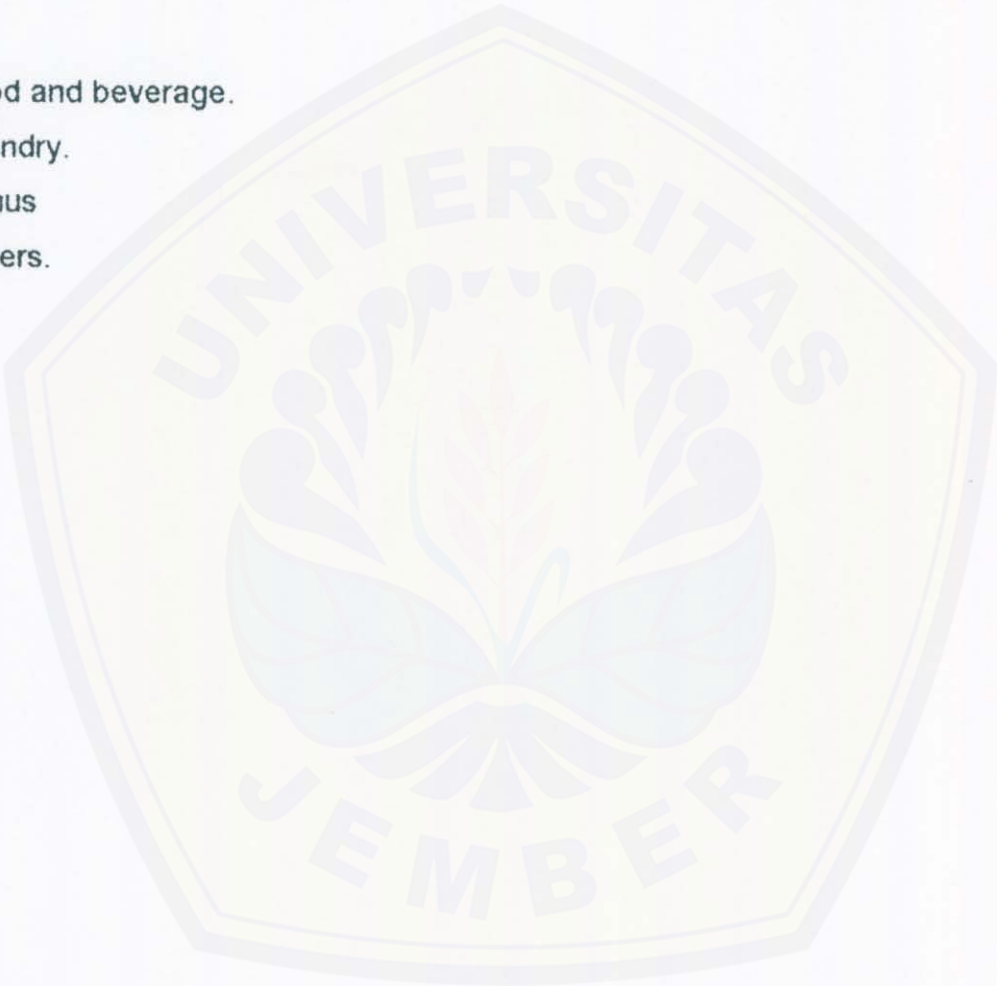
Jenis Biaya	TAHUN		
	1996	1997	1998
1	995.140	167.493	507.196
2	112.997	1.214.543	528.580
3	1.343.718	1.678.061	2.266.651
4	1.440.550	1.950.000	3.475.000
5	60.450.000	63.704.290	66.750.000
6	2.635.670	2.955.255	3.150.735
7	1.696.000	2.050.750	3.697.100
8	2.250.450	2.670.350	3.050.450
9	845.000	1.050.000	1.475.235
10	1.091.652	1.455.500	1.950.780
11	5.330.985	6.520.000	7.980.425
12	38.450.730	42.850.000	47.580.000
13	3.876.600	4.375.860	5.475.950
14	4.050.000	4.985.735	5.350.875
15	2.118.285	2.675.918	4.375.692
Total	126.678.780	140.312.760	157.618.670

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Keterangan:

1. Telephone dan telegraph.
2. Other operated departemen.
3. Property operation maitenance and energy.
4. Administrasi dan umum.
5. Salaries and wage.
6. Employe meals.
7. Employe taxes.
8. Insurance.
9. Training expenses.
10. Medical.

- 12. Food and beverage.
- 13. Laundry.
- 14. Bonus
- 15. Others.



Lampiran 3.

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel th. 1996 Telephone dan Telegraph

Bulan	Vol. Penjualan (x)	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	202	104,215	21,051,430	40,804
2	133	98,500	13,100,500	17,689
3	185	99,012	18,317,220	34,225
4	160	107,376	17,180,160	25,600
5	183	104,242	19,076,286	33,489
6	347	126,345	43,841,715	120,409
7	311	105,275	32,740,525	96,721
8	195	93,400	18,213,000	38,025
9	171	98,215	16,794,765	29,241
10	229	100,400	22,991,600	52,441
11	193	99,295	19,163,935	37,249
12	224	92,237	20,661,088	50,176
Jumlah	2,533	1,228,512	263,132,224	576,069

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (263,132,224) - (2,533)(1,228,512)}{12 \cdot (576,069) - (2,533)^2} \\
 &= \frac{3,157,586,688 - 3,111,820,896}{6,912,828 - 6,416,089} \\
 &= \frac{45,765,792}{496,739} \\
 &= 92.13
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{1,228,512 - 92.13 (2,533)}{12} \\
 &= \frac{1,228,512 - 233,371.55}{12} \\
 &= 82,928.37
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya telephone dan telegraph th. 1996

Biaya Tetap Rp 82,928.37x 12 = Rp 995,140.45
 Biaya variabel Rp 92.13x 2533 = Rp 233365.29

Tabel Pemisahan Biaya Semi Variabel th. 1996 Other Operated Department

Bulan	Other Op. Dept x	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	202	120,470	24,334,940	40,804
2	133	109,632	14,581,056	17,689
3	185	196,450	36,343,250	34,225
4	160	113,335	18,133,600	25,600
5	183	185,430	33,933,690	33,489
6	347	280,865	97,460,155	120,409
7	311	265,763	82,652,293	96,721
8	195	205,770	40,125,150	38,025
9	171	106,428	18,199,188	29,241
10	229	240,600	55,097,400	52,441
11	193	200,550	38,706,150	37,249
12	224	236,471	52,969,504	50,176
Jumlah	2,533	2,261,764	512,536,376	576,069

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (512,536,376) - (2,533)(2,261,764)}{12 \cdot (576,069) - (2,533)^2} \\
 &= \frac{6,150,436,512 - 5,729,048,212}{6,912,828 - 6,416,089} \\
 &= \frac{421,388,300}{496,739} \\
 &= 848.31
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{2,261,764 - 848.31 (2,533)}{12} \\
 &= \frac{2,261,764 - 2,148,767.39}{12} \\
 &= 9,416.38
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya Other Operated Department th. 1996
 Biaya Tetap Rp 9,416.38x 12 = Rp 112,996.61
 Biaya variabel Rp 848.31x 2533 = Rp 2.148.693,24

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel POMEK th. 1996

Bulan	Vol.Penjualan (x)	POMEK (y)	x.y	x ²
1	202	326,738	66,001,076	40,804
2	133	205,385	27,316,205	17,689
3	185	255,977	47,355,745	34,225
4	160	234,400	37,504,000	25,600
5	183	254,750	46,619,250	33,489
6	347	386,750	134,202,250	120,409
7	311	357,475	111,174,725	96,721
8	195	268,928	52,440,960	38,025
9	171	245,865	42,042,915	29,241
10	229	321,680	73,664,720	52,441
11	193	266,677	51,468,661	37,249
12	224	329,935	73,905,440	50,176
Jumlah	2,533	3,454,560	763,695,947	576,069

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (763.695.947) - (2.533)(3.454.560)}{12 \cdot (576.069) - (2.533)^2} \\
 &= \frac{9.164.351.364 - 8.750.400.480}{6.912.828 - 6.416.089} \\
 &= \frac{413.950.884}{496.739} \\
 &= 833.34
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{3.454.560 - 833,34 (2.533)}{12} \\
 &= \frac{3.454.560 - 2.110.842,09}{12} \\
 &= 111.976,49
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya POMEK th.1996

Biaya Tetap Rp 111.976,49x 12 = Rp 1.343.717,91
 Biaya variabel Rp 833,34x 2533 = Rp 2.110.824,89

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel Telephone dan Telegraph th. 1997

Bulan	Vol. Penjualan Telephone dan Telegraph (x)	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	160	91,576	14,652,160	25,600
2	197	104,985	20,682,045	38,809
3	190	102,876	19,546,440	36,100
4	186	96,955	18,033,630	34,596
5	234	122,581	28,683,954	54,756
6	381	185,549	70,694,169	145,161
7	281	157,177	44,166,737	78,961
8	228	105,240	23,994,720	51,984
9	168	92,753	15,582,504	28,224
10	186	98,542	18,328,812	34,596
11	178	95,757	17,044,746	31,684
12	183	96,013	17,570,379	33,489
Jumlah	2,572	1,350,004	308,980,296	593,960

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (308,980,296) - (2,572)(1,350,004)}{12 \cdot (593,960) - (2,572)^2} \\
 &= \frac{3,707,763,552 - 3,472,210,288}{7,127,520 - 6,615,184} \\
 &= \frac{235,553,264}{512,336} \\
 &= 459.76
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{1,350,004 - 459.76 (2,572)}{12} \\
 &= \frac{1,350,004 - 1,182,511.08}{12} \\
 &= 13,957.74
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya telephone dan telegraph th. 1997

Biaya Tetap	Rp 13,957.74x 12 =	Rp 167,492.92
Biaya variabel	Rp 459.76x 2572 =	Rp 1.181.444,41

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel Other Operated Department th. 1997

Bulan	Other Op. Dept x	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	160	179,940	28,790,400	25,600
2	197	204,330	40,253,010	38,809
3	190	200,540	38,102,600	36,100
4	186	196,380	36,526,680	34,596
5	234	215,430	50,410,620	54,756
6	381	298,775	113,833,275	145,161
7	281	237,680	66,788,080	78,961
8	228	209,400	47,743,200	51,984
9	168	188,536	31,674,048	28,224
10	186	200,206	37,238,316	34,596
11	178	188,240	33,506,720	31,684
12	183	195,870	35,844,210	33,489
Jumlah	2,572	2,515,327	560,711,159	593,960

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (560.711.159) - (2.572)(2.515.327)}{12 \cdot (593.960) - (2.572)^2} \\
 &= \frac{6.728.533.908 - 6.469.421.044}{7.127.520 - 6.615.184} \\
 &= \frac{259.112.864}{512.336} \\
 &= 505,75
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{2.515.327 - 505,75 (2.572)}{12} \\
 &= \frac{2.515.327 - 1.300.783,64}{12} \\
 &= 101.211,95
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya other operated departement th.1997

Biaya Tetap	Rp 101.211,95x 12 =	Rp 1.214.543,36
Biaya variabel	Rp 505,75x 2572 =	Rp 1.300.789

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel POMEK th. 1997

Bulan	Vol. Penjualan (x)	POMEK (y)	x.y	x ²
1	160	171,515	27,442,400	25,600
2	197	310,770	61,221,690	38,809
3	190	308,920	58,694,800	36,100
4	186	306,475	57,004,350	34,596
5	234	362,870	84,911,580	54,756
6	381	394,650	150,361,650	145,161
7	281	375,420	105,493,020	78,961
8	228	357,577	81,527,556	51,984
9	168	196,777	33,058,536	28,224
10	186	307,250	57,148,500	34,596
11	178	303,395	54,004,310	31,684
12	183	306,935	56,169,105	33,489
Jumlah	2,572	3,702,554	827,037,497	593,960

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (827.037.497) - (2.572)(3.702.554)}{12 \cdot (593.960) - (2.572)^2} \\
 &= \frac{9.924.449.964 - 9.522.968.888}{7.127.520 - 6.615.184} \\
 &= \frac{401.481.076}{512.336} \\
 &= 783.63
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{3.702.554 - 783.63 (2.572)}{12} \\
 &= \frac{3.702.554 - 2.015.492.43}{12} \\
 &= 142.500.15
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya POMEK th. 1997

Biaya Tetap Rp. 140.588,46x 12 =

Rp 1.687.061,57

Biaya variabel

Rp 783,63x 2572 =

Rp 2.017.496,36

Digital Repository Universitas Jember

80

Tabel. 'Pemisahan Biaya Semi Variabel Telephone dan Telegraph th. 1998

Bulan	Vol. Penjualan Telephone dan Telegraph (x)	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	202	125,360	25,322,720	40,804
2	176	106,940	18,821,440	30,976
3	186	115,581	21,498,066	34,596
4	194	125,765	24,398,410	37,636
5	271	136,581	37,013,451	73,441
6	423	205,674	87,000,102	178,929
7	280	157,177	44,009,560	78,400
8	219	115,165	25,221,135	47,961
9	175	105,757	18,507,475	30,625
10	169	102,583	17,336,527	28,561
11	183	110,240	20,173,920	33,489
12	222	153,321	34,037,262	49,284
Jumlah	2,700	1,560,144	373,340,068	664,702

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$
$$= \frac{12 \cdot (373.340.068) - (2.700)(1.560.144)}{12 \cdot (664.702) - (2.700)^2}$$
$$= \frac{4.480.080.816 - 4.212.388.800}{7.976.424 - 7.290.000}$$
$$= \frac{267.692.016}{686.424}$$
$$= 389,98$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$
$$= \frac{1.560.144 - 389,98 (2.700)}{12}$$
$$= 1.560.144 - 1.052.947,51$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya telephone dan telegraph th. 1997
 Biaya Tetap Rp. 42.266,37x 12 = Rp 507.196,49
 Biaya variabel Rp 389,98x 2572 Rp 1.003.297

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel Other Operated Department th. 1998

Bulan	Other Op. Dept x	Telephone dan Telegraph (y)	x.y	x ²
1	202	162,775	32,880,550	40,804
2	176	194,950	34,311,200	30,976
3	186	207,780	38,647,080	34,596
4	194	235,944	45,773,136	37,636
5	271	268,370	72,728,270	73,441
6	423	395,840	167,440,320	178,929
7	280	288,470	80,771,600	78,400
8	219	249,905	54,729,195	47,961
9	175	184,240	32,242,000	30,625
10	169	111,650	18,868,850	28,561
11	183	205,960	37,690,680	33,489
12	222	253,486	56,273,892	49,284
Jumlah	2,700	2,759,370	672,356,773	664,702

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (672,356,773) - (2,700)(2,759,370)}{12 \cdot (664,702) - (2,700)^2} \\
 &= \frac{8,068,281,276 - 7,450,299,000}{7,976,424 - 7,290,000} \\
 &= \frac{617,982,276}{686,424} \\
 &= 900.29
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{2,759,370 - 900.29 (2,700)}{12} \\
 &= \frac{2,759,370 - 2,430,789.34}{12}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya Other Operated Department th. 1998
 Biaya Tetap Rp 27,381.72x 12 = Rp 328,580.66
 Biaya Variabel Rp 900.29x 2700 = Rp 2,430,786

Digital Repository Universitas Jember

82

Tabel. Pemisahan Biaya Semi Variabel POMEK th. 1998

Bulan	Vol. Penjualan (x)	POMEK (y)	x.y	x ²
1	202	250,970	50,695,940	40,804
2	176	265,945	46,806,320	30,976
3	186	348,255	64,775,430	34,596
4	194	354,750	68,821,500	37,636
5	271	379,580	102,866,180	73,441
6	423	410,945	173,829,735	178,929
7	280	385,820	108,029,600	78,400
8	219	365,475	80,039,025	47,961
9	175	264,995	46,374,125	30,625
10	169	202,284	34,185,996	28,561
11	183	325,780	59,617,740	33,489
12	222	368,860	81,886,920	49,284
Jumlah	2,700	3,923,659	917,928,511	664,702

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12 \cdot (917,928,511) - (2,700)(3,923,659)}{12 \cdot (664,702) - (2,700)^2} \\
 &= \frac{11,015,142,132 - 10,593,879,300}{7,976,424 - 7,290,000} \\
 &= \frac{421,262,832}{686,424} \\
 &= 613.71
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n} \\
 &= \frac{3,923,659 - 613.71 (2,700)}{12} \\
 &= \frac{3,923,659 - 1,657,007.40}{12}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui biaya POMEK th. 1998

Biaya Tetap Rp. 188.887.63x 12 = Rp 2.266.651.60

Biaya Variabel Rp. 65.11x 2700 = Rp 1.705.617

Lampiran 4

Tabel. Biaya Tetap Tahun 1996-1998

Jenis Biaya	TAHUN		
	1996	1997	1998
1	995.140	167.493	507.196
2	112.997	1.214.543	528.580
3	1.343.718	1.687.061	2.266.651
4	1.440.550	1.950.000	3.475.000
5	60.450.000	63.704.290	66.750.000
6	2.635.670	2.955.255	3.150.735
7	1.696.000	2.050.750	3.697.100
8	2.250.450	2.670.350	3.050.450
9	845.000	1.050.000	1.475.235
10	1.091.652	1.455.500	1.950.780
Total	72.861.177	78.905.242	86.851.727

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Tabel. Biaya Variabel Tahun 1996-1998

Jenis Biaya	TAHUN		
	1996	1997	1998
1	233.365	1.181.444	1.053.297
2	2.148.693	1.300.789	2.430.786
3	2.110.825	2.015.496	1.705.617
11	5.330.985	6.520.000	7.980.617
12	38.450.730	42.850.000	47.580.000
13	3.876.600	4.375.860	5.475.950
14	4.050.000	4.985.735	5.350.875
15	2.118.285	2.675.918	4.379.692
Total	58.310.483	65.905.242	75.956.642

Sumber data: Hotel Saptra Mandala, 1999

Keterangan:

1. Telephone dan telegraph
2. Other operated departemen
3. Property operation maitenance and energy
4. Administrasi dan umum

Lampiran 5

Tabel. Standart Deviasi Biaya Variabel/Kamar Kelas Standart Room

Tahun	B. V / kamar (Rp)	$X_i - \bar{X}$	$(X_i - \bar{X})^2$
1996	15.454	-1980	3.920.400
1997	17.308	-126	15.876
1998	19.540	2106	4.435.236
Jumlah	52.302	0	8.371.512
\bar{X}	17.434		

Perhitungan diatas berdasarkan data pada tabel 7-9.

$$S = \left[\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right]^{1/2}$$
$$= \left[0,5 (8.371.523) \right]^{1/2}$$
$$= \text{Rp. 2046}$$

Tabel. Standart Deviasi Biaya Variabel/Kamar Kelas Superior Room

Tahun	B.V / kamar (Rp)	$X_i - \bar{X}$	$(X - \bar{X})^2$
1996	45.580	-2105	4.431.025
1997	48.460	775	600.625
1998	49.015	1330	1.768.900
Jumlah	143.055	0	6.800.550
\bar{X}	47.685		

Perhitungan diatas berdasarkan data pada tabel 7-9.

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

$$= \left[0,5 (6.800.550) \right]^{1/2}$$

$$= \text{Rp. 1844}$$

86

Tabel. Standart Deviasi Biaya Variabel/Kamar Kelas Suite Room

Tahun	B.V / kamar (Rp)	$X_i - \bar{X}$	$(X_i - \bar{X})^2$
1996	49.452	-3928,33	15.431.776,59
1997	53.851	470,67	221.530,25
1998	56.838	3457,67	11.955.481,83
Jumlah	160.141	0	27.608.788,66
\bar{X}	53.380,33		

Perhitungan diatas berdasrkan data pada tabel 7-9.

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

$$= \left[0,5 (27.608.788,66) \right]^{1/2}$$

$$= \text{Rp. 3715}$$