

**KEBIJAKAN PENENTUAN TARIF DALAM MEMPERTAHANKAN  
ATAU MENINGKATKAN PENDAPATAN  
PADA CHERRY HOTEL GROUP  
MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**ANDRIAN INDRA PRATAMA  
NPM: 10 833 0125**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2016**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/2/24

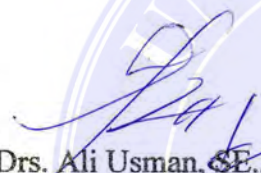
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
  2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
  3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
- Access From (repository.uma.ac.id)6/2/24

Judul Skripsi : Kebijakan Penentuan Tarif Dalam Mempertahankan atau Meningkatkan Pendapatan pada Cherry Hotel Group Medan  
Nama Mahasiswa : ANDRIAN INDRA PRATAMA  
No. Stambuk : 10 833 0125  
Program : Akuntansi


Menyetujui :  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. Ali Usman, SE.,M.Si)



(Dra. Hj. Rosmaini, Ak.,MMA)

Mengetahui :

Program Studi

Dekan



(Linda Lores Br Purba, SE.,M.Si)



(Dr. Insan Effendi, SE.,M.Si)

Tanggal Lulus :

2016

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repository.uma.ac.id)6/2/24

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Kebijakan Penentuan Tarif Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Pendapatan pada Cherry Hotel Group Medan”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Medan Area.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini telah banyak mendapat bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak sehingga terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. A. Ya’kub Matondang, MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi SE.MSi selaku Dekan Universitas Medan Area
3. Ibu Linda Lores, SE. MSi. Selaku Ketua Jurusan dan ketua prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Drs. Ali Usman Siregar SE. MSi selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak petunjuk dan bimbingan serta arahan yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

5. Ibu Dra. Hj. Rosmaini. Ak. MMA. Selaku Dosen pembimbing II, yang telah membimbing penulis dan memberikan masukan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Warsani P. Sari. SE. Ak. CA. MM. Selaku sekretaris, terima kasih atas saran dan bimbingannya
7. Bapak pimpinan Cherry Hotel Group dan seluruh staffnya yang telah membantu penulis dalam setiap kali berkunjung ke Cherry Hotel Group Medan.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Indra Ilfizham dan Ibunda R.A Diani Rezki Dewi yang telah telah memberikan cinta dan kasih sayang yang tulus dengan mengasuh, membesarkan, dan memberi dukungan moril maupun material serta doa yang tiada tara. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini seperti yang diharapkan selama ini.
9. Buat adik - adik tersayang, Yudi Dwi Herdian dan Almh Ayu Azzahrah Diantri yang telah banyak memberikan masukan berupa dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
10. Buat sahabat sahabat penulis tersayang, Dedi Handoko, Ravika Wadi, Aiyub Dalimunthe, Ridho Ikhsan, Indra Anggriawan Anwar SE dan kepada seluruh teman teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sebagaimana yang dituntut dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis

sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun kesempurnaan dimasa yang akan datang. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, bagi masyarakat luas, agama, bangsa, dan negara

Medan, Agustus 2016

Penulis

**Andrian Indra Pretama**

10.833.0125



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii

## DAFTAR ISI

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3

### BAB II : LANDASAN TEORI

A. Penggolongan Biaya.....	4
B. Pengertian Pendapatan dan Jenis -Jenis Tarif.....	9
C. Faktor – faktor yang mempengaruhi Harga jual.....	13
D. Analisis biaya, Volume dan Laba.....	18

### BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis,Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	22
B. Populasi dan Sampel.....	23
C. Defenisi Operasional.....	24
D. Jenis dan Sumber Data.....	24

E. Teknik Pengumpulan Data .....	25
F. Teknik Analisis Data.....	25

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

### **A. Hasil**

1. Gambaran Umum Perusahaan .....	28
2. Struktur Organisasi .....	29
3. Uraian Tugas .....	30
4. Jenis Jenis Kamar dan Fasilitasnya .....	33
5. Kebijakan Penentuan Tarif Kamar .....	35

### **B. Pembahasan .....**

45

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	50
C. Daftar Pustaka .....	



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perusahaan merupakan keinginan seseorang yang berada di dalam perusahaan, sehingga dengan perkembangan tersebut perusahaan diharapkan mampu bersaing dan mengikuti kemajuan teknologi. Kemajuan perusahaan dipengaruhi oleh faktor - faktor yang bersifat internal dan eksternal. Sejauh mana tujuan perusahaan telah dicapai dapat dilihat dari seberapa besar perusahaan memenuhi tuntutan lingkungannya. Memenuhi tuntutan lingkungan berarti dapat memanfaatkan kesempatan dan menjawab tantangan atau ancaman dari lingkungan perusahaan tersebut.

