

TUGAS AKHIR

PENETAPAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART DENGAN METODE TIME AND MATERIAL PRICING PADA PT CAKRAWALA AUTOMOTIF RABHASA

Tugas Akhir ini Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam
Penyelesaian Program Diploma IV Administrasi Bisnis Otomotif di
Politeknik STMI Jakarta



Disusun Oleh :

Vanesha Emanuela Barimbing

1715034

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Politeknik STMI Jakarta

2019

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PENETAPAN HARGA JUAL *SERVICE* DAN *SPAREPARTS* DENGAN
METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT CAKRAWALA
AUTOMOTIF RABHASA**

Oleh :

VANESHA EMANUELA BARIMBING

NIM : 1715034

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Politeknik STMI Jakarta

Tugas Akhir dengan judul : “PENETAPAN HARGA JUAL *SERVICE* DAN
SPAREPARTS DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT
CAKRAWALA AUTOMOTIF RABHASA” ini telah diterima, disetujui, dan
disahkan menjadi syarat seminar Tugas Akhir.

Disetujui oleh :

Ketua Prodi

Administrasi Bisnis Otomotif



Dra. Sri Daryuni, MM

NIP : 195406291982032003

Dosen Pembimbing

Tugas Akhir



Drs. Mulyono, MM

NIP : 1953090013775

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
POLITEKNIK STMI JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR:

**“PENETAPAN HARGA JUAL *SERVICE* DAN *SPAREPART* DENGAN
METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT CAKRAWALA
AUTOMOTIF RABHASA”**

DISUSUN OLEH:

NAMA : VANESHA EMANUELA BARIMBING

NIM : 1715034

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Jurusan Administrasi Bisnis
Otomotif Politeknik STMI Jakarta pada hari Senin, tanggal 16 Mei 2019.

Jakarta, 22 Mei 2019

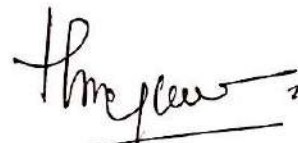
Penguji 1



Drs. Mulyono, MM

NIP : 1953090013775

Penguji 2



Dra. Sri Daryuni, MM
NIP : 19540629 1982032 003

Penguji 3



Drs. P Immanuel Bangun, MM

NIP : 19580611 1987031 102

Penguji 4











Drs. Marison Sitorus, MM

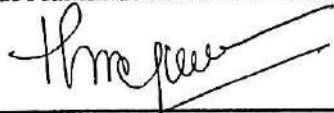
NIP : 196306201989031003

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA


Nama : Vanesha Emanuela Barimbing
 NIM : 17150234
 Judul TA : Penetapan Harga jual Service dan sparepart menggunakan Metode time and Material pricing pada PT Cakrawala
Automotif Pakhusa
 Pembimbing : Drs. Mulyono, Mm

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
26 Feb 2019	I	Periksa dan Revisi BAB I	
6 Maret 2019	II & III	ACC BAB I dan Revisi BAB II & III	
13 Mar 2019	III & IV	ACC BAB II, Revisi BAB III Periksa BAB IV	
20 Mar 2019	IV	Revisi dan Periksa BAB IV	
27 Mar 2019	V	ACC BAB IV, Periksa dan membahas BAB V	
3 April 2019	V	Revisi BAB V	
10 April 2019	V, VI	ACC BAB V, Revisi BAB VI	
18 April 2019	TA	ACC TA	

Mengetahui,
Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif


NIP: 195406291982032003

Pembimbing


NIP: 1953096013775

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta dan Sekolah Tinggi Manajemen Industri,
Kementerian Perindustrian R.I

Nama : Vanesha Emanuela Barimbing

NIM : 1715034

Jurusan : Administrasi Bisnis Otomotif

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:

PENETAPAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART DENGAN MENGGUNAKAN *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT CAKRAWALA AUTOMOTIF RABHASA.

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literature hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Politeknik STMI Jakarta dan Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya. Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 18 April 2019

Yang Membuat Pernyataan



(Vanesha Emanuela Barimbing)

ABSTRAK

Pendekatan harga jual dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, salah satunya adalah pendekatan biaya. Dengan pendekatan ini dapat mengidentifikasi besarnya biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Salah satu metode penentuan harga jual yaitu metode *time and material pricing*, yaitu metode yang menentukan tarif tertentu dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan harga jual service dan sparepart menggunakan metode *time and material pricing* pada PT Cakrawala Automotif Rabhasa. menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa yang menjadi kelemahan dari penentuan harga jual jasa yang ditetapkan oleh PT Cakrawala Automotif Rabhasa yaitu perusahaan tidak memperhitungkan aktiva yang digunakan dalam melakukan jasa servis dan penjualan suku cadang, sehingga penulis ingin memberikan saran dan masukan agar menjadi bahan pertimbangan dikemudian hari agar metode *time and material pricing* bisa dipakai sebagai dasar dalam penentuan harga jual jasa servis di PT Cakrawala Automotif Rabhasa. Ada pun hasil yang didapat harga jual servis dan sparepart dengan metode *time and material pricing* tahun 2016, 2017 dan 2018 servis berkala eksternal 10.000km : Rp2.068.481, Rp1.928.095, Rp1.942.549. General Repair : Rp6.282.144, Rp6.144.467, Rp6.057.784 dengan persentase perbandingan harga tahun 2016,2017 dan 2018 sebesar 63%, 66%, dan 68%. Dimana menggunakan metode *Time and Material Pricing* akan meningkatkan volume penjualan *sparepart* dan unit *entry mobil service* yang masuk dan hal itu akan meningkatkan profit perusahaan.

Kata Kunci : Harga, *Time And Material Pricing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “PENETAPAN HARGA JUAL SERVICE DAN *SPAREPART* DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT CAKRAWALA AUTOMOTIF RABHASA” tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini disusun guna melengkapi syarat memperoleh gelar STr.AB (Sarjana Terapan Administrasi Bisnis) bagi mahasiswa program D4 di program studi Administrasi Bisnis Otomotif pada Politeknik STMI Jakarta. Tugas Akhir ini berisi pendahuluan, hasil analisis, serta simpulan dan saran pada PT Cakrawala Automotif Rabhasa (CAR) guna membangun perusahaan.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan keluarga, Ayah dan Ibu tercinta yang selalu mendokakan dan memberi semangat serta memberikan dukungan, baik moril maupun materil, Nathasya Marisi, Febiola dan Nicholas selaku saudara/i penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam penyusunan Tugas Akhir.

Selain itu terselesaikannya Tugas Akhir tidak lepas juga dari dukungan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai, kepada

1. Bapak Dr. Mustofa, ST, MT. selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta
2. Ibu Dra. Sri Daryuni, M.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif di Politeknik STMI Jakarta
3. Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM selaku Sekertaris Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif di Politeknik STMI Jakarta
4. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Bapak Siswanto selaku HRD yang telah membantu dan membimbing penulis dalam proses pengumpulan data dari awal sampai akhir untuk penyusunan Tugas Akhir.
6. Kak Zakkiya Ulfa selaku HRD di PT CAR yang telah dengan sabar membimbing dan mendengarkan seluruh keluhan kesah yang dihadapi penulis dan membantu dalam proses pengumpulan data untuk penyusunan Tugas Akhir.
7. Rara, Windy , Chika yang telah dengan sabar mendengarkan keluhan kesah penulis dan selalu memberi semangat dan dorongan
8. Novica dan Christian yang selalu memberi semangat dan mendukung penulis.

Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyusun Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki Penulis. Oleh karena itu segala saran dan kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat Penulis harapkan, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca.

Jakarta, 18 April 2019

Vanesha Emanuela Barimbing

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Jasa	6
2.1.1 Pengertian Jasa.....	6
2.1.2 Pengertian Perusahaan Jasa	8
2.2 Biaya	8
2.2.1 Pengertian Biaya	8
2.2.2 Penggolongan Biaya	9
2.2.3 Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan.....	11
2.3 Harga Jual.....	12
2.3.1 Pengertian Harga Jual	12
2.3.2 Arti Penting Harga	12
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga Jual	13
2.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi harga Jual	14
2.3.5 Orientasi Dalam Menentukan Harga Jual.....	17
2.3.6 Metode Penetapan Harga Jual yang Berorientasi Biaya.....	18
2.3.7 Metode Penentuan Harga Jual	18

2.3.8 Penentuan Harga Jual Normal	18
2.3.9 Penentuan Harga Jual Cost-Plus Pricing	19
2.3.10 Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan	22
2.3.11 Penentuan Harga Jual dan Suku Cadang.....	25
2.3.12 Penentuan Harga Jual dalam Cost Type Contract.....	26
2.3.13 Penentuan Harga Jual yang diatur Peraturan Pemerintah	26
2.4 Anggaran	27
2.5 Laba	27
BAB III METOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.3 Subyek dan Objek Penelitian	29
3.4 Data Yang Dibutuhkan.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Teknik Analisis Data	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	34
4.1 Data Kualitatif	34
4.1.1 Profil Perusahaan	34
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	34
4.1.3 Sejarah Perusahaan	35
4.1.4 Kegiatan Perusahaan.....	37
4.1.5 Struktur Organisasi	38
4.1.6 Bagian Servis	38
4.1.7 Bagian Personalia	40
4.2 Data Kualitatif	41
4.2.1 Daftar Aktiva Tetap	41
4.2.2 Penyusutan Aktiva Tetap.....	41
4.2.3 Beban Pokok Penjualan	45
4.2.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	45
4.2.5 Biaya Tidak Langsung	45
4.2.6 Laporan Laba/Rugi	46
BAB V ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	48

5.1	Deskripsi Data	48
5.2	Analisi Data.....	48
5.2.1	Tarif Service di PT Cakrawala Automotif Rabhasa	49
5.2.2	Tarif Service di PT CAR dengan Metode Time	50
BAB VI PENUTUP		63
6.1	Kesimpulan.....	63
6.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi pada PT Car.....	37
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Persentase Mobil E 250 AVA	38
Tabel 4.2 Perincian Tarif SBE	38
Tabel 4.3 Perincian Tarif GR	38
Tabel 4.4 Tarif Gaji.....	39
Tabel 4.5 Aktiva.....	41
Tabel 4.6 Penyusutan Bengkel	42
Tabel 4.7 Penyusutan Sparepart	43
Tabel 4.8 Beban Pokok Penjualan	44
Tabel 4.9 Biaya Tenaga Kerja Langsung	44
Tabel 4.10 Biaya Tidak Langsung	44
Tabel 4.11 Laporan Laba dan Rugi.....	45
Tabel 5.1 Persentase Mobil E 250 AVA	48
Tabel 5.2 Perincian Tarif SBE	48
Tabel 5.3 Perincian Tarif GR	48
Tabel 5.4 Aktiva Tetap.....	49
Tabel 5.5 Target Keuntungan.....	50
Tabel 5.6 Persentase Mobil E 250 AVA	51
Tabel 5.7 Target Keuntungan Bengkel	51
Tabel 5.8 Taksiran Laporan Laba dan Rugi.....	53
Tabel 5.9 Biaya Tenaga Kerja.....	53
Tabel 5.10 <i>Mark Up</i> Bengkel 2016.....	54
Tabel 5.11 <i>Mark Up Sparepart</i> 2016	54
Tabel 5.12 <i>Mark Up</i> Bengkel 2017	55
Tabel 5.13 <i>Mark Up Sparepart</i> 2017	56
Tabel 5.14 <i>Mark Up</i> Bengkel 2018.....	57
Tabel 5.15 <i>Mark Up Sparepart</i> 2018	57
Tabel 5.16 Daftar Harga Jasa 2016	58
Tabel 5.17 Daftar Harga Jasa 2017	59
Tabel 5.18 Daftar Harga Jasa 2018	59
Tabel 5.19 Perbandingan Harga Perusahaan 2016.....	60

Tabel 5.20 Perbandingan Harga Perusahaan 2017.....	60
Tabel 5.21 Perbandingan Harga Perusahaan 2017.....	61
Tabel 6.1 Harga <i>Service</i> dan <i>Sparepart</i>	62

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia usaha yang semakin pesat mengakibatkan semakin kompleksnya permasalahan yang timbul dalam suatu perusahaan yang sedang berkembang. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi pimpinan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Agar pimpinan dapat mempertanggung jawabkan tugasnya dalam mengelola perusahaan, maka diperlukan suatu perencanaan yang baik untuk memilih suatu alternatif keputusan.

Dalam menentukan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam ataupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah persaingan, permintaan, penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain. Dalam penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor-faktor biaya merupakan faktor utama dalam penentuan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Dengan tidak memperhitungkan biaya non produksi dan hanya memperhatikan biaya produksinya saja maka perusahaan kurang tepat dalam menentukan harga jualnya. Meskipun dalam menghasilkan laba yang di peroleh perusahaan di dapat dari selisih kurs antara saat menjual dan saat pelunasan, perhitungan biaya total harus diperhitungkan dalam proses pelayanan ataupun operasional yang dilakukan.