Pembinaan dan pengembangan dalam perusahaan adalah salah satu kegiatan dalam rangka menjaga fasilitas dalam menjaga kenyamanan tamu (*guest*). Biaya pemeliharaan dipengaruhi oleh bermacam – macam aset tetap dari perusahaan. Dalam perkembangan yang kompetitif dan global, perusahaan membutuhkan karyawan yang terampil dan berdedikasi tinggi. Pada saat yang sama perusahaan memerlukan umpan balik atas kinerja karyawannya sebagai pedoman untuk tindakan-tindakan mereka pada masa yang akan datang. Pimpinan perusahaan selain memperhatikan kinerja karyawannya, pimpinan perusahaan juga harus memperhatikan laba operasi di perusahaan itu sendiri. banyaknya jumlah tamu di hotel.



Komunikasi yang baik antara pimpinan dengan karyawan dapat memberikan efek positif bagi kemajuan perusahaan yang dimana membuat perusahaan tersebut semakin berkembang dan mampu bekerja sama untuk memenuhi tuntutan lingkungan. Dalam hal ini, pihak manajemen Cherry Hotel Group melakukan standardisasi sesuai dengan standar hotel yang baik untuk menjaga kepuasan pengunjung bagi perusahaan, penentuan tarif merupakan salah satu tugas manajer yang penting dalam perusahaan.

Tarif kamar adalah satuan harga sewa sebuah kamar untuk satu malam. Sebagai kesatuan harga, tarif kamar secara umum dapat dibedakan menjadi: Tarif kamar per (*Room Tarif*), Tarif kamar per (*Person Tarif*) Tarif kamar per (*Published Tarif*), Tarif kamar per (*Confidential Tarif*) pentungnya penentuan tarif pada Cherry Hotel Group untuk mengukur berapa pendapatan dalam satu bulan. Pendapatan ini akan digunakan untuk memperbaiki fasilitas di hotel dan selebihnya untuk biaya biaya lainnya. Dalam hal ini, pihak manajemen dalam menentukan tarif melalui fasilitas fasilitas yang ada di dalam hotel.

Permasalahan pendapatan umum yang terjadi dalam Cherry Hotel Group adalah tarif kamar pada Cherry Hotel Group ini terlalu tinggi sehingga kurang bersaing dengan hotel lain. Sedangkan permasalahan pendapatan secara khususnya fasilitas hotel yang kurang memadai. Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Kebijakan Penentuan

Tarif Dalam Mempertahankan Atau Meningkatkan Pendapatan Pada Cherry Hotel Group Medan

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut **“Apakah kebijakan penentuan tarif kamar dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatan pada Cherry Hotel Group Medan?”**

## C. Tujuan Penelitian

Untuk mendapat bukti nyata kebijakan penentuan tarif kamar dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan pada Cherry Hotel Hroup Medan.

## D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan tentang kebijakan penentuan tarif kamar dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan secara umum dan khususnya pada Cherry Hotel Group Medan.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan membantu pihak manajemen dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan secara umum dan khususnya pada cherry hotel group medan.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan teori yang berkaitan tentang kebijakan penentuan tarif kamar dan meningkatkan pendapatan pada Cherry Hotel Group Medan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Biaya dan Penggolongan Biaya

##### 1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan bagian atau unsur dari harga pokok dan merupakan unsur yang paling pokok dalam akuntansi biaya, untuk itu perlu dipahami terlebih dahulu pengertian biaya. Untuk lebih jelasnya mengenai pengertian biaya, berikut ini dikutip beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut :

Menurut Bambang (2008 : 43) definisi biaya sebagai berikut: “Nilai tukar yang dikeluarkan atau pengorbanan sumber daya yang dikeluarkan untuk mencapai manfaat pengorbanan ini dapat berupa uang atau materi lainnya yang dapat diukur dengan uang”.

Menurut Munawir (2010 : 307):“Biaya adalah nilai kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa yang diperkirakan akan memberikan manfaat saat ini atau masa depan pada organisasi atau pengorbanan yang terjadi dalam rangka untuk memperoleh suatu barang dan jasa yang bermanfaat”.

Menurut Darsono (2009 : 15) Biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang.

Sedangkan menurut Horngren yang diterjemahkan oleh Desi (2009 : 34) Biaya sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*Sacrifaid*) atau

dilepaskan (*Forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2009:12), “Pengertian Biaya adalah aliran dana atau sumber daya yang dihitung dalam satuan moneter yang dikeluarkan guna memenuhi pengeluaran perusahaan atau sering disebut beban perusahaan”.

Definisi biaya adalah Penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus kas atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Menurut Nafarin (2007:379) “Biaya (*Cost*) adalah nilai sesuatu yang dikorbankan yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva yang diimbangi dengan pengurangan aktiva atau penambahan utang atau modal”.

Menurut Purba, dan radiks (2007:209) , “*Tentative set of Broad Accounting Principles Enterprise*, biaya dinyatakan sebagai harga penukaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat”.

Bila istilah biaya digunakan secara spesifik, istilah ini dilengkapi menunjukkan objek yang bersangkutan, misalnya biaya langsung, biaya konversi, biaya tetap, biaya variabel, biaya standar , biaya diferensial, biaya kesempatan dan sebagainya. Setiap perlengkapan mempunyai arti dalam menghitung dan mengukur biaya yang akan berguna bagi pimpinan dalam mencapai sasaran perencanaan dan pengawasan.

Kartadinata (2011:28) mengelompokkan biaya non produksi antara lain

### 1. Biaya Administrasi Umum

Biaya administrasi umum meliputi semua biaya dalam melakukan fungsi administrasi yaitu biaya perencanaan dan penentu strategi dan kebijakan, pengarahan dan pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna. Yang merupakan golongan biaya administrasi umum pada perusahaan adalah :

- a. Gaji dan upah
- b. Kesejahteraan pegawai
- c. Biaya reparasi dan pemeliharaan
- d. Biaya pemeliharaan aktiva tetap
- e. Biaya administrasi umum lainnya seperti Biaya cetak, alat tulis, perlengkapan kantor, biaya air, biaya listrik dan biaya lainnya

### 2. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas

### 3. Biaya Financial

Biaya financial adalah semua biaya dalam fungsi financial yaitu biaya bunga, biaya penerbitan atau emisi obligasi, biaya *financial* lainnya.

Klasifikasi biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya yang sistematis atas keseluruhan dari elemen – elemen yang ada dalam suatu golongan. Untuk itu penulis mengambil pengklasifikasian biaya menurut Supriyono (2009:45) sebagai berikut :

#### 1. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi pokok kegiatan perusahaan.

- a. Biaya Produksi  
Yang termasuk biaya produksi adalah biaya materil, biaya tenaga kerja langsung dan *overhead*.
- b. Biaya Administrasi Umum  
Semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi umum.
- c. Biaya Pemasaran  
Biaya yang diperlukan dalam rangka penjualan produksi yang sudah selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.
- d. Biaya Keuangan  
Semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan.

#### 2. Klasifikasi biaya berdasarkan periode akuntansi.

- a. *Capital Expenditure*  
Yaitu apabila manfaat dari adanya pengeluaran tersebut baru dapat dinikmati pada periode akuntansi berikutnya dan pengeluaran ini akan dibebankan pada periode akuntansi yang bisa menikmati manfaat tersebut.

- b. *Revenue Expenditure*  
Yaitu pengeluaran dimana manfaat dari adanya pengeluaran tersebut dapat dinikmati oleh periode akuntansi yang bersangkutan dan pengeluaran ini merupakan biaya pada periode akuntansi tersebut.
3. Klasifikasi biaya berdasarkan tendensi perubahan terhadap aktifitas.
- Biaya Variabel (*Variabel Cost*)  
Merupakan biaya – biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan produksi.
  - Biaya Tetap (*Fixed Cost*)  
Merupakan biaya – biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh besarnya volume produksi.
  - Biaya *Semivariabel* (*Semivariable Cost*)  
Merupakan biaya yang mempunyai hubungan dengan volume produksi.
4. Klasifikasi biaya berdasarkan objek atau pusat biaya yang dibiayai.
- Biaya Langsung  
Biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.
  - Biaya Tidak Langsung  
Biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu, dan manfaatnya dinikmati beberapa objek atau pusat biaya.
5. Klasifikasi biaya berdasarkan tujuan pengendalian biaya.
- Biaya Terkendali  
Biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin dalam jangka waktu tertentu.
  - Biaya Tidak Terkendali  
Biaya yang dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin berdasarkan wewenang yang ia miliki dalam jangka waktu tertentu.
6. Klasifikasi biaya berdasarkan tujuan pengambilan keputusan.
- Biaya Relevan  
Biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
  - Biaya Tidak Relevan  
Biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya ini tidak diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.

## 2. Penggolongan Biaya

Uraian Penggolongan biaya Menurut Mulyadi (2007) “adalah sebagai berikut:

### UNIVERSITAS MEDAN AREA

**a. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran.**

Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran dalam Perusahaan Kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga dan biaya zat warna.

**b. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Perusahaan.**

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :

1. Biaya bahan baku. (*Material Cost*).
2. Biaya tenaga kerja langsung (*Indirect Labor Cost*).
3. Biaya overhead pabrik (*Factory Overhead Expenses*)
4. Biaya pemasaran.
5. Biaya administrasi dan umum.

**c. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai.**

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

1. Biaya langsung.
 

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct departmental cost*) adalah semua yang terjadi di dalam departemen tertentu.
2. Biaya tidak langsung.
 

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen.

**d. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.**

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

1. Biaya *variabel*  
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya *semivariabel*.  
Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
3. Biaya *semifixed*  
Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan pada volume produksi tertentu.
4. Biaya tetap  
Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh dari biaya tetap adalah biaya gaji.

**e. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya.**

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

1. Pengeluaran modal (*capital expenditures*).  
Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau deplesi.
2. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*).  
Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut”.

+

## **B. Pengertian Pendapatan dan Jenis-jenis Tarif**

### **A. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk dan atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing.



Bagi investor, pendapatan tidak terlalu penting jika dibandingkan dengan keuntungan, yang merupakan jumlah uang yang akan diterima setelah dikurangi dengan pengeluaran.

Kieso, Warfield dan Weygandt (2011:955) Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Skousen, Stice dan Stice (2010:161) Pendapatan adalah arus masuk atau penyelesaian (atau kombinasi keduanya) dari pengiriman atau produksi barang, memberikan jasa atau melakukan aktivitas lain yang merupakan aktivitas utama atau aktivitas centra yang sedang berlangsung.

## B. Jenis-jenis Tarif

Pengertian tarif sering kali diartikan sebagai daftar harga (sewa, ongkos dan sebagainya) sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tarif sama dengan harga. Berikut ini akan dikemukakan beberapa pendapat ahli mengenai pengertian tarif, sehingga menjadi jelas pengertian antara tarif dan harga.

Ibrahim Pranoto K (2007:55) mendefinisikan tarif sebagai berikut: tarif disebut juga bea atau *duty* yaitu sejenis pajak yang dipungut atas barang-barang yang melewati batas negara. Bea yang dibebankan pada impor barang disebut bea impor atau bea masuk (*import tarif, import duty*) dan bea yang dibebankan pada ekspor disebut bea *ekspor*, sedangkan bea yang dikenakan pada barang-barang yang melewati daerah pabean negara pemungut disebut bea transit atau *transit duty*.

Menurut Hamdy Hady (2008:65) “tarif adalah pungutan bea masuk yang dikenakan atas barang impor yang masuk untuk dipakai/ dikonsumsi habis di dalam negeri”.

Pengertian tarif dikemukakan pula oleh Sobri (2007:71) “yaitu suatu pembebanan atas barang yang melintasi daerah pabean (costum area). Daerah pabean adalah suatu daerah geografis, yang mana barang-barang bebas bergerak tanpa dikenakan cukai”.

Sedangkan menurut Tulus T.H. Tambunan (2009:328) “tarif adalah salah satu instrumen dari kebijakan perdagangan luar negeri yang membatasi arus perdagangan internasional”.

Selanjutnya menurut Aliminsyah, dkk dalam buku Kamus Istilah Akuntansi (2008:290-291) “mendefinisikan tarif sebagai pengaturan yang sistematis dari bea yang dipungut atas barang dan jasa yang melewati batas-batas Negara. selanjutnya akan dijelaskan beberapa jenis-jenis tarif.:

1. Tarif nominal  
 Tarif Normal adalah besarnya presentase tarif suatu barang tertentu yang tercantum dalam Buku Tarif Bea Masuk Indonesia (BTBMI). Buku Tarif Bea Masuk Indonesia yang digunakan saat ini adalah buku tarif berdasarkan ketentuan *harmonized system* atau HS yang menggunakan penggolongan barang dengan sistem 9 digit. Penggolongan barang dengan sistem digit ini akan mempermudah dan memperlancar arus perdagangan internasional karena adanya kesatuan kode barang untuk seluruh negara, terutama yang telah menjadi anggota *World Customs Organization* (WCO) yang bermarkas di Brussel.
2. Tarif proteksi efektif  
 Tarif proteksi efektif ini disebut juga sebagai *Effective Rate of Protection* (ERP), yaitu kenaikan *Value Added Manufacturing* (VAM) yang terjadi karena perbedaan antara presentase tarif nominal untuk barang jadi atau CBU (*Completely Built-Up*) dengan tarif nominal untuk bahan baku/ komponen input impornya atau CKD (*Completely Knock Down*).
3. Tarif berdasarkan harga (*burden rate*)  
 Tarif yang digunakan dalam pembebanan *overhead* pra produksi.
4. Tarif bunga efektif (*effective rate of interest*)  
 Tarif bunga di pasaran pada saat pengeluaran obligasi.

5. Tarif dasar (*basing rate*):
  - a. Tempat yang dipilih untuk dijadikan dasar penentu dari tarif-tarif pengangkutan dari satu tempat ke tempat lain.
  - b. Tarif untuk menentukan tarif-tarif lainnya.
6. Tarif diskonto (*discount rate*)  
Tarif yang digunakan untuk menghitung bunga yang harus dipotongkan dari nilai jatuh tempo dari wesel.
7. Tarif pajak (*tax rate*)  
Tarif yang diterapkan atas penghasilan kena pajak untuk menghitung pajak penghasilan yang terhutang. Tarif ini ditetapkan dalam undang-undang.
8. Tarif pajak marjinal (*marginal tax rate*)  
Tarif pajak tertinggi yang dikenakan terhadap laba dari wajib pajak.
9. Tarif transito (*cut back rate*)  
Tarif pengangkutan yang dikenakan untuk pengapalan transito
10. Tarif varian upah langsung (*direct labor rate variance*)  
Perbedaan biaya antara tarif sebenarnya yang dibayar untuk upah langsung dengan tarif standar untuk memproduksi barang.
11. Tarif yang ditentukan lebih dulu (*predetermined transfer price*):  
Beban biaya tidak langsung yang ditentukan terlebih dahulu untuk tiap departemen yang menggunakannya. Jadi disini beban-beban yang dianggarkan, sehingga setelah terjadi dicari selisih efisiensi (*spending variance*).”

Penjual barang dalam menetapkan harga mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual maupun antar barang yang satu dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Harini (2008: 55) “adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan prosentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.
2. Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
3. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.

4. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa ia belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.
5. Penetapan harga untuk memaksimir laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba. Memang secara teoritis harga bisa berkembang tanpa batas”.

Menurut Machfoedz (2008: 139) “Tujuan penetapan harga meliputi

(1). Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2) Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.”

Kemudian menurut Tjiptono (2009:78) “tujuan penetapan harga adalah :

1. Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.
2. Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu.
3. Berorientasi pada citra (*image*) yaitu bahwa image perusahaan dapat dibentuk melalui harga.
4. Stabilisasi harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (*market leader*).
5. Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah”.

### C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

## 1. Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah :

### a. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa akan naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.

### b. Elastisitas Permintaan

Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk. Karakteristik elastisitas permintaan adalah (Supriyono, 2009:327) :

- 1) Jika permintaan elastis, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan sehingga total pendapatan menurun.
- 2) Jika permintaan produk tidak elastik, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan, namun total pendapatan meningkat.
- 3) Elastisitas permintaan diukur berdasar persentase perubahan kuantitas dibagi persentase perubahan harga.
- 4) Jika elastisitas kurang dari 1, permintaan disebut tidak elastik. Jika elastisitas permintaan lebih besar dari 1, permintaan disebut elastik.
- 5) Elastisitas saling mengukur pengaruh harga barang substitusi terhadap permintaan produk tertentu.

Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastik maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastik, maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil.

### c. Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan. Beberapa tipe pasar yang penting adalah sebagai berikut (Supriyono, 2011:315):

- a. Persaingan sempurna
- b. Persaingan monopolistik
- c. Oligopoli
- d. Monopoli

### d. Penawaran dan Permintaan

Penawaran adalah berbagai jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu yang menganggap hal-hal lain sama. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pembeli pada tingkat harga tertentu dengan asumsi hal-hal lainnya sama. Pertemuan antara kurva penawaran dan permintaan menghasilkan suatu keseimbangan yang menunjukkan besarnya harga (harga jual). Bentuk pasar yang dihadapi produsen dan konsumen juga sangat mempengaruhi keseimbangan harga pada kurva penawaran dan permintaan.

### e. Tindakan atau Reaksi Pesaing.

Tindakan atau reaksi pesaing juga dapat mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sejenis akan berusaha menarik minat konsumen dengan cara menjual produk atau jasanya dengan tingkat harga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.

f. Pengaruh Pemerintah

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada (Supriyono,2009:315).

Penentuan harga jual barang atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan atau aturan pemerintah.

Pengawasan pemerintah berpengaruh dalam penentuan harga maksimum dan minimum bagi produk atau jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

g. Citra atau Kesan Masyarakat.

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibanding dengan barang atau jasa yang masih baru di pasar.

h. Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka memcerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba

bergerak di bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, beban bunga yang ditanggung, dana untuk meningkatkan jasa pelayanan serta perluasan operasi.

#### i. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan bukan sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

Faktor-faktor tersebut diatas berinteraksi dan mempengaruhi harga jual tergantung pada pembuat keputusan harga jual. Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah (Supriyono, 2009:315)

- a. Dalam penentuan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menekankan pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lainnya.
- b. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

## 2. Faktor Biaya

Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah



dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan”

#### **D. Analisis Biaya, Volume dan Laba**

Arti Penting Analisis Biaya Volume Laba Dalam mengambil keputusan-keputusan bisnis, manajemen menaruh perhatian besar pada peluang-peluang laba dari serangkaian alternative tindakan yang dihadapinya. menyangkut alternatif tindakan yang melibatkan perubahan tingkat kegiatan usaha, laba tidaklah selalu berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan usaha. Hal ini diakibatkan oleh pola perilaku biaya. Konsekuensinya kalangan manajer perlu menyadari bahwa evaluasi-evaluasi yang lebih cermat dapat dilakukan terhadap peluang-peluang laba dengan cara mempelajari hubungan-hubungan di antara biaya, volume penjualan, dan laba. Kajian-kajian terhadap faktor –faktor tersebut seyogyanya akan membuahkan keputusan-keputusan yang lebih sehat.

Menurut Bustami dan Nurlela (2009:193) “analisis biaya volume dan laba adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume penjualan, laba dan bauran produk untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan”.

Menurut Mulyadi (2008:223) “analisis biayavolume dan laba merupakan teknik untuk menghitung dampak perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya terhadap laba, untuk membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek”.

Menurut Mulyadi (2009:262) “analisis biaya volume laba melibatkan berbagai faktor yang saling berhubungan diantaranya sebagai berikut”:

1. Harga jual per satuan
2. Volume penjualan
3. Biaya variabel per unit
4. Total biaya tetap
5. Komposisi atau produk yang dijual

Analisis biaya volume dan laba sangat berguna bagi perusahaan yang sedang menyusun rencana usahanya atau sebagai alat pengendali sewaktu perusahaan masih dalam kegiatan.

Menurut weston dan Bringham (2007:201). “Analisis biaya volume dan laba menitikberatkan sampai seberapa jauh perubahan-perubahan pada biaya, volume dan harga jual akan berakibat pada perubahan laba yang direncanakan.”

Menurut Bustami dan Nurlela (2009:193) “disamping kegunaan yang telah disebutkan diatas analisis biaya volume dan laba ini juga dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut”:

1. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian
2. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
3. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
4. d.Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan.
5. e.Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

Analisis impas atau *break event point* (BEP) dan analisis biaya volume dan laba adalah merupakan teknik-teknik perencanaan laba dalam jangka pendek atau dalam satu periode akuntansi tertentu dengan mendasarkan

analisisnya pada variabilitas penghasilan (pendapatan) penjualan maupun biaya terhadap volume kegiatan sehingga teknik-teknik tersebut akan dapat digunakan dengan baik sebagai alat perencanaan laba jangka pendek. Dengan menggunakan analisis biaya Volume dan laba maka akan dapat dianalisis keterkaitan biaya, harga dan kuantitas yang terjual sehingga para manajer dapat mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan juga jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas.

Menurut Armila (2008:180) “Analisis biaya volume dan laba, memiliki beberapa keistimewaan, diantaranya adalah sebagai berikut” :

1. Analisis biaya volume dan laba memperluas penggunaan informasi yang diberikan oleh analisis titik impas (*break even point*).
2. Analisis biaya volume dan laba dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai *margin of safety*, *degree of operating leverage*, *contribution margin* dan *shut down point*
3. Analisis biaya volume dan laba dapat membuat kalkulasi perencanaan laba dan pengambilan keputusan dari suatu perusahaan menjadi akurat.
4. Analisis biaya Volume dan laba dapat menentukan volume penjualan yang harus dicapai untuk mencapai target laba tertentu, dapat juga digunakan untuk menentukan kombinasi penjualan dari setiap jenis produk yang diproduksi untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan.
5. Analisis biaya volume dan laba dapat menentukan besarnya biaya variabel dan tetap pada perusahaan dalam hubungannya dengan jumlah produk yang harus diproduksi dan dijual untuk mencapai laba yang ditargetkan.
6. Analisis biaya-volume-laba dapat digunakan sebagai dasar dalam merencanakan kegiatan operasional, membantu pengendalian melalui anggaran, meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan, menganalisa dampak perubahan volume produksi dan penjualan, merundingkan gaji atau upah karyawan, mengendalikan aktivitas yang sedang berjalan, bahan pertimbangan dalam menentukan dan menganalisa harga jual dalam usaha mencapai laba yang telah ditentukan.
7. Analisis biaya-volume-laba sangat mudah digunakan untuk menentukan besarnya laba terutama pada perusahaan yang masih sederhana dan berkembang.

## Asumsi-asumsi Analisis Biaya Volume Laba

Menurut Armila (2007:180) “Asumsi-asumsi Analisis Biaya Volume Laba analisis biaya volume laba mudah digunakan dan murah biayanya akan tetapi, hal itu mengandung kelemahan karena asumsi - asumsi berikut”

1. Bagan impas pada dasarnya merupakan analisis statik, umumnya perubahan-perubahan hanya dapat diperlihatkan dengan menggambarkan bagan baru atau sejumlah bagan lainnya.
2. Dalam rentang yang relevan dirumuskan besarnya biaya tetap dan variabel untuk periode dan tingkat produksi tertentu. Rentang yang relevan umumnya merupakan rentang kegiatan yang dapat dinyatakan dengan berbagai ukuran penjualan dan beban seperti jam kerja atau jam mesin, jumlah unit yang diproduksi, dan nilai jual produksi. Untuk kegiatan diluar rentang yang relevan besarnya biaya tetap dan variabel akan berubah
3. Semua biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap atau variabel atau dapat dibagi ke dalam komponen tetap dan variabel.
4. Biaya variabel per unit tetap sama dan terdapat hubungan langsung diantara biaya dan volume.
5. Volume merupakan satu-satunya faktor penting yang mempengaruhi perilaku biaya.
6. Harga jual per unit dan kondisi pasar lainnya tidak berubah.
7. Total biaya tetap diasumsikan konstan untuk rentang yang relevan.
8. Perubahan persediaan tidak begitu berarti sehingga tidak mempengaruhi analisis.
9. Tidak ada perbaikan efisiensi dalam periode bersangkutan, dan kebijakan serta teknik manajerial tidak berpengaruh terhadap biaya.
10. Teknologi produk diasumsikan tidak berubah.
11. Jika analisis melebihi dari satu produk, maka diasumsikan bahwa ada bauran penjualan yang tidak berubah. Bauran penjualan (*sales mix*) menunjukkan kombinasi atau perbandingan jumlah produk yang dijual perusahaan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis, Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *deskriptif* yang merupakan suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena ini bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lainnya

##### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi pada Cherry Hotel Group, yang beralamat di Jl. Sei Martebing No.1 Medan, Telp 061 8219770.

##### 3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan empat bulan dimulai dari bulan Desember 2014 sampai bulan Maret 2015. Untuk lebih jelasnya disajikan tabel waktu penelitian pada tabel berikut:

**Tabel III.1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2016															
		Jan				Feb				Mar				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■															
2	Penyelesaian Proposal		■	■	■												
3	Bimbingan Proposal				■	■	■										
4	Seminar proposal						■										
5	Pengumpulan data								■	■							
6	Pengolahan data										■	■					
7	Seminar hasil												■				
8	Penyelesaian skripsi													■	■	■	■
9	Meja hijau																■

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2006:72) adalah sebagai berikut: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan."

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kebijakan penentuan tarif kamar dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan pada Cherry Hotel Group Medan.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Maka yang menjadi

dalam penelitian ini adalah kebijakan penentuan tarif kamar dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan tahun 2011 sampai 2015 pada Cherry Hotel Group Medan.

### C. Defenisi Operasional

1. Penentuan tarif kamar hotel adalah *alternatif* pilihan yang tersedia yang meliputi aktiva, pendapatan, biaya laba sehubungan penentuan tarif kamar pada Hotel Cherry Group Medan.
2. Tarif kamar adalah berapa jumlah uang yang dapat dihasilkan oleh penjualan sehingga hotel memperoleh laba atau harga setiap kamar sesuai dengan fasilitas di Cherry Hotel Group.
3. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya.

### D. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung ke objek penelitian yang akan digunakan sebagai bahan penelitian sumber data primer adalah hasil wawancara yang diberikan kepada pihak manajemen Cherry Hotel Group Medan.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung menyangkut informasi yang berhubungan dengan penelitian. Data yang digunakan adalah sejarah perusahaan, visi, misi, struktur organisasi, data fasilitas kamar, dan data biaya yang dikeluarkan kamar.

## E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*interview*) yaitu peneliti memperoleh keterangan dengan cara melakukan Tanya jawab dengan pihak pihak yang terkait.
2. Studi Dokumentasi, yaitu dengan menghimpun dokumen – dokumen dan data – data penting perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis *deskriptif* dengan pendekatan teori dilakukan dengan menggunakan metode *deskriptif* yaitu suatu metode penganalisis data dikumpulkan, disusun, diinterpretasikan, dianalisis sehingga memberikan keterangan bagi perusahaan masalah yang dihadapi

Menurut sugiyono (2008:43) “untuk menghitung rata – rata (*mean*) digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Mean} = \bar{x} = \frac{\sum x_i}{N}$$

di mana :

$\bar{x}$  = nilai rata rata

$\sum x_i$  = merupakan notasi dari penjumlahan data  $x_1=x_2=x_3=.....x_n$

$N$  = jumlah data yang diteliti

Untuk menjawab hasil rata rata yang digunakan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu di cari range *interval*, yaitu rentang dari sangat tidak tepat.

Rumus jarak untuk pengukuran (*range*) dan interval adalah



$$\text{Range} = \frac{\text{Batas tertinggi} - \text{batas terendah}}{\text{Interval}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,8$$

**Interval**

**Kategori**

3,3-4,0

Sangat Efektif

2,5-3,2

Efektif

1,7-2,4

Netral

0,9-1,6

Kurang Efektif

0,1-0,8

Tidak Efektif

Analisis data sekunder menggunakan pendekatan teori akuntansi yaitu menjelaskan kebijakan penentuan tarif dalam mempertahankan atau meningkatkan pendapatan pada CHERRY HOTEL GROUP MEDAN.-

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada Bab V ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi peneliti, maka akan disampaikan beberapa kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran yang disampaikan berdasarkan bukti-bukti yang ada pada Hotel Cherry Group yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan di Bab terdahulu, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

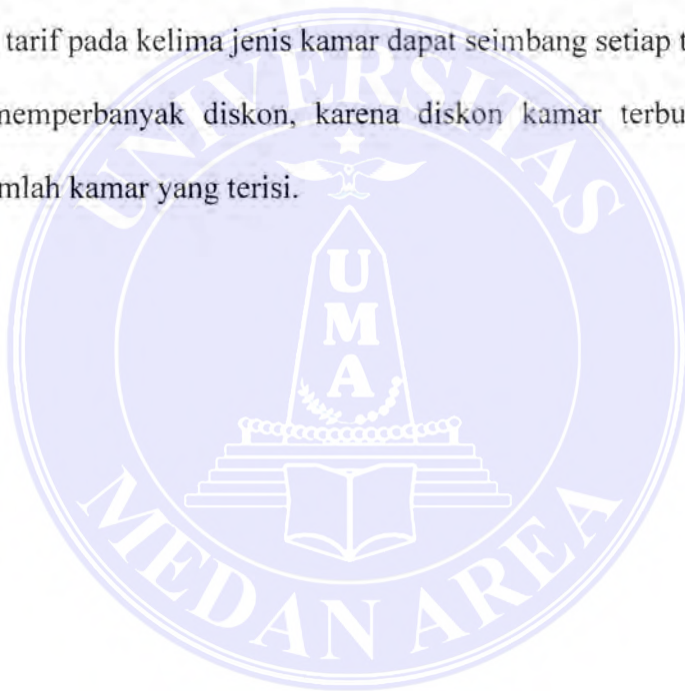
1. Cherry Hotel Group mempunyai lima jenis kamar hotel yang mempunyai tarif yang berbeda-beda. Tarif kamar yang dibebankan kepada pelanggan adalah tarif diskon dan tarif non diskon. Penentuan tarif kamar menggunakan target harga dari perusahaan pada lima jenis kamar hotel menggunakan metode *rule of thumb* untuk tahun 20011 – 2015.
2. Metode penentuan Tarif Sewa Kamar yang digunakan oleh pihak manajemen menggunakan target harga yang ditetapkan oleh Owner sebagai pemilik hotel. Target harga yang ditetapkan oleh Owner kepada lima jenis kamar tidak sama, sehingga persentase kenaikan atau penurunan tarif berbeda-beda pada kelima jenis kamar tersebut. Kenaikan atau penurunan dari tarif antara 5% hingga 15% dari tarif tahun sebelumnya.

#### B. Saran

Menurut hasil penelitian terhadap Kebijakan Penentuan Tarif Kamar Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Pendapatan pada Cherry Hotel

Group, maka saran-saran yang diajukan adalah :

1. Bagi Pihak manajemen, Penentuan Tarif Sewa Kamar agar lebih mempertimbangkan lagi biaya-biaya kegiatan operasional hotel, agar dapat menutup seluruh biaya. Metode penentuan tarif ditambah dengan persentase laba yang ingin dicapai, agar dapat meningkatkan pendapatan dan pencapaian target perusahaan. Metode penentuan tarif sewa kamar dengan menggunakan target harga dari Owner selaku pemilik hotel agar lebih mempertimbangkan lagi analisis pasar, pesaing dan tingkat hunian hotel agar fluktuasi tarif pada kelima jenis kamar dapat seimbang setiap tahunnya.
2. Agar lebih memperbanyak diskon, karena diskon kamar terbukti dapat menambah jumlah kamar yang terisi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aliminsyah dan Padji, 2007, "**Kamus Istilah Akuntansi**", Yrama Widya: Bandung
- E. Kieso, Donald, Jerry J. Weygandt and Teery D. Warfield, 2011. "**Intermediate Accounting**", Edisi 12 by: Erlangga
- Hady, Hamdy, 2008, "**Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional, Ghalia Indonesia**", Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. "**Standar Akuntansi Keuangan Edisi 2007**". Penerbit: Salemba Empat. Jakarta
- Kartadinata, Abas, 2011, "**Akuntansi dan Analisis Biaya**", Jakarta, Rineka Cipta.
- Mulyadi. (2009). "**Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi3**". Yogyakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2009). "**Akuntansi Biaya**" Edisi 5, Yogyakarta; Universitas Gajah Mada.
- Sobri. 2008 "**Ekonomi Internasional: Teori Masalah Dan Kebijaksanaannya**". Yogyakarta: BPFU-UI.
- Sugiyono. (2008). "**Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**". Bandung, Alfabeta.
- Supriyono, RA, 2009, "**Sistem Pengendalian Manajemen**", Buku Dua, Edisi Pertama, BPFU – UGM, Yogyakarta
- Supriyono, RA. 2011. "**Akuntansi Biaya, Perencanaan dan pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan**". Yogyakarta :BPFU
- Stice, Earl K., James D. Stice dan K. Fred Skousen, 2005. "**Akuntansi Intermediate, Edisi Kelima Belas, Terjemahan Safrida R. Parulian dan Ahmad Maulana**", Salemba Empat, Buku 1, Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2007. "**Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris**". Ghalia Indonesia, Jakarta.