Begitupun dengan PT Cakrawala Automotif Rabhasa dimana memiliki persaingan dalam jasa *service* dan penjualan *sparepartnya*, PT Cakrawala Automotif Rabhasa di tuntut untuk memberikan kepuasan kepada *customer* melalui harga *service* dan *sparepart* yang terjangkau dan berkualitas, dan juga sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa *service* dan penyediaan suku cadang (*Spareparts*) mobil Mercedes-Benz maka PT Cakrawala Automotif Rabhasa diharuskan untuk memaksimalkan laba perusahaan dalam bidang *service* dan

penjualan *spareparts*, dengan memperhatikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan dan mempertahankan kelangsungan dalam proses operasionalnya, serta untuk membiayai kelangsungan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari hasil penjualan maupun *service after sales*-nya. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan memiliki masalah yaitu tidak tercapainya target laba yang telah ditetapkan. Salah satu analisis yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan metode penentuan harga jual waktu dan bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual berdasarkan waktu dan bahan (*time and material pricing*) adalah salah satu metode penentuan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa reparasi seperti bengkel mobil, bengkel sepeda motor, reparasi alat-alat atau barang elektronik, bidang percetakan, kantor akuntan, praktek dokter dan perusahaan jasa lainnya. Metode penentuan harga jual waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat dipakai dan diterapkan sebagai dasar penentuan harga jual waktu dan bahan dari jasa reparasi atau *service* kendaraan bermotor serta harga jual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa, khususnya pada bengkel mobil. Bengkel mobil adalah unit usaha yang melayani jasa reparasi untuk kendaraan roda empat atau mobil. Pada umumnya istilah reparasi disamaartikan dengan *service*, yaitu suatu kegiatan perawatan dan perbaikan terhadap barang yang rusak atau kurang sempurna.

Pemimpin perusahaan atau manajer perusahaan sangat membutuhkan informasi yang dihasilkan, dan metode ini sebagai dasar dalam pengambilan keputusan menetapkan harga atau biaya dari jasa reparasi yang dianggap dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan selain laba yang diperoleh, seperti contohnya kepercayaan pelanggan untuk selalu mereparasi mobilnya di bengkel perusahaan itu. Hal ini dapat mendukung perusahaan guna mempertahankan dan memajukan usahanya di samping adanya persaingan yang ketat dari bengkel-bengkel lain. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang

diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen. Pada umumnya harga jual waktu reparasi atau servis diistilahkan dengan ongkos atau tarif servis, seperti yang dipakai pada bengkel-bengkel kendaraan bermotor. Tarif servis didefinisikan sebagai jumlah nilai yang dibebankan oleh satu unit usaha kepada pihak pelanggan atau konsumen atau jasa yang diserahkan dengan berdasar jasa kerja dari tenaga kerja langsung.

Dengan ini, maka penulis mengambil judul dalam penulisan tugas akhir, yaitu “PENETAPAN HARGA JUAL *SERVICE* DAN *SPAREPARTS* DENGAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* PADA PT CAKRAWALA AUTOMOTIF RABHASA”

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa pokok permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu sebagai berikut :

1. Berapa harga *service* dan *sparepart* yang ditentukan oleh perusahaan?
2. Berapa harga *service* dan *sparepart* menggunakan metode *time and material pricing* ?
3. Apakah terjadi perbedaan harga *service* dan *sparepart* perusahaan dengan metode *time and material pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa besar harga jual *service* dan *spareparts* perusahaan.
2. Mengetahui seberapa besar harga jual *service* dan *spareparts* dengan menggunakan metode *Time and material pricing*.
3. Mengetahui seberapa besar perbedaan harga jual *service* dan *spareparts* perusahaan dengan metode *Time and material pricing*.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, maka saya sebagai penulis membatasi penelitian dan juga karena terbatasnya pengetahuan, waktu, dan kemampuan, maka penulis memberikan batasan-batasan agar penelitian ini memiliki alur yang jelas

dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada PT Cakrawala Automotif Rabhasa.
2. Fokus penelitian penulis adalah dua jenis service (Service Berkala Eksternal 10.000 km dan *General Repair*) mobil E 250 AVA.
3. Data yang digunakan penulis adalah data perusahaan selama tahun 2016-2018.
4. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah metode *time and material pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penyusunan Tugas Akhir ini ditujukan kepada berbagai pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Manfaat di adakan penelitian ini agar Perusahaan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai acuan dalam meningkatkan efisiensi perusahaan
2. Bagi Politeknik STMI Jakarta
Manfaat di adakan penelitian ini agar dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi.
3. Bagi Penulis
Manfaat di adakan penelitian ini agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang telah penulis dapat untuk mempraktekkannya langsung kelapangan kerja.
4. Bagi Pembaca
Manfaat di adakan penelitian ini bagi pembaca sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi dalam menyusun tugas akhir.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan Tugas Akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam menghitung menggunakan metode Time and Material Pricing.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Jasa

2.1.1 Pengertian Jasa

Dikutip dari buku Strategi Pemasaran Jasa oleh Dr.H.M.Noor Sembiring,SE,MM pengertian jasa sbb : *“A service can be define as any activity or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and that does not result in the ownership anything. It's production may or may not be tied to a physical product”* Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud dimana tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam produksinya, jasa bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Kotler& Keller (2003: 372)

1. Karakteristik Jasa

kotler & Keller (2006: 375-377), menyebutkan pada umumnya terdapat empat karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

A. Intangibility

dikarenakan sifat tidak berwujud dari jasa, biasanya jasa dirasakan secara subyektif dan ketika jasa dideskripsikan oleh pelanggan, ekspresi seperti pengalaman, kepercayaan, perasaan dan keamanan adalah tolak ukur yang dipakai. Inti dari suatu jasa adalah ketidakberwujudan dari fenomena itu sendiri. Oleh karena tingginya derajat dari ketidakberwujudannya maka jasa sangat sulit dievaluasi oleh pelanggan.

B. Inseparability

karena jasa bukan merupakan benda tetapi merupakan suatu seri aktivitas atau proses dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara simultan (simultaneously) maka pada suatu tingkatan, sangat sulit untuk mengontrol kualitas dan melakukan pemasaran dengan cara tradisional. Tidak ada pra produksi untuk mengontrol kualitas lebih

awal sebelum dijual dan dikonsumsi. Namun tentu saja, situasi ini dapat berbeda tergantung dari jasa apa yang kita lihat. Jasa seorang dokter hampir semuanya diproduksi pada saat pelanggan atau hadir dan menerima jasa tersebut yaitu saat pasien mengkonsumsi jasa tersebut. Ketika mengirim barang, hanya bagian dari produksi jasa yang dirasakan dan sekaligus dikonsumsi. Umumnya proses produksi tidak kelihatan, tetapi dalam kedua contoh di atas harus diatasi bahwa inilah bagian terlihat yang menjadi hal penting bagi pelanggan. Untuk itu kontrol kualitas dan pemasaran harus dilakukan pada waktu dan tempat yang secara simultan jasa diproduksi dan dikonsumsi.

C. Perishability

memungkinkan untuk menyimpan jasa seperti barang. Jika sebuah pesawat terbang tinggal landas dengan hanya separuh kapasitas tempat duduknya, tempat duduk yang kosong tidak dapat dijual pada hari berikutnya dan kapasitas sisa tempat duduk tersebut hilang. Dalam hal ini kapasitas menjadi hal yang kritis. Walaupun jasa tidak dapat disimpan tetapi pelanggan dapat diusahakan untuk disimpan. Sebagai contoh, pada suatu rumah makan yang sudah penuh, ada kemungkinan mengusahakan pelanggan untuk menunggu di bar sampai ada meja kosong. Lebih lanjut, banyak definisi yang dinyatakan tidak langsung bahwa jasa sebuah penerbangan, dia terdaftar untuk ditransportasikan dari suatu tempat ke tempat lain, tetapi ketika sudah sampai di tempat tujuan tidak ada yang tertinggal kecuali boarding pass dan sobekan tiket.

D. Variability

karena proses produksi dan proses penyampaian dilakukan oleh manusia dimana manusia mempunyai sifat yang tidak konsisten sehingga penyampaian suatu jasa belum tentu sama terhadap tiap-tiap pelanggan. Sebagai contoh, jasa yang diterima oleh seorang pelanggan pengguna ATM mungkin berbeda dengan pengguna berikutnya karena

umpamanya adanya problem pengertian dalam instruksi pada layer oleh pelanggan berikutnya.

2.1.2 Pengertian Perusahaan Jasa

Berdasarkan kegiatan usahanya jasa dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatan usahanya menjual jasa. Ini berarti bahwa perusahaan jasa menghasilkan keluaran berupa jasa atau pelayanan.

Aktivitas yang terjadi di perusahaan-perusahaan jasa berbeda satu sama lain, misalnya aktivitas di bank berbeda dengan aktivitas di biro perjalanan. Kemudian *output* untuk perusahaan jasa sulit untuk didefinisikan, karena *output* perusahaan jasa tidak berwujud.

2.2 Biaya

Dikutip dari buku Akuntansi Biaya oleh Dr. Wiwik Lestari, M.Si Faktor biaya merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan sehingga lebih mudah untuk mengendalikan dibandingkan dengan faktor bukan biaya. Informasi biaya, selain dapat dipakai sebagai dasar perencanaan alokasi sumber ekonomi, juga dapat dipakai untuk menentukan harga jual

Biaya merupakan batas dasar untuk menentukan harga jual. Harga yang tidak dapat menutup seluruh biaya akan mengakibatkan kerugian, sebaliknya jika harga melebihi seluruh biaya yang dikeluarkan maka akan mendatangkan laba. Harga yang berlaku di pasar harus dapat menutup semua biaya serta harus dapat mendatangkan laba.

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya (Cost) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang bagi organisasi. Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Jika perusahaan membeli barang maka akan dicatat sebagai aktiva. Jika perusahaan menjual barang maka akan dicatat sebagai beban pokok sebagai beban pokok penjualan (*cost of goods sold*), dengan demikian biaya akan menjadi beban yang dikurangkan dari pendapatan perusahaan. Lebih lanjut bagi manajer biaya yang dianggarkan dan biaya actual merupakan istilah yang penting berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian biaya untuk upaya perbaikan terus menerus (Horngren, et, 2015:29)

2.2.2 Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan tertentu yang lebih ringkas. Berguna untuk memberi informasi yang lebih tepat bagi manajemen untuk menghadapi masalah yang ada. Untuk tujuan yang berbeda, diperlukan informasi yang berbeda pula, oleh karena itu dalam mencatat dan menggolongkan biaya harus sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen.

Biaya-biaya dapat digolongkan ke dalam berbagai golongan biaya sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan "*different cost for different purposes*". Adapun penggolongan tersebut menurut Mulyadi (1993: 14):

A. Menurut Obyek 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".

B. Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada 3 pengelompokan biaya, yaitu:

1. Biaya produksi, yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk untuk siap dijual.

Contohnya adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan.

2. Biaya pemasaran, merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi.
3. Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produksi. Contohnya adalah biaya gaji bagi keuangan, akuntansi, personal

C. Menurut Hubungan Dengan Sesuatu Yang Dibiayai

Dalam hubungan dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:

1. Biaya langsung, merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya tidak langsung, merupakan biaya yang terjadi 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.

D. Menurut Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya digolongkan menjadi:

1. Biaya variabel, merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya semi-variabel, merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi-variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya

variabel.

3. Biaya *semifixed*, merupakan biaya yang tetap untuk volume kegiatan tertentu, dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu
4. Biaya tetap, merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap, dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya adalah biaya tetap untuk gaji direktur produksi.

E. Menurut Jangka Waktu Manfaat

Dalam hubungannya dengan jangka waktu manfaat biaya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Pengeluaran Modal (*Capital Expense*), merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.
2. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expense*), merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2.2.3 Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual

Dikutip dari buku Akuntansi Manajemen oleh Mulyadi , Pada dasarnya, dalam keadaan normal harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa, dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 348).

1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.

2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dan kemungkinan kerugian.
3. Biaya penuh merupakan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.
4. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Supriyono dalam bukunya Akuntansi Manajemen, mendefinisikan harga ialah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1991: 332).

Swastha dan Irawan (2005:241) mendefinisikan harga sebagai berikut: “Sejumlah uang (ditambahkan beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang beserta pelayanannya”.

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan pada konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang-barang atau jasa-jasa

Pengertian harga yang lain juga dikemukakan oleh Boediono, yang menyatakan bahwa harga adalah gaya (kekuatan) tarik-menarik antara konsumen dan produsen yang bertemu di pasar. Melalui tawar-menawar mereka akan sampai pada harga yang dapat diterima kedua belah pihak (Boediono, 1994: 5).

2.3.2 Arti Penting Harga

Dalam menentukan harga jual manajemen harus mampu membuat rencana serta menganalisa biaya dan faktor pendukungnya secara tepat dalam arti kata harga jual yang ditetapkan harus dapat mengembalikan semua biaya yang telah dikeluarkan dan memberikan

keuntungan sesuai tujuan perusahaan.

Dari sudut pandang produsen atau penjual, harga merupakan penjumlahan dan biaya produk yang dijual, biaya administrasi, dan penjualan serta keuntungan. Akan tetapi tetapi perusahaan juga harus mengingat bahwa harga yang ditetapkan terlalu tinggi justru dapat berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, sehingga menurunkan volume penjualan. Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa

Pentingnya harga dikemukakan oleh Guiltinan dan Gordon (1995;65) sebagai berikut:

1. Semua produk dan jasa mempunyai harga meskipun seandainya produk atau jasa tersebut gratis.
2. Keputusan tentang harga dapat dibuat lebih sering daripada keputusan- keputusan program lain.
3. Dari sudut pandang anggaran, harga merupakan hal yang penting karena keputusan tentang harga ada dua dampak terhadap persentase marjin kontribusi.
4. Keputusan tentang harga akan mempunyai implikasi yang penting bagi jenis program-program periklanan, promosi penjualan, dan distribusi yang dipilih.

Dalam kondisi mikro, yaitu kondisi perusahaan itu sendiri, harga produk atau jasa merupakan penentu utama dari permintaan pasar untuk produk tersebut. Harga suatu produk juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan, disebutkan juga bahwa harga mempengaruhi persepsi konsumen tentang produk.

2.3.3 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut (Swastha, 2002:173) tujuan penetapan harga jual adalah:

1. Mendapatkan Laba Maksimum

Dalam praktek, terjadinya harga memang ditentukan oleh

penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, makin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat yang lebih tinggi dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan kondisi yang ada.

2. Mendapatkan Pengembalian Investasi Yang Ditanamkan .
Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya dapat diambilkan dari laba perusahaan dimana laba hanya dapat diperoleh apabila harga jual lebih tinggi dari total biaya.
3. Mencegah Atau Mengurangi Persaingan
Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilaksanakan melalui kebijaksanaan harga yaitu apabila penjual menawarkan barang atau jasa dengan harga yang sama.
4. Mempertahankan Atau Memperbaiki *Market Share*
Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas, biasanya penetapan harga jual ditujukan sekedar untuk mempertahankan *market share*.

2.3.4 Faktor yang mempengaruhi harga jual

Manajemen merupakan bagian terpenting dalam menetapkan harga jual. Oleh karena itu manajemen dituntut untuk mengambil suatu kebijakan atau keputusan terhadap penetapan harga jual.

Menurut Swastha dan Irawan, faktor yang mempengaruhi harga jual terdiri dari:

1. Kondisi perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi, misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.

2. Penawaran dan permintaan

Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan dalam harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan oleh produsen lebih besar. Perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas biasanya penetapan harga jualnya ditujukan untuk sekedar mempertahankan *market share*.

3. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harga tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Jika permintaan bersifat inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya. Apabila permintaan bersifat elastis, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.

5. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni. Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula

terjadi keadaan persaingan lainnya, seperti persaingan tidak sempurna, oligopoli, dan monopoli.

6. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, pemasaran mengatakan ada 3 alternatif untuk pengambilan keputusan tersebut, yaitu:

1. Harga di Atas Saingan

Apabila harga produk yang bersangkutan berada jauh di atas produk pihak saingan maka kualitas produk harus sedemikian rupa sehingga konsumen yakin bahwa nilai yang dikandung oleh produk tersebut sesuai dengan harganya. Dalam kasus-kasus tertentu hal tersebut (kualitas produk yang lebih tinggi) disebabkan oleh karena kerekayaan yang lebih baik atau bahan dasar yang digunakannya berkualitas lebih tinggi dalam bidang produksi.

2. Harga Sama Dengan Saingan

Menetapkan harga menurut harga pasar bukan berarti harga harus sama dengan harga para pesaing tetapi harga tersebut sangat serupa. Harga yang serupa menyebabkan pembeli harus melaksanakan pilihan berdasarkan faktor-faktor lain, faktor-faktor tersebut terus-menerus diubah oleh para perencana guna membedakan penawaran mereka di pasar.

3. Harga diBawah Saingan

Ada perusahaan yang menggunakan siasat ini sewaktu mereka memasuki pasaran baru atau apabila mereka berupaya untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Permintaan akan produk yang bersangkutan harus cukup elastis guna mengkompensasi harga yang

lebih rendah per satuan dengan volume yang bertambah, karena apabila tidak demikian tingkat laba akan merosot. Akan tetapi tidak jarang ada pembeli yang mengaitkan harga dengan kualitas, maka jika harga jauh di bawah harga pasar yang berlaku, hal tersebut dianggap sebagai petunjuk tentang kualitas produk yang merosot. Jika hal tersebut terjadi maka harga-harga yang rendah dapat menyebabkan volume penjualan rendah dan laba perusahaan pun rendah (Winardi,1989:128)

2.3.5 Orientasi Dalam Menentukan Harga Jual

Ada 3 macam orientasi penetapan harga jual (Soehardi, 1992: 128), yaitu:

1. **Orientasi Pada Harga Pokok Atau Biaya**

Di sini harga ditetapkan di atas dasar biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut.

2. **Orientasi Pada Permintaan Pasar**

Apabila permintaan pasar diperkirakan kuat, maka harga yang ditetapkan relatif tinggi dan sebaliknya. Akan tetapi jika permintaan berbeda-beda kekuatannya, maka dapat diberikan harga diskriminatif. Harga diskriminatif dapat ditentukan menurut pembeli, menurut barang, tempat dan waktu.

3. **Orientasi Pada Persaingan**

Harga yang ditetapkan bisa mengikuti saja harga yang sedang berlaku yang dipasang oleh pesaingnya, atau harga yang ditetapkan lebih rendah daripada yang ditetapkan pesaingnya.

2.3.6 Metode Penetapan Harga Jual Yang Berorientasi Biaya

Harga suatu barang atau jasa harus selalu menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan, sebab tujuan mendirikan

perusahaan bukan hanya satu atau dua tahun, melainkan untuk jangka panjang. Untuk itu perusahaan dituntut untuk menentukan harga jual yang tepat yang dapat menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan dan memperoleh laba yang diharapkan. Pada umumnya biaya tidak menentukan harga jual suatu barang atau jasa. Harga jual barang atau jasa terbentuk di pasar sebagai interaksi dari jumlah permintaan dan penawaran. Karena permintaan dan penawaran tidak dapat diketahui secara tepat maka manajer penentu harga jual akan mengalami banyak ketidakpastian.

Meskipun biaya bukan merupakan satu-satunya faktor yang memiliki kepastian yang relatif tinggi dalam penentuan harga jual. Oleh karena itu pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya.

2.3.7 Metode Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal, harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Harga jual produk suatu perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Berikut akan diuraikan beberapa metode penentuan harga jual (Mulyadi, 2001: 348).

2.3.8 Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost - plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan di atas jumlah biaya). Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Dalam penulisan ini hanya akan disebutkan dua macam penentuan harga jual dalam keadaan normal, yaitu penentuan harga jual

dalam perusahaan manufaktur dan penentuan harga jual dalam perusahaan yang menjual waku, bahan dan suku cadang dalam pelayanan pelanggannya (Mulyadi, 2001: 348).

2.3.9 Penentuan Harga Jual *Cost-Plus Pricing*

Cost-plus pricing adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini lazim digunakan untuk menentukan harga jual produk standar.

Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* ini dapat dihitung dengan rumus:

<p>Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan</p>
--

Ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual (Mulyadi, 2001: 349), yaitu:

1. Taksiran Biaya Penuh

Taksiran Biaya Penuh dapat dihitung dengan menggunakan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	<u>xx</u> +
Taksiran total biaya produksi	Rp xx
Biaya administrasi dan umum	Rp xx
Biaya pemasaran	<u>xx</u> +
Taksiran total biaya komersial	Rp <u>xx</u> +
Taksiran biaya penuh	xx

Biaya penuh adalah biaya langsung obyek informasi ditambah bagian yang adil biaya tidak langsung yang menjadi

beban obyek informasi tersebut. Obyek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, departemen, divisi atau perusahaan secara keseluruhan (Mulyadi, 2001: 49).

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya variabel:

Biaya bahan baku	Rp	xx
Biaya tenaga kerja langsung		xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)		<u>xx</u> +
Taksiran total biaya produksi variabel	Rp	xx
Biaya administrasi dan umum variable	Rp	xx
Biaya pemasaran variabel		<u>xx</u> +
Taksiran total biaya komersial variable	Rp	xx

Biaya tetap:

Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp	xx
Biaya administrasi dan umum		xx
Biaya pemasaran tetap		<u>xx</u> +
Taksiran total biaya tetap	Rp	<u>xx</u> +
Total biaya penuh	Rp	xx

2. Laba yang diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan untuk dipertimbangkan dalam mempekirakan besarnya laba wajar yang diharapkan, yaitu:

A. Biaya Investasi (*Cost Of Capital*)

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan

dalam perusahaan.

B. Resiko Bisnis

Semakin besar resiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula persentase yang ditambahkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan dan demikian pula sebaliknya.

C. Besarnya *Capital Employed* (jumlah investasi)

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa akan mengakibatkan semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran.

Biaya penuh yang akan datang, baik menggunakan *full costing* maupun *variable costing* dibagi menjadi dua, yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Biaya yang secara langsung berkembang dengan volume produk digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan yang akan berpengaruh pada perhitungan persentase *mark-up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut (Mulyadi, 2001: 351):

$$\text{Harga Jual Per Unit} = \frac{\text{Biaya Yang Berhubungan Langsung}}{\text{Dengan Volume}} + \text{Persentase Mark Up}$$

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi. Sedangkan

biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah biaya non produksi.

Persentase *mark up* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase Mark Up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

$$\text{Laba Yang Diharapkan} = \frac{\text{Aktiva Penuh}}{\text{x Tarif Kembalikan Investasi}}$$

Aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan obyek informasi ditambah dengan bagian yang adil dari aktiva tidak langsung yang menjadi obyek informasi tersebut (Mulyadi, 2001: 50).

2.3.10 Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Harga jual waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat digunakan oleh perusahaan selain pendekatan lainnya. Metode ini biasanya digunakan atau lebih tepat diterapkan pada perusahaan yang menjual jasa reparasi dan menjual bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa, seperti bengkel mobil, bengkel motor, reparasi barang elektronik, percetakan, kantor akuntan, praktek dokter dan perusahaan jasa lainnya.

Metode ini menentukan tarif harga jual yang didasarkan pada dua cara, yaitu (Supriyono, 1989: 361) berdasar pada jam kerja tenaga kerja langsung dan berdasar pada bahan yang digunakan.

1. **Penentuan harga jual waktu**

Perusahaan yang menjual jasa reparasi pada dasarnya menjual jam kerja tenaga kerja langsung yang digunakan untuk menghasilkan jasa reparasi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang pekerjaannya dapat dengan mudah diidentifikasi kepada pesanan reparasi yang diterima dan pelanggan (Mulyadi, 2001: 355). Contohnya adalah mekanik listrik. Dalam penyerahan jasa reparasi, di samping perusahaan tersebut mengeluarkan biaya bagi tenaga kerja langsung, perusahaan juga mengeluarkan biaya-biaya untuk membantu tenaga kerja langsung dalam melaksanakan pekerjaan penyerahan jasa reparasi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung (BTKTL), biaya depresiasi aktiva tetap, biaya asuransi, biaya listrik, biaya air, biaya kantor, biaya reparasi aktiva tetap, dan biaya umum.. *Mark up* atas biaya langsung terdiri dari dua unsur, yaitu biaya tidak langsung dan laba yang diharapkan.

2. **Biaya tidak langsung**

Taksiran biaya tidak langsung selama tahun anggaran:

Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja	
tidak langsung lain	Rp xx
Biaya depresiasi aktiva tetap	xx
Biaya asuransi	xx
Biaya listrik	xx
Biaya air	xx
Biaya reparasi aktiva tetap	xx
Biaya umum	<u>xx +</u>
Jumlah biaya tidak langsung	Rp xx

3. **Perhitungan laba yang diharapkan**

Taksiran jumlah aktiva		
pada awal tahun anggaran	Rp xx	Tarif
kembali investasi (ROT)		

yang diharapkan (dalam persentase)	<u>xxx</u>
Laba yang diharapkan per tahun	Rp xx
Perhitungan <i>mark up</i>	
Biaya tidak langsung	Rp xx
Laba yang diharapkan	xx +
Jumlah	<u>Rp xx</u>
Jam tenaga kerja langsung atau biaya tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran	xx :
<i>Mark up</i> (dalam rupiah per jam tenaga kerja langsung)	<u> </u>
atau persentase <i>mark up</i>	xx

Setelah itu dihitung harga jual waktu sebagai berikut:

4. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung

Taksiran upah tenaga kerja langsung yang akan dibayar selama tahun anggaran	Rp xx
Biaya kesejahteraan tenaga kerja langsung (misalnya tunjangan kesehatan, kesejahteraan)	<u>xx+</u>
Jumlah biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Jam kerja tenaga kerja langsung setahun	Rp xx :
Biaya tenaga kerja langsung per jam	<u>Rp xx</u>
Perhitungan harga jual waktu (<i>time pricing</i>)	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
<i>Mark up</i> per jam tenaga kerja langsung	<u>Rp xx +</u>
Harga jual waktu	Rp xx

2.3.11 Penentuan Harga Jual dan Suku Cadang

Di samping menjual jam tenaga kerja langsung yang menghasilkan jasa reparasi, juga dijual bahan dan suku cadang yang ditentukan sebesar bahan yang digunakan ditambah beban yang dihitung dan bahan yang digunakan tersebut. Beban tersebut diharapkan dapat menutup biaya pesan, biaya simpan, biaya pengelolaan bahan lainnya ditambah laba yang ditentukan dan bahan yang digunakan. Unsur- unsur yang membentuk harga jual bahan dan suku cadang adalah harga beli bahan dan suku cadang dan persentase *mark up* dari harga beli tersebut. Persentase *mark up* dihitung dari penjumlahan biaya tidak langsung yang ada di toko suku cadang dan laba yang diharapkan. Biaya tidak langsung meliputi biaya-biaya seperti gaji tenaga kerja di bagian toko, biaya listrik, biaya kantor, dan biaya- biaya lain yang timbul di bagian toko.

Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang disajikan seperti berikut ini (Mulyadi, 2001: 357).

Biaya tidak langsung	Rp xx
Laba yang diharapkan	<u>xx +</u>
Jumlah	Rp xx
Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran	xx :
Persentase <i>mark up</i>	<u>Rp xx</u>
Harga beli bahan dan suku cadang	Rp xx
Persentase mark up x harga beli tersebut	xx +
Harga jual bahan dan suku cadang	<u>Rp xx</u>

2.3.11 Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

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

2.3.12 Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh pesanan reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dan kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menetapkan harga jual di atas biaya variabel, karena laba kontribusi yang dihasilkan dari pesanan khusus akan mengakibatkan kenaikan laba, asalkan manajer tersebut yakin bahwa pesanan yang reguler mampu menyerap seluruh biaya tetap.

2.3.13 Penentuan harga jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam perusahaan yang harga jual produk atau jasanya diatur dengan peraturan pemerintah, harga jual ditetapkan berdasarkan *cost-plus pricing*. Setiap perubahan harga jual produk atau jasa dalam perusahaan tersebut harus didasarkan pada taksiran perubahan biaya penuh masa yang akan datang yang biasanya menggunakan pendekatan harga jual waktu dan harga jual bahan atau *spare part*.

2.4 Anggaran

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran lain yang mencakup jangka waktu satu tahun (Mulyadi, 1993: 488).

Dalam suatu perusahaan, paket anggaran yang lengkap terdiri dari beberapa elemen atau jenis anggaran. Paket anggaran yang lengkap tersebut dinamakan juga anggaran induk. Anggaran induk terdiri atas tiga bagian penting sebagai berikut: (Mulyadi dan Supriyono, 1988: 93)

1. Anggaran Operasi

Anggaran operasi biasanya berisi dua (2) bagian yang terdiri atas:

- A. Anggaran program

Anggaran program berisi estimasi rencana pendapatan dan biaya program-program utama suatu organisasi.

- B. Anggaran pertanggungjawaban

2. Anggaran kas

Anggaran kas ini menunjukkan antisipasi sistem dan penggunaan kas dalam tahun anggaran.

3. Anggaran Pengeluaran Modal

Anggaran ini menunjukkan rencana perubahan aktiva tetap dalam tahun anggaran

2.5 Laba

Laba adalah selisih jumlah pendapatan dibanding dengan jumlah biaya dalam suatu periode yang sama. Dalam perencanaan tingkat pencapaian laba bersih terdapat tiga macam pendekatan, yaitu: (Supriyono, 1993: 522)

2.5.1 Pencapaian Tingkat Laba Bersih Dan Penjualan, Dapat Dihitung Dengan Rumus:

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2.5.2 Pencapaian Tingkat Laba Penjualan Bersih Dan Biaya Variabel, Dapat Dihitung Dengan Rumus:

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Biaya Variable}} \times 100\%$$

2.5.3 Pencapaian Tingkat Laba Bersih Dan Total Biaya, Dapat Dihitung Dengan Rumus:

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Biaya Tetap} + \text{Total Biaya Variable}} \times 100\%$$

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Studi Lapangan

Penelitian dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian dengan mempelajari dan mengumpulkan data sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.1.2 Studi Kasus

Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap obyek penelitian dengan mempelajari sebagai suatu kasus. Sehingga kesimpulan hanya untuk kasus perusahaan tersebut.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di PT Cakrawala Automotif Rabhasa, Kuningan Jakarta Selatan.

2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Juli – Desember 2018

3.3 Subyek dan Obyek Penelitian

3.3.1 Subyek penelitian

Yang menjadi subyek penelitian adalah unit-unit yang terkait dalam penentuan harga jual waktu dan bahan pada perusahaan tersebut, yaitu :

- a. Pimpinan perusahaan
- b. Bagian keuangan
- c. Bagian Bengkel dan Gudang

3.3.2 Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah penentuan tarif SBE 10.000km dan *general repair* mobil Mercedes Benz di khusus kan kepada tipe E 250 AVA yang dilakukan oleh perusahaan dan besarnya harga bahan dan suku cadang yang dijual sebagai pelengkap dari Servis yang di lapangan untuk perusahaan tersebut.

3.4 Data Yang Dibutuhkan

Mengenai data yang dibutuhkan untuk mengadakan penelitian tentang penentuan harga jual waktu dan bahan ini meliputi :

1. Gambaran umum perusahaan
2. Tarif servis dari setiap jenis servis yang dilayani
3. Harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang
4. Taksiran biaya yang dikeluarkan
5. Persentase laba yang diharapkan
6. Jumlah atau jenis servis yang dilayani

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang yang ditunjuk oleh pimpinan perusahaan guna mendapatkan data yang diperlukan, yaitu gambaran perusahaan, laba yang diharapkan dan jenis servis yang dilayani.

3.5.2 Dokumentasi

Meneliti dan menyalin catatan-catatan yang ada di dalam perusahaan, terutama berkaitan dengan data yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan, seperti daftar tarif servis dari masing-masing jenis servis yang dilayani. Daftar harga beli dari daftar harga jual bahan dari suku cadang, dan faktor biaya yang dikeluarkan dalam operasi perusahaan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Teknik Deskriptif

Yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai proses penentuan tarif servis mobil Mercedes Benz E 250 AVA dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis menurut perusahaan dan penyajian data mengenai elemen biasa yang membentuk harga jual waktu dan bahan serta proses penentuan harga jual waktu dan bahan menurut teori.

3.6.2 Teknik Komparatif,

Yaitu dengan membandingkan data hasil penelitian (temuan lapangan) dengan teori yang ada. Langkah-langkah analisis data penentuan tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan proses penentuan tarif servis mobil Mercedes Benz E 250 AVA dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis yang dilakukan oleh perusahaan
2. Menghitung penentuan harga jual waktu dan penentuan harga jual bahan dan suku cadang berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari perusahaan, dengan tahap-tahap sebagai berikut :
 - A. Mengitung besarnya laba yang diharapkan dengan rumus.

Laba yang diharapkan Per tahun	=	Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran	x	Tarif kembalian investasi yang diharapkan (dlm %)
-----------------------------------	---	---	---	---

B. Menghitung biaya tidak langsung

Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. xx
Biaya depresiasi aktiva tetap	xx
Biaya asuransi	xx
Biaya listrik	xx
Biaya telepon	xx
Biaya air	xx
Biaya reparasi aktiva tetap	xx
Biaya umum	xx

Jumlah biaya tidak langsung	Rp. xx

- C. Menghitung harga jual waktu dengan unsur-unsur yang ada, yaitu biaya tenaga kerja langsung (BTKL) per jam dan *mark up* dari biaya tenaga kerja langsung tersebut.

Biaya tenaga kerja langsung per jam:

$$\text{Jumlah BTKL} = \frac{\text{Taksiran upah tenaga kerja langsung} + \text{Biaya kesejahteraan}}{\text{Selama tahun anggaran}}$$

$$\text{BTKL per jam} = \frac{\text{Jumlah BTKL}}{\text{Jumlah Jam kerja TKL}}$$

Persentase *mark up*:

$$\text{Mark up per jam Tenaga kerja langsung} = \frac{\text{Biaya tidak langsung} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran jam tenaga kerja Langsung (JTKL) atau taksiran BTKL}}$$

Atau % *mark up* BTKL

Harga jual waktu :

$$\text{Harga jual Waktu} = \text{BTKL} + \% \text{ mark up dari BTKL}$$

Mark up per JTKL atau

- D. Menghitung besarnya persentase *mark up* dari harga beli bahan dan suku cadang dengan rumus.

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{Biaya Tidak langsung} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang Akan dibeli dalam tahun anggaran}}$$

E. Menghitung besarnya harga jual waktu dan harga jual bahan dan suku cadang :

Harga jual waktu	Rp. xx
Harga bahan dan suku cadang	Rp. xx
<i>Mark up</i> (% <i>mark up</i> x harga bahan dan suku cadang)	
	<u>xx +</u>
Harga jual bahan dan suku cadang	<u>Rp. xx +</u>
Jumlah hasil penjualan waktu	
Bahan dan suku cadang	Rp. xx

Jumlah hasil penjualan waktu, bahan dan suku cadang merupakan harga jual waktu dan bahan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Data Kualitatif

Data berikut adalah data yang digunakan secara umum oleh perusahaan mulai dari data perusahaan sampai data sampel untuk pengolahan data.

4.1.1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Cakrawala Automotif Rabhasa (CAR)
Alamat : Jl. Denpasar Raya Blok D2 Kav.12, Kuningan – Jakarta Selatan
Nomor Telepon : 021 2522292
Fax : 021 2522290
Website : www.car-mbenz.com
Tahun Berdiri : 4 Juni 2003
Jenis Usaha : Authorized Mercedes Benz Dealer
(Penjualan, Perawatan, Perbaikan dan Penyediaan Suku Cadang Mobil Mercedes Benz)



Logo : Mercedes-Benz

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi misi PT CAR sebagai berikut:

a. Visi PT Cakrawala Automotif Rabhasa (CAR)

Visi PT CAR sebagai berikut:

Menjadi *dealer* Mercedes-Benz terbaik dalam memberikan pelayanan dan penjualan yang berkualitas di Indonesia.

b. Misi PT Cakrawala Automotif Rabhasa (CAR)

Misi PT CAR sebagai berikut:

Memberikan layanan kelas satu pada bidang penjualan, layanan dan penyediaan suku cadang kepada semua pelanggan Mercedes-Benz yang layak dan berkualitas

4.1.3. Sejarah Perusahaan

Sejarah dari Mercedes Benz dimulai dari seseorang yang bernama Emil Jellinek. Ia adalah pengusaha kelahiran Jerman yang kemudian bermukim di Perancis dan menjadi distributor mobil produk DMG. DMG adalah singkatan dari Daimler Motoren Gesellschaft, perusahaan otomotif yang didirikan oleh Gottlieb Daimler. Suatu hari, Emil Jellinek meminta Wilhelm Maybach, kepala desainer DMG, agar membuat mobil yang cepat, ringan dan aman. Maybach merupakan orang yang mendesain mobil truk pertama di dunia dan pada tahun 1896 truk ciptaannya mulai diproduksi. Mulai tanggal 1 Oktober 1896, mobil hasil rancangannya ini di ekspor untuk pertama kalinya ke London. Nama Maybach nantinya akan diabadikan dalam bentuk mobil canggih Mercedes Benz Luxury Saloon.

Pada tanggal 2 April 1900, Maybach mulai membuat mobil atas permintaan Emil Jellinek. Hal itu merupakan tonggak sejarah “Mercedes Benz”. Nama Mercedes diambil dari anak perempuan Emil Jellinek yang bernama Mercedes Jellinek. Penggunaan nama anak itu merupakan bentuk kasih sayang Emil Jellinek sebagai orang tua kepada putrinya. Emil Jellinek selalu merasa bahwa membangun image komersial dengan memiliki nama merek dagang sangatlah penting. “Mercedes” dalam bahasa Spanyol atau “Merci” dalam bahasa Perancis mempunyai arti yang positif, yaitu “penuh rasa terima kasih” atau dalam bahasa Latin yang berarti “anugerah yang menyenangkan”. Mobil pertama DMG yang dinamai “Mercedes” diluncurkan pada 22 Desember 1900, dan nama itu kemudian dipatenkan sebagai merek dagang di tahun 1902.

Pada tahun 1926, DMG dan Cie (perusahaan milik Karl Benz) menyatukan perusahaan mereka. Sehingga nama perusahaan itu berubah menjadi “Mercedes Benz”. Karl Benz merupakan seorang pembuat mobil penumpang yang dipatenkan dengan nama “Benz Patent Motorwagen Omnibus”. Dari kesepakatan penyatuan perusahaan inilah muncul truk diesel enam silinder yang pertama di dunia dan dinamakan Mercedes Benz L-5. Di tahun 1998, Mercedes Benz kembali bekerja sama dengan perusahaan lain yaitu Chrysler Corporation yang merupakan raksasa industri otomotif di Amerika Serikat. Nama “Chrysler” diambil dari sang penemu yang berasal dari Amerika Serikat, Walter P Chrysler. Di Asia, Daimler Chrysler

melakukan kerjasama dengan Mitsubishi Motors (perusahaan asal Jepang) dan Hyundai Motor (perusahaan asal Korea Selatan).

Sampai saat ini Mercedes Benz telah berusia satu abad lebih dan merupakan salah satu dari lima pabrik mobil terkemuka di dunia. PT CAR merupakan salah satu dealer pelopor penjualan dan memasarkan mobil Mercedes-Benz. Didirikan pada tahun 2003, PT Cakrawala Automotif Rabhasa (PT CAR) adalah Authorized Mercedes-Benz Dealer yang kedelapan di Jakarta berkomitmen untuk memberikan layanan Kelas Utama berkualitas tertinggi kepada semua pelanggan Mercedes-Benz. Untuk memastikan komitmen ini ditaati, sistem manajemen PT CAR telah diaudit dan disertifikasi oleh PT TUV International Indonesia, Perusahaan Sertifikasi Jerman. PT CAR adalah satu-satunya Authorized Mercedes-Benz Dealer ISO 9001: 2008 yang bersertifikat di Asia Tenggara. Kinerja seluruh staf diukur sesuai dengan standar ISO dan diintegrasikan ke Kartu Skor Saldo yang dirancang untuk memantau, mengevaluasi dan meningkatkan tingkat kinerja layanan mereka, terutama mengenai kepuasan pelanggan. Filosofi dasar PT CAR adalah bahwa Setiap pelanggan Mercedes-Benz adalah individu yang unik yang layak mendapatkan perhatian khusus dan kualitas Layanan tertinggi. "Tidak peduli apa pun yang membawa Anda ke PT CAR, baik untuk melayani atau membeli kendaraan baru, yakinlah bahwa Anda akan dapatkan nilai dan integritas tidak tersedia di tempat lain.

Kami di PT CAR percaya bahwa kejujuran, semangat, kerja keras dan konsistensi akan selalu dihargai oleh pelanggan kami. Dianugerahi The Best Dealer selama empat tahun berturut-turut telah pasti membuktikan fakta. Perjalanan kami memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami masih jauh dari selesai; kami berjuang tanpa henti untuk.

4.1.4. Kegiatan Perusahaan

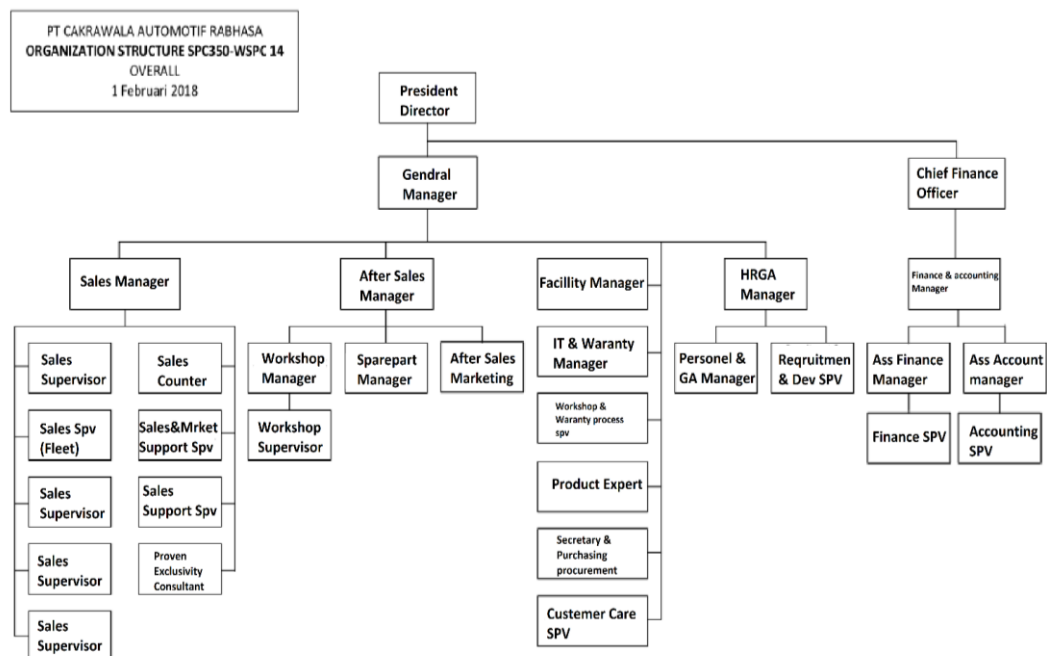
Sesuai dengan slogan-nya "*Commitment of service excellence*", PT CAR senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli & memiliki kendaraan Mercedes, memberikan Kemudahan dalam mencari informasi tentang PT CAR melalui website dan call center yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Kenyamanan bagi pelanggan

dengan fasilitas outlet PT CAR yang *modern, warm, dan pressure free*. Kemudahan dan kenyamanan transaksi. Dengan segala system yang memberikan kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan. Kemudahan mendapatkan jasa layanan after sales service terbaik selama kepemilikan kendaraan, dengan berbagai project penunjang yang inofatif seperti:

1. *Trade In Car* adalah kemudahan membeli ataupun tukar tambah dengan mobil
2. *Mercedes Home Service* adalah kemudahan *service* secara *fleksibel* yang bisa dilakukan di rumah ataupun pihak PT CAR yang mengikuti tempat pelanggan untuk melakukan *service*.
3. *Express Maintenance* yaitu kehandalan serta kecepatan perawatan kendaraan yang dilakukan dalam satu jam untuk *service* tertentu.
4. *Booking Service* adalah kemudahan pemesanan untuk memastikan pengerjaan baru menghargai kualitas waktu pelanggan, perawatan kendaraan yang berkualitas.

4.1.5. Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi pada PT CAR sebagai berikut:



Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT CAR

(Sumber: PT CAR)

4.1.6. Bagian servis

PT Cakrawala Automotive Rabhasa adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif telah mendapatkan pengakuan resmi dari pemerintah Indonesia sebagai agen resmi dalam menjual kendaraan bermotor merek Mercedes-Benz. Selain itu PT Cakrawala Automotif Rabhasa juga memberikan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan merek Mercedes-Benz. Bagian servis PT Cakrawala Automotif Rabhasa memiliki target keuntungan 35% pada tahun 2018.

Berikut adalah daftar dan jumlah E 250 AVA dan seluruh mobil yang servis di PT Cakrawala Automotif Rabhasa selama tahun 3 tahun terakhir :

Tabel 4.1 Presentase Mobil E 250 AVA

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	E 250 AVA	2529	3196	3780
2	Total Mobil	8433	9685	10800
3	Presentase Mobil E 250 AVA	30%	33%	35%

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa presentase servis mobil E 250 AVA pada tahun 2016, 2017 dan 2018 adalah sebesar 30% , 33% , 35%

Service di PT Cakrawala Automotif Rabhasa dibagi menjadi dua jenis servis, *Service Berkala Eksternal* dan *General Repair*, adapun tarif masing – masing service sbb :

Table 4.2 Perincian Tarif SBE 10.000km

Servis Berkala External	
Jasa Servis	Rp 600.000,00
Oli	Rp 957.000,00
Filter	Rp 275.000,00
Busi	Rp 200.000,00
Air Batrei	Rp 50.000,00
Penetrant	Rp 325.000,00

Jumlah	Rp 2.407.000,00
--------	-----------------

Sumber: PT Cakrawala Automotif

Tabel 4.3 Perincian Tarif GR

General Repair	
Jasa Servis	Rp750.000,00
Oli 4 Liter	Rp1.287.000,00
Filter	Rp275.000,00
Oli Tranmisi	Rp850.000,00
Minyak Rem	Rp230.000,00
Busi	Rp200.000,00
Penetrant	Rp325.000,00
Saringan Bahan Bakar	Rp2.900.000,00
Saringan Udara	Rp425.000,00
Air Batrei	Rp50.000,00
Jumlah	Rp7.292.000,00

Sumber: PT Cakrawala Automotif

4.1.7. Bagian Personalia

Menurut UU Nomor 13 Tahun 2003 BAB 1 Pasal 1 ayat 30 ; upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari perusahaan atau pemberi kerja kepada pekerja.buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan dari pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah dilakukan. Berikut ini merupakan upah karyawan yang diambil rata-rata setiap bulannya sesuai dengan jabatan yang terdapat dalam perusahaan PT Cakrawala Automotif Rabhasa:

Tabel 4.4 Daftar Gaji

No	Bagian	Jumlah TK	Gaji	Total
1	Kepala Dealer	1	Rp 19,200,000	Rp 19,200,000
2	CRC	1	Rp 14,000,000	Rp 14,000,000
3	Kepala Bengkel	1	Rp 12,000,000	Rp 12,000,000
4	Kepala Administrasi	1	Rp 8,700,000	Rp 8,700,000
5	Sales Supervisor	2	Rp 9,000,000	Rp 18,000,000
6	Marketing Executive	35	Rp 5,900,000	Rp 206,500,000
7	Sas	11	Rp 2,500,000	Rp 27,500,000
8	Counter Sales	2	Rp 5,900,000	Rp 11,800,000
9	Pga	1	Rp 4,700,000	Rp 4,700,000
10	Adm Unit	3	Rp 4,650,000	Rp 13,950,000
11	Adm Sevis	1	Rp 4,700,000	Rp 4,700,000
12	Adm Ware House	1	Rp 4,600,000	Rp 4,600,000
13	Kasir	2	Rp 4,700,000	Rp 9,400,000
14	Partman	2	Rp 5,000,000	Rp 10,000,000
15	Service Advisor	6	Rp 5,200,000	Rp 31,200,000
16	Technical Leader	1	Rp 5,500,000	Rp 5,500,000
17	Collester And Messenger	1	Rp 4,300,000	Rp 4,300,000
18	Security	8	Rp 4,200,000	Rp 33,600,000
19	Cleaning Service	8	Rp 3,700,000	Rp 29,600,000
20	THS Coord	1	Rp 5,000,000	Rp 5,000,000
21	Foreman	4	Rp 5,300,000	Rp 21,200,000
22	Valet	1	Rp 4,000,000	Rp 4,000,000
23	Pdi	1	Rp 4,800,000	Rp 4,800,000
24	Mra	2	Rp 4,700,000	Rp 9,400,000
25	Controller	1	Rp 5,000,000	Rp 5,000,000
26	Washer	3	Rp 4,000,000	Rp 12,000,000
27	Technician	30	Rp 6,500,000	Rp 195,000,000
28	Ths Technician	3	Rp 6,200,000	Rp 18,600,000

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

4.2. Data Kuantitatif

4.2.1. Daftar Aktiva Tetap

Adapun modal awal yang dikeluarkan pada saat mendirikan perusahaan dapat dilihat pada tabel yang akan disajikan dibawah:

4.2.2. Penyusutan Aktiva Tetap

Aktiva Tetap seperti peralatan, mesin, gedung, dan semacamnya akan mengalami penyusutan dikarenakan menurunnya nilai jual kembali akibat pemakaian selama proses produksi.

Dalam metode garis lurus beban penyusutan dilakukan berdasarkan berlalunya waktu, dan, jumlah yang sama sepanjang masa manfaat aktiva tetap. Metode ini termasuk metode yang paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Metode ini menganggap aset tetap akan mengalirkan manfaat yang sama selama masa penggunaannya, serta memiliki nilai tingkat fungsi penurunan yang nilai yang samabesar.

Tabel 4.5 Aktiva

Keterangan	Aktiva Bengkel			Aktiva Spare Part		
	Unit	Harga Satuan	Jumlah	Unit	Harga Satuan	Jumlah
Tanah			Rp8.200.000.000			Rp1.400.000.000
Bangunan			Rp5.100.000.000			Rp120.000.000
Mesin						
Mesin Photocopy				2	Rp25.000.000	Rp50.000.000
Mesin Pengangkat Mobil	10	Rp60.000.000	Rp600.000.000			
Mesin Cuci Mobil	2	Rp78.000.000	Rp156.000.000			
Mesin Balancing	4	Rp17.000.000	Rp68.000.000			
Genset	1	Rp5.200.000	Rp5.200.000			
Peralatan						
Alat Dongkrak	5	Rp5.000.000	Rp25.000.000			

Alat Compressor	8	Rp1.500.000	Rp12.000.000			
Alat Buka Ban	3	Rp17.000.000	Rp51.000.000			
Alat Bantu Pasang Ban	11	Rp3.000.000	Rp33.000.000			
Alat Pompa Ban	8	Rp150.000	Rp1.200.000			
Alat Press Selang Ac Mobil	2	Rp1.800.000	Rp3.600.000			
Perkakas Bengkel	20	Rp7.700.000	Rp154.000.000			
Tab	8	Rp2.000.000	Rp16.000.000			
Gunting	6	Rp20.000	Rp120.000	2	Rp20.000	Rp40.000
Cutter	6	Rp10.000	Rp60.000	4	Rp10.000	Rp40.000
Kertas	5	Rp15.000	Rp75.000	4	Rp35.000	Rp140.000
Bulpoint	10	Rp17.500	Rp175.000	4	Rp17.500	Rp70.000
Inventaris						
Ac	6	Rp4.450.000	Rp26.700.000	2	Rp4.450.000	Rp8.900.000
Televisi	3	Rp2.450.000	Rp7.350.000	1	Rp2.450.000	Rp2.450.000
Rak				10	Rp6.500.000	Rp65.000.000
Lemari	5	Rp4.500.000	Rp22.500.000		Rp4.500.000	
Komputer	17	Rp4.500.000	Rp76.500.000	2	Rp4.500.000	Rp9.000.000
Meja	27	Rp300.000	Rp8.100.000	2	Rp300.000	Rp600.000
Kursi	41	Rp100.000	Rp4.100.000	4	Rp100.000	Rp400.000
Printer	5	Rp1.100.000	Rp5.500.000	2	Rp1.100.000	Rp2.200.000
Scanner	2	Rp950.000	Rp1.900.000	2	Rp9.500.000	Rp19.000.000
Telepon	17	Rp300.000	Rp5.100.000	2	Rp300.000	Rp600.000
Jumlah			Rp14.583.180.000			Rp1.678.440.000

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

Aktiva Tetap seperti peralatan, mesin, gedung, dan sebagainya akan mengalami penyusutan dikarenakan menurunnya nilai jual kembali akibat pemakaian selama proses produksi dengan ketentuan penyusutan sebesar 5% untuk bangunan dan 25% untuk non bangunan. Adapun datanya sebagai berikut:

Tabel 4.6 Penyusutan Bengkel

No	Akun	Keterangan	Penyusutan Bengkel		
			2016	2017	2018
		Harga Perolehan	Rp5.100.000.000	Rp4.845.000.000	Rp4.590.000.000
		Depresiasi	Rp255.000.000	Rp255.000.000	Rp255.000.000
		Nilai Buku	Rp4.845.000.000	Rp4.590.000.000	Rp4.335.000.000
		Harga Perolehan	Rp829.200.000	Rp621.900.000	Rp414.600.000
		Depresiasi	Rp207.300.000	Rp207.300.000	Rp207.300.000
		Nilai Buku	Rp621.900.000	Rp414.600.000	Rp207.300.000
		Harga Perolehan	Rp296.230.000	Rp222.172.500	Rp148.115.000
		Depresiasi	Rp74.057.500	Rp74.057.500	Rp74.057.500
		Nilai Buku	Rp222.172.500	Rp148.115.000	Rp74.057.500
		Harga Perolehan	Rp157.750.000	Rp118.312.500	Rp78.875.000
		Depresiasi	Rp39.437.500	Rp39.437.500	Rp39.437.500
		Nilai Buku	Rp118.312.500	Rp78.875.000	Rp39.437.500

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

Tabel 4.7 Penyusutan *Sparepart*

No	Akun	Keterangan	Penyusutan <i>Sparepart</i>		
			2016	2017	2018
		Harga Perolehan	Rp120.000.000	Rp114.000.000	Rp108.000.000
		Depresiasi	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000
		Nilai Buku	Rp114.000.000	Rp108.000.000	Rp102.000.000
		Harga Perolehan	Rp50.000.000	Rp37.500.000	Rp25.000.000
		Depresiasi	Rp12.500.000	Rp12.500.000	Rp12.500.000
		Nilai Buku	Rp37.500.000	Rp25.000.000	Rp12.500.000
		Harga Perolehan	Rp290.000	Rp217.500	Rp145.000
		Depresiasi	Rp72.500	Rp72.500	Rp72.500
		Nilai Buku	Rp217.500	Rp145.000	Rp72.500
		Harga Perolehan	Rp108.150.000	Rp81.112.500	Rp54.075.000
		Depresiasi	Rp27.037.500	Rp27.037.500	Rp27.037.500
		Nilai Buku	Rp81.112.500	Rp54.075.000	Rp27.037.500

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

4.2.3. Beban Pokok Penjualan

Adapun biaya pembelian spare part yang dikeluarkan oleh perusahaan selama 3 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 4.8 Beban Pokok Penjualan

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Persediaan Awal	Rp77.917.000	Rp69.187.500	Rp61.520.500
2	Pembelian	Rp3.900.190.224	Rp4.473.966.500	Rp4.523.594.920
3	Barang Siap Dijual	Rp3.978.107.224	Rp4.543.154.000	Rp4.585.115.420
4	Persediaan Akhir	Rp69.187.500	Rp61.520.500	Rp59.375.000
5	Beban Pokok Penjualan	Rp3.908.919.724	Rp4.481.633.500	Rp4.525.740.420

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

4.2.4. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan:

Tabel 4.9 Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Bagian	Jumlah Tk	Gaji	Jumlah	Bulan	Total
1	Technician	30	Rp6.500.000	Rp195.000.000	12	Rp2.340.000.000
2	Ths Technician	3	Rp6.200.000	Rp18.600.000	12	Rp223.200.000
Jumlah				Rp213.600.000		Rp2.563.200.000

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

4.2.5. Biaya Tidak Langsung

Adapun biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya selama 3 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 4.10 Biaya Tidak Langsung

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Biaya Listrik	Rp 96,200,000	Rp 97,400,000	Rp 98,100,000
2	Biaya Internet	Rp 14,400,000	Rp 14,400,000	Rp 14,400,000
3	Biaya Tk Tidak Langsung	Rp 2,430,000,000	Rp 2,430,000,000	Rp 2,430,000,000
4	Biaya Air	Rp 22,100,000	Rp 22,450,000	Rp 22,600,000
5	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp 6,000,000	Rp 6,000,000	Rp 6,000,000
6	Biaya Dep Bangunan Bengkel	Rp 255,000,000	Rp 255,000,000	Rp 255,000,000
7	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp 12,500,000	Rp 12,500,000	Rp 12,500,000
8	Biaya Dep Mesin Bengkel	Rp 157,800,000	Rp 157,800,000	Rp 157,800,000
9	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp 72,500	Rp 72,500	Rp 72,500
10	Biaya Dep Peralatan Bengkel	Rp 62,056,250	Rp 62,056,250	Rp 62,056,250
11	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp 6,700,000	Rp 6,700,000	Rp 6,700,000
12	Biaya Dep Inventaris Bengkel	Rp 32,050,000	Rp 32,050,000	Rp 32,050,000
13	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp 1,250,000	Rp 1,415,000	Rp 1,642,000
14	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	Rp 7,250,000	Rp 7,400,000	Rp 7,650,000

15	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	Rp 5,750,000	Rp 5,925,000	Rp 5,970,000
Jumlah		Rp 3,109,128,750	Rp 3,111,168,750	Rp 3,112,540,750

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

4.2.6. Laporan Laba/Rugi

Adapun laporan laba/rugi perusahaan selama 3 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 4.11 Laporan Laba Dan Rugi

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Pendapatan			
2	Jasa Servis	Rp11.300.042.906	Rp11.430.429.006	Rp11.438.042.906
3	Spare Part	Rp5.171.539.391	Rp5.906.100.200	Rp5.960.650.046
4	Total Pendapatan	Rp16.471.582.297	Rp17.336.529.206	Rp17.398.692.952
5	Persediaan Awal	Rp77.917.000	Rp69.187.500	Rp61.520.500
6	Pembelian	Rp3.900.190.224	Rp4.473.966.500	Rp4.523.594.920
7	Barang Siap Dijual	Rp3.978.107.224	Rp4.543.154.000	Rp4.585.115.420
8	Persediaan Akhir	Rp69.187.500	Rp61.520.500	Rp59.375.000
9	Beban Pokok Penjualan	Rp3.908.919.724	Rp4.481.633.500	Rp4.525.740.420
10	Laba Kotor Perusahaan	Rp12.562.662.573	Rp12.854.895.706	Rp12.872.952.532
11	Biaya Lain-Lain			
12	Biaya Listrik	Rp96.200.000	Rp97.400.000	Rp98.100.000
13	Biaya Internet	Rp14.400.000	Rp14.400.000	Rp14.400.000
14	Biaya Tk Tidak Langsung	Rp2.430.000.000	Rp2.430.000.000	Rp2.430.000.000
15	Biaya Air	Rp22.100.000	Rp22.450.000	Rp22.600.000
16	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000
17	Biaya Dep Bangunan Bengkel	Rp255.000.000	Rp255.000.000	Rp255.000.000
18	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp12.500.000	Rp12.500.000	Rp12.500.000
19	Biaya Dep Mesin Bengkel	Rp157.800.000	Rp157.800.000	Rp157.800.000
20	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp72.500	Rp72.500	Rp72.500
21	Biaya Dep Peralatan Bengkel	Rp62.056.250	Rp62.056.250	Rp62.056.250

22	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp27.037.500	Rp27.037.500	Rp27.037.500
23	Biaya Dep Inventaris Bengkel	Rp39.437.500	Rp39.437.500	Rp39.437.500
24	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp1.250.000	Rp1.415.000	Rp1.642.000
25	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	Rp7.250.000	Rp7.400.000	Rp7.650.000
26	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	Rp5.750.000	Rp5.925.000	Rp5.970.000
27	Biaya Tk Langsung	Rp2.683.200.000	Rp2.683.200.000	Rp2.683.200.000
28	Total Biaya	Rp5.820.053.750	Rp5.822.093.750	Rp5.823.465.750
29	Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp6.742.608.823	Rp7.032.801.956	Rp7.049.486.782
30	Pajak	Rp67.426.088	Rp70.328.019	Rp70.494.867
31	Laba Bersih Sesudah Pajak	Rp6.675.182.735	Rp6.962.473.937	Rp6.978.991.915

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data tentang servis dari setiap jenis servis, harga beli, dan harga jual bahan, dan suku cadang, serta taksiran biaya yang dikeluarkan dari persentase laba yang diharapkan. Data tarif servis dari setiap jenis servis adalah data tentang tarif servis per unit per jam yang ditentukan oleh perusahaan. Data ini menunjukkan besarnya tarif servis yang harus dibayar oleh konsumen. Data harga beli dan harga jual bahan dan suku cadang adalah data yang akan digunakan untuk menghitung penentuan tarif servis.

Data harga beli untuk menghitung analisis tarif servis dengan pendekatan harga jual waktu dan pendekatan harga jual bahan dan suku cadang. Data harga jual untuk menghitung tarif servis menurut perusahaan. Data taksiran biaya yang dikeluarkan adalah data yang berkaitan dengan taksiran pengeluaran perusahaan selama satu tahun. Data ini akan digunakan untuk menghitung analisis tarif servis di perusahaan dengan pendekatan harga jual waktu dan pendekatan harga jual bahan dan suku cadang. Data yang telah dikumpulkan dari perusahaan akan diolah atau dianalisis untuk mengetahui ketepatan penentuan tarif servis di perusahaan.

5.2. Analisis Data

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian untuk menjawab permasalahan yang di kemukakan dalam bab II. Data kemudian di analisis dengan menggunakan metode–metode berdasarkan teori yang telah di uraikan pada bab III terdahulu. Berdasarkan hasil analisis yang ada kemudian dilakukan suatu pembahasan untuk mengambil suatu kesimpulan. Untuk menjawab rumusan masalah maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

5.2.1. Tarif Servis di PT Cakrawala Automotif Rabhasa

Berikut ini adalah daftar jenis servis dan rincian harga untuk servis mobil E 250 AVA Mercedes-Benz di PT Cakrawala Automotif Rabhasa:

Tabel 5.1 Presentase Mobil E 250 AVA

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	E 250 AVA	2529	3196	3780
2	Total Mobil	8433	9685	10800
3	Presentase Mobil E 250 AVA	30%	33%	35%

Sumber: PT Cakrawala Automotif

Dari tabel diatas kemudian diuraikan perincian biaya servis dan spare part harga beli perusahaan sebelum di tambahkan laba perusahaan dengan sebagai berikut :

Tabel 5.2 Perincian Tarif SBE 10.000km

Servis Berkala External	
Jasa Servis	Rp444.400
Oli	Rp708.800
Filter	Rp203.700
Busi	Rp148.100
Air Batrei	Rp37.000
Penetrant	Rp240.700
Jumlah	Rp1.782.700

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5.3 Perincian Tarif GR

General Repair	
Jasa Servis	Rp555.500
Oli 4 Liter	Rp953.300
Filter	Rp203.700
Oli Tranmisi	Rp629.600
Minyak Rem	Rp170.300
Busi	Rp148.100
Penetrant	Rp240.700
Saringan Bahan Bakar	Rp2.148.100
Saringan Udara	Rp314.800
Air Batrei	Rp37.000
Jumlah	Rp5.401.100

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2. Tarif Servis di PT CAR Dengan Metode *Time and Material Pricing*.

Pembahasan masalah ini akan memakai data yang ada di PT Cakrawala Automotif Rabhasa. Berdasarkan kebutuhan penelitian maka yang akan disajikan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk bagian bengkel dan bagian *sparepart*. Berikut aktiva tetap yang dikeluarkan untuk bagian bengkel dan bagian spare part yang disajikan pada tabel 5.4

Dari data tabel aktiva yang disajikan dibawah, PT Cakrawala Automotif Rabhasa memiliki target keuntungan sebesar 35% dari total aktiva yang ditanam. berikut adalah keuntungan yang diharapkan oleh PT Cakrawala Automotif Rabhasa.

Tabel 5.4 Aktiva Tetap

Keterangan	Aktiva Bengkel			Aktiva Spare Part		
	Unit	Harga Satuan	Jumlah	Unit	Harga Satuan	Jumlah
Tanah			Rp8.200.000.000			Rp1.400.000.000
Bangunan			Rp5.100.000.000			Rp120.000.000
Mesin						
Mesin Photocopy				2	Rp25.000.000	Rp50.000.000
Mesin Pengangkat Mobil	10	Rp60.000.000	Rp600.000.000			
Mesin Cuci Mobil	2	Rp78.000.000	Rp156.000.000			
Mesin Balancing	4	Rp17.000.000	Rp68.000.000			
Genset	1	Rp5.200.000	Rp5.200.000			
Peralatan						
Alat Dongkrak	5	Rp5.000.000	Rp25.000.000			
Alat Compressor	8	Rp1.500.000	Rp12.000.000			
Alat Buka Ban	3	Rp17.000.000	Rp51.000.000			
Alat Bantu Pasang Ban	11	Rp3.000.000	Rp33.000.000			
Alat Pompa Ban	8	Rp150.000	Rp1.200.000			
Alat Press Selang Ac Mobil	2	Rp1.800.000	Rp3.600.000			
Perkakas Bengkel	20	Rp7.700.000	Rp154.000.000			
Tab	8	Rp2.000.000	Rp16.000.000			

Gunting	6	Rp20.000	Rp120.000	2	Rp20.000	Rp40.000
Cutter	6	Rp10.000	Rp60.000	4	Rp10.000	Rp40.000
Kertas	5	Rp15.000	Rp75.000	4	Rp35.000	Rp140.000
Bulpoint	10	Rp17.500	Rp175.000	4	Rp17.500	Rp70.000
Inventaris						
Ac	6	Rp4.450.000	Rp26.700.000	2	Rp4.450.000	Rp8.900.000
Televisi	3	Rp2.450.000	Rp7.350.000	1	Rp2.450.000	Rp2.450.000
Rak				10	Rp6.500.000	Rp65.000.000
Lemari	5	Rp4.500.000	Rp22.500.000		Rp4.500.000	
Komputer	17	Rp4.500.000	Rp76.500.000	2	Rp4.500.000	Rp9.000.000
Meja	27	Rp300.000	Rp8.100.000	2	Rp300.000	Rp600.000
Kursi	41	Rp100.000	Rp4.100.000	4	Rp100.000	Rp400.000
Printer	5	Rp1.100.000	Rp5.500.000	2	Rp1.100.000	Rp2.200.000
Scanner	2	Rp950.000	Rp1.900.000	2	Rp9.500.000	Rp19.000.000
Telepon	17	Rp300.000	Rp5.100.000	2	Rp300.000	Rp600.000
Jumlah			Rp14.583.180.000			Rp1.678.440.000

Sumber: PT Cakrawala Automotif Rabhasa

Adapun keuntungan yang diharapkan sebesar 35% dari aktiva tetap. berikut adalah keuntungan yang diharapkan oleh bagian bengkel dan bagian *saprepart* :

Tabel 5.5 Target Keuntungan

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Laba Yang Diharapkan Bengkel	Rp5.104.113.000	Rp5.104.113.000	Rp5.104.113.000
2	Laba Yang Diharapkan Bg.Spare Part	Rp587.454.000	Rp587.454.000	Rp587.454.000

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Laba yang di harapkan untunk *service/sparepart* = Jumlah Aktiva tetap x persentase laba yang diharapkan

$$\begin{aligned} \text{Laba yang di harapkan bengkel 2016} &= \text{Rp14.583.180.000} \times 35\% \\ &= \text{Rp5.104.113.000} \end{aligned}$$

Dan seterusnya.

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan Sparepart 2016} &= \text{Rp1.678.440.000} \times 35\% \\ &= \text{Rp587.454.000} \end{aligned}$$

Dan seterusnya.

Laporan diatas merupakan laporan pendapatan, pengeluaran dan target keuntungan PT Cakrawala Automotif Rabhasa secara keseluruhan, sedangkan penulis ingin berfokus pada mobil E 250 AVA. Oleh karena itu,seluruh laporan pendapatan dan

pengeluaran akan dikalikan dengan presentase diatas agar dapat diketahui laporan pendapatan dan pengeluaran khusus mobil E 250 AVA saja. Berikut adalah presentase mobil E 250 AVA pada tahun 2016, 2017, 2018.

Tabel 5.6 Presentase Mobil E 250 AVA

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	E 250 AVA	2529	3196	3780
2	Total Mobil	8433	9685	10800
3	Presentase Mobil E 250 AVA	30%	33%	35%

Sumber: Pengolahan Data

Berikut ini Taksiran laba yang diharapkan bagian bengkel dan bagian *Sparepart* untuk servis mobil E 250 AVA pada PT Cakrawala Automotif Rabhasa tahun 2016, 2017, 2018:

Tabel 5.7 Target Keuntungan Bengkel Dan Spare Part Untuk Mobil E 250 AVA

Keterangan	Tahun		
	2016	2017	2018
Bengkel	Rp1.530.689.171	Rp1.684.330.939	Rp1.786.439.550
Spare Part	Rp176.173.505	Rp193.856.787	Rp205.608.900

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Target keuntungan *service/sparepart* = laba yang di harapkan perusahaan x persentase mobil E250 AVA/tahun

Target keuntungan service mobil E 250 AVA 2016 = Rp5.104.113.000 x 30% = Rp1.530.689.171

Dan seterusnya.

Target keuntungan sparepart mobil E 250 AVA 2016 = Rp587.454.000 x 30% = Rp176.173.505

Dan seterusnya.

Berikut ini taksiran laporan pendapatan dan pengeluaran PT Cakrawala Automotif Rabhasa untuk mobil E 250 AVA pada tahun 2016, 2017 dan 2018 yang akan disajikan dalam tabel 5.8 berikut ini :

Tabel 5.8 Taksiran Laporan Laba Dan Rugi Mobil E 250 AVA

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Pendapatan			
2	Jasa Servis	Rp3,390,012,872	Rp3,772,041,572	Rp4,003,315,017
3	Spare Part	Rp1,551,461,817	Rp1,949,013,066	Rp2,086,227,516
4	Total Pendapatan	Rp4,941,474,689	Rp5,721,054,638	Rp6,089,542,533
5	Persediaan Awal	Rp23,375,100	Rp22,831,875	Rp21,532,175
6	Pembelian	Rp1,170,057,067	Rp1,476,408,945	Rp1,583,258,222
7	Barang Siap Dijual	Rp1,193,432,167	Rp1,499,240,820	Rp1,604,790,397
8	Persediaan Akhir	Rp20,756,250	Rp20,301,765	Rp20,781,250
9	Beban Pokok Penjualan	Rp1,172,675,917	Rp1,478,939,055	Rp1,584,009,147
10	Laba Kotor Perusahaan	Rp3,768,798,772	Rp4,242,115,583	Rp4,505,533,386
11	Biaya Lain-Lain			
12	Biaya Listrik	Rp28,860,000	Rp32,142,000	Rp34,335,000
13	Biaya Internet	Rp4,320,000	Rp4,752,000	Rp5,040,000
14	Biaya Tk Tidak Langsung	Rp729,000,000	Rp801,900,000	Rp850,500,000
15	Biaya Air	Rp6,630,000	Rp7,408,500	Rp7,910,000
16	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp1,800,000	Rp1,980,000	Rp2,100,000
17	Biaya Dep Bangunan Bengkel	Rp76,500,000	Rp84,150,000	Rp89,250,000
18	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp3,750,000	Rp4,125,000	Rp4,375,000
19	Biaya Dep Mesin Bengkel	Rp47,340,000	Rp52,074,000	Rp55,230,000

20	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp21,750	Rp23,925	Rp25,375
21	Biaya Dep Peralatan Bengkel	Rp18,616,875	Rp20,478,563	Rp21,719,688
22	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp8,111,250	Rp8,922,375	Rp9,463,125
23	Biaya Dep Inventaris Bengkel	Rp11,831,250	Rp13,014,375	Rp13,803,125
24	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp375,000	Rp466,950	Rp574,700
25	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	Rp2,175,000	Rp2,442,000	Rp2,677,500
26	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	Rp1,725,000	Rp1,955,250	Rp2,089,500
27	Biaya Tk Langsung	Rp804,960,000	Rp885,456,000	Rp939,120,000
28	Total Biaya	Rp1,746,016,125	Rp1,921,290,938	Rp2,038,213,013
29	Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp2,022,782,647	Rp2,320,824,645	Rp2,467,320,374
30	Pajak 1%	Rp20,227,826	Rp23,208,246	Rp24,673,204
31	Laba Bersih Sesudah Pajak	Rp2,002,554,820	Rp2,297,616,399	Rp2,442,647,170

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Laporan laba/rugi mobil E 250 AVA = Laporan laba/rugi perusahaan x persentase mobil E 250 AVA
 1. Jasa Servis 2016 = $Rp11.300.042.906 \times 30\%$
 $= Rp3.390.012.872$

Dan seterusnya.

5.2.2.1. Menghitung Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Jam

Menurut anggaran, perusahaan direncanakan beroperasi pada kapasitas normal 300 hari @ 8 jam kerja per hari. Sehingga jam tenaga kerja langsung (JKL) adalah sebesar 2400 jam. Berikut adalah perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam :

Tabel 5.9 biaya tenaga kerja

BTKL setahun	TK	Jam Kerja/Tahun	BTKL per jam
Rp 2,563,200,000	33	2400	Rp 32,364

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2.2. Menghitung presentase *Mark up* bagian bengkel dan bagian spare part tahun 2016

Adapun komponen biaya yang dibutuhkan untung mencari presentase *Mark up* bagian bengkel dan spare part adalah menghitung presentase *Mark up* biaya tenaga kerja langsung dan *Mark up* spare part. Adapun tata cara perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut :

Tabel 5.10 *Mark up* bagian bengkel 2016

Biaya Tidak Langsung Bengkel		
Biaya Tk Tidak Langsung	Rp729,000,000	
Biaya Listrik	Rp28.860.000	
Biaya Internet	Rp4.320.000	
Biaya Air	Rp6.630.000	
Biaya Dep Bangunan	Rp76.500.000	
Biaya Dep Mesin	Rp47.340.000	
Biaya Dep Peralatan	Rp18.616.875	
Biaya Dep Inventaris	Rp11.831.250	
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp2.175.000	
Biaya Pemeliharaan	Rp1.725.000	
Total Biaya		Rp926,998,125
Laba Yang Diharapkan		Rp1.530.689.171
Jumlah		Rp 2.457.687.296
Biaya Tk Langsung		Rp2.563.200.000
Presentase <i>Mark up</i> BTKL		95,88%

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Presentase *Mark up* BTKL = ((total biaya + laba yang di harapkan) / BTKL) x 100%

$$\text{Presentase } \textit{Mark up} \textit{ BTKL} \textit{ 2016} = ((\text{Rp}926,998,125 + \text{Rp}1.530.689.171) / \text{Rp} 2.457.687.296) \times 100\%$$

Dan seterusnya.

Adapun perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung *Sparepart* sebagai berikut:

Tabel 5.11 *Mark up* bagian spare part 2016

Biaya Tidak Langsung Spare Part		
Gaji Partman	Rp3.000.000	
Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp1.800.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp3.750.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp21.750,00	
Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp8.111.250	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp375.000,00	
Total Biaya		Rp17.058.000
Laba Yang Diharapkan		Rp176.173.505
Jumlah		Rp193.231.505
Pembelian Spare Part		Rp1.170.057.067
persentase <i>Mark up</i> Spare Part		16,51%

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Presentase *Mark up* spare part = ((total biaya + laba yang di harapkan) / pembelian spare part) x 100%

$$\text{Presentase } \textit{Mark up} \textit{ spae part} \textit{ 2016} = ((\text{Rp}17.058.000 + \text{Rp}176.173.505) / \text{Rp}1.170.057.067) \times 100\%$$

Dan seterusnya.

5.2.2.3. Menghitung presentase *Mark up* bagian bengkel dan bagian spare part tahun 2017

Adapun komponen biaya yang dibutuhkan untuk mencari presentase *Mark up* bagian bengkel dan spare part adalah menghitung presentase *Mark up* biaya tenaga kerja langsung dan *Mark up* spare part. Adapun tata cara perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut :

Tabel 5.12 *Mark up* bagian bengkel 2017

Biaya Tidak Langsung Bengkel		
Biaya Tk Tidak Langsung	Rp801.900.000	
Biaya Listrik	Rp32.142.000	
Biaya Internet	Rp4.752.000	
Biaya Air	Rp7.408.500	
Biaya Dep Bangunan	Rp84.150.000	
Biaya Dep Mesin	Rp52.074.000	
Biaya Dep Peralatan	Rp20.478.563	
Biaya Dep Inventaris	Rp13.014.375	
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp2.442.000	
Biaya Pemeliharaan Peralatan		
Total Biaya		Rp1.020.316.688
Laba Yang Diharapkan		Rp1.684.330.939
Jumlah		Rp2.704.647.627
Biaya Tk Langsung		Rp2.563.200.000
Presentase <i>Mark up</i> BTKL		105,52%

Sumber: Pengolahan Data

Adapun perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung *Sparepart* sebagai berikut:

Tabel 5.13 *Mark up* bagian spare part 2017

Biaya Tidak Langsung Spare Part		
Gaji Partman	Rp3.300.000	
Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp1.980.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp4.125.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp23.925,00	

Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp8.922.375	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp466.950,00	
Total Biaya		Rp18.818.250
Laba Yang Diharapkan		Rp193.856.787
Jumlah		Rp212.675.037
Pembelian Spare Part		Rp1.476.408.945
persentase <i>Mark up</i> Spare Part		14,40%

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2.4. Menghitung presentase *Mark up* bagian bengkel dan bagian spare part tahun 2018

Adapun komponen biaya yang dibutuhkan untuk mencari presentase *mark up* bagian bengkel dan spare part adalah menghitung presentase *Mark up* biaya tenaga kerja langsung dan *Mark up* spare part, adapun tata cara perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut :

Tabel 5.14 *Mark up* bagian bengkel 2018

Biaya Tidak Langsung Bengkel		
Biaya Tk Tidak Langsung	Rp 850,500,000	
Biaya Listrik	Rp 34,335,00	
Biaya Internet	Rp 5,040,000	
Biaya Air	Rp 7,910,000	
Biaya Dep Bangunan	Rp 89,250,00	
Biaya Dep Mesin	R 55,230,000	
Biaya Dep Peralatan	R 21,719,688	
Biaya Dep Inventaris	Rp 13,803,125	
Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp 2,677,500	
Biaya Pemeliharaan Peralatan	Rp 2,089,500	
Total Biaya		Rp 1,082,554,813
Laba Yang Diharapkan		Rp1,786,439,550
Jumlah		Rp2,868,994,363
Biaya Tk Langsung		Rp2,563,200,000
Presentase <i>Mark up</i> BTKL		111.93%

Sumber: Pengolahan Data

Adapun tata cara perhitungan *Mark up* biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut :

Tabel 5.15 *Mark up* bagian spare partl 2018

Biaya Tidak Langsung Spare Part		
Gaji Partman	Rp3.500.000	
Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	Rp2.100.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	Rp4.375.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	Rp25.375,00	
Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	Rp9.463.125	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	Rp574.700,00	
Total Biaya		Rp20.038.200
Laba Yang Diharapkan		Rp205.608.900
Jumlah		Rp225.647.100
Pembelian Spare Part		Rp1.583.258.222
persentase <i>Mark up</i> Spare Part		14,25%

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2.5. Perhitungan harga servis di PT Automotif Rabhasa dengan pendekatan harga jual waktu, dan bahan.

Menurut anggaran, perusahaan direncanakan beroperasi pada kapasitas normal 300 hari @ 8 jam kerja per hari. Sehingga jam tenaga kerja langsung (JKL) adalah sebesar 2400 jam. Dari data yang telah disajikan tersebut, kemudian dihitung harga jual waktu dan bahan sesuai dengan langkah-langkah seperti yang telah disebutkan dalam bab III.

Berikut adalah perhitungan harga tarif servis PT Cakrawala Automotif Rabhasa dengan menggunakan metode *Time and Material Pricing*.

Tabel 5.16 Daftar harga jasa servis dan spare part yang sudah di *Mark up* 2016

Jenis Servis	Keterangan	Rincian	Biaya	<i>Mark up</i>	Biaya setelah <i>Mark up</i>	Total
		2 jam x 3 orang x 32364	Rp194.184	95.88%	Rp186,184	Rp380,368
		oli 6 liter	Rp708.800,00	16,51%	Rp117.023	Rp825.823
		Filter	Rp203.700,00	16,51%	Rp33.631	Rp237.331
		Busi	Rp148.100,00	16,51%	Rp24.451	Rp172.551
		air batrei	Rp37.000,00	16,51%	Rp6.109	Rp43.109
		penetrant	Rp240.700,00	16,51%	Rp39.740	Rp280.440
		Jumlah				Rp1,939,621

GR	Jasa <i>Sparepart</i>	2,5 jam x 3 orang x 32364	Rp242.730	95,88%	Rp232,730	Rp475,460
		oli 6 liter	Rp953.300,00	16,51%	Rp157.390	Rp1.110.690
		Filter	Rp203.700,00	16,51%	Rp33.631	Rp237.331
		oli Transmisi	Rp629.600,00	16,51%	Rp103.947	Rp733.547
		Minyak Rem	Rp170.300,00	16,51%	Rp28.117	Rp198.417
		Busi	Rp148.100,00	16,51%	Rp24.451	Rp172.551
		Pntrant	Rp240.700,00	16,51%	Rp39.740	Rp280.440
		Saringan Bahan Bakar	Rp2.148.100,00	16,51%	Rp354.651	Rp2.502.751
		Saringan Udara	Rp314.800,00	16,51%	Rp51.973	Rp366.773
		Air Batrei	Rp37.000,00	16,51%	Rp6.109	Rp43.109
		jumlah				Rp6,121,068

Sumber: Pengolahan Data

Berikut adalah daftar harga jasa servis dan *saprepart* di PT CAR:

Tabel 5.17 Daftar harga jasa servis dan spare part yang sudah di *Mark up* 2017

Jenis servis	Keterangan	Rincian	Biaya	<i>Mark up</i>	Biaya setelah <i>Mark up</i>	Total
		2 jam x 3 x 32364	Rp194.184	105,52%	Rp204.903	Rp399.087
		oli 6 liter	Rp708.800,00	14,25%	Rp101.004	Rp809.804
		Filter	Rp203.700,00	14,25%	Rp29.027	Rp232.727
		Busi	Rp148.100,00	14,25%	Rp21.104	Rp169.204
		air batrei	Rp37.000,00	14,25%	Rp5.273	Rp42.273
		penetrant	Rp240.700,00	14,25%	Rp34.300	Rp275.000
		jumlah				Rp1.928.095
		2,5 jam x 3 orang x 32364	Rp242.730	105,52%	Rp256.129	Rp498.859
		oli 6 liter	Rp953.300,00	14,25%	Rp135.845	Rp1.089.145
		filter	Rp203.700,00	14,25%	Rp29.027	Rp232.727
		oli Transmisi	Rp629.600,00	14,25%	Rp89.718	Rp719.318
		Minyak Rem	Rp170.300,00	14,25%	Rp24.268	Rp194.568
		Busi	Rp148.100,00	14,25%	Rp21.104	Rp169.204

		Pntrant	Rp240.700,00	14,25%	Rp34.300	Rp275.000
		Saringan Bahan Bakar	Rp2.148.100,00	14,25%	Rp306.104	Rp2.454.204
		Saringan Udara	Rp314.800,00	14,25%	Rp44.859	Rp359.659
		Air Batrei	Rp37.000,00	14,25%	Rp5.273	Rp42.273
		jumlah				Rp6.034.957

Sumber: Pengolahan Data

Berikut adalah daftar harga jasa servis dan sapre part di PT CAR pada tahun 2018

Tabel 5.18 daftar harga jasa servis dan spare part yang sudah di *Mark up* 2018

Jenis servis	Keterangan	Rincian	Biaya	Mark up	Biaya setelah Mark up	Total
		2 jam x 3 x 32364	Rp194.184	111,93%	Rp217.350	Rp411.534
		oli 6 liter	Rp708.800,00	14,40%	Rp102.067	Rp810.867
		Filter	Rp203.700,00	14,40%	Rp29.333	Rp233.033
		Busi	Rp148.100,00	14,40%	Rp21.326	Rp169.426
		air batrei	Rp37.000,00	14,40%	Rp5.328	Rp42.328
		Penetrant	Rp240.700,00	14,40%	Rp34.661	Rp275.361
		Jumlah				Rp1.942.549
		2,5 jam x 3 orang x 32364	Rp242.730	111,93%	Rp271.688	Rp514.418
		oli 6 liter	Rp953.300,00	14,40%	Rp137.275	Rp1.090.575
		filter	Rp203.700,00	14,40%	Rp29.333	Rp233.033
		oli Transmisi	Rp629.600,00	14,40%	Rp90.662	Rp720.262
		Minyak Rem	Rp170.300,00	14,40%	Rp24.523	Rp194.823
		Busi	Rp148.100,00	14,40%	Rp21.326	Rp169.426
		Pntrant	Rp240.700,00	14,40%	Rp34.661	Rp275.361
		Saringan Bahan Bakar	Rp2.148.100,00	14,40%	Rp309.326	Rp2.457.426
		Saringan Udara	Rp314.800,00	14,40%	Rp45.331	Rp360.131
		Air Batrei	Rp37.000,00	14,40%	Rp5.328	Rp42.328
		jumlah				Rp6.057.784

Sumber: Pengolahan Data

Selanjutnya adalah membandingkan harga yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga yang didapat melalui perhitungan dengan menggunakan pendekatan harga jual waktu dan bahan. Berikut adalah tabel

perbandingan harga berdasarkan ketetapan perusahaan dan penetapan harga berdasarkan pendekatan harga jual waktu dan bahan :

Tabel 5.19 Perbandingan harga perusahaan dengan metode *time and material pricing*

PERUSAHAAN 2016			
Jenis servis	Tarif Servis	Tarif Spare Part	Total
SBE	Rp600.000	Rp1.807.000	Rp2.407.000
GR	Rp750.000	Rp6.542.000	Rp7.292.000
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis	Tarif Spareprt	Total
SBE	Rp380.368	Rp1.559.253	Rp1.939.621
GR	Rp475.460	Rp5.645.609	Rp6.121.069

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5.20 Perbandingan harga perusahaan dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan 2017

PERUSAHAAN 2017			
Jenis servis	Tarif Servis	Tarif Spare Part	Total
SBE	Rp600.000	Rp1.807.000	Rp2.407.000
GR	Rp750.000	Rp6.542.000	Rp7.292.000
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
janis servis	Tarif Servis	Tarif Spareprt	Total
SBE	Rp399.087	Rp1.529.008	Rp1.928.095
GR	Rp498.859	Rp5.536.098	Rp6.121.069

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5.21 Perbandingan harga perusahaan dengan pendekatan harga jual waktu dan bahan 2018

PERUSAHAAN 2018			
Jenis servis	Tarif Servis	Tarif Spare Part	Total
SBE	Rp600.000	Rp1.807.000	Rp2.407.000
GR	Rp750.000	Rp6.542.000	Rp7.292.000
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
janis servis	Tarif Servis	Tarif Spareprt	Total
SBE	Rp411.534	Rp1.531.015	Rp1.942.549
GR	Rp514.418	Rp5.543.366	Rp6.057.784

Sumber: Pengolahan Data

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan serta perhitungan mengenai analisis penerapan metode *time and material pricing* sebagai dasar penentuan harga jual jasa pada PT Cakrawala Automotif Rabhasa , maka dapat disimpulkan :

1. Besar harga *service* dan *sparepart* yang ditentukan oleh perusahaan dibagi menjadi dua jenis *service*, yaitu *service* berkala 10.000km dan *general repair*. Untuk harga *service* berkala 10.000km sebesar Rp 2.407.000,00 dengan perincian untuk jasa sebesar Rp 600.000,00 dan *sparepart* sebesar Rp 1.807.000,00, dan untuk harga *service general repair* sebesar Rp7.292.000,00 dengan perincian untuk jasa sebesar Rp750.000,00 dan *sparepart* sebesar Rp 6.542.000,00.
2. Besar harga *service* dan *sparepart* dengan menggunakan metode *time and material pricing* dibagi menjadi dua jenis *service*, yaitu *service* berkala 10.000km dan *general repair*,sbb ;

Jenis servis	Tarif Servis	Tarif <i>Spareprt</i>	Total
2016			
SBE	Rp380.368	Rp1.559.253	Rp1.939.621
GR	Rp475.460	Rp5.645.609	Rp6.121.069
2017			
SBE	Rp399.087	Rp1.529.008	Rp1.928.095
GR	Rp498.859	Rp5.536.098	Rp6.121.069
2018			
SBE	Rp411.534	Rp1.531.015	Rp1.942.549
GR	Rp514.418	Rp5.543.366	Rp6.057.784

3. terdapat perbedaan harga *service* dan *sparepart* perusahaan dengan metode *time and material pricing* dibagi menjadi dua jenis *service* , untuk *service* berkala ditahun 2016-2019 lebih besar harga jual perusahaan dengan rincian sbb: ditahun 2016 selisih Rp467,379 dengan penurunan harga sebesar 63%, tahun 2017 selisih Rp478,905 dengan penurunan harga sebesar 66%, dan tahun 2018 selisih Rp464,451 dengan penurunan harga sebesar 68%. untuk *general repair* ditahun 2016-2019 harga jual perusahaan juga lebih tinggi dari perhitungan menggunakan metode *time and material pricing* sbb : ditahun 2016 selisih Rp1,170,931 dengan penurunan harga sebesar 63%, ditahun 2017 selisih Rp1,257,043 dengan penurunan harga sebesar 66%, dan ditahun 2018 selisih Rp1,234,216 dengan penurunan harga sebesar 68%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan harga jual jasa servis kepada konsumen masih belum tepat, karena harga jual jasa servis terlalu tinggi dari harga yang sebenarnya, dengan menggunakan metode *time and material pricing*, penentuan harga jual jasa servis kepada konsumen akan jauh lebih terjangkau sehingga nantinya akan memberikan rasa kepuasan tersendiri untuk konsumen dan juga akan meningkatkan *unit entry* mobil dan **volume** penjualan sparepart

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan terhadap perhitungan tarif servis yang dilakukan oleh PT Cakrawala Automotif Rabhasa, maka penulis mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT Cakrawala Automotif Rabhasa, yang berkaitan dengan tarif servis dan sparepart. Saran tersebut adalah perusahaan menggunakan perhitungan tarif servis dan sparepart dengan metode harga jual waktu dan bahan dalam menetapkan tarif servisnya. Hal ini dikarenakan :

- Tarif servis dengan metode harga jual waktu dan bahan lebih sesuai untuk diterapkan pada perusahaan seperti PT Cakrawala Automotif Rabhasa, dimana unsur biaya yang terkait meliputi biaya waktu kerja

tenaga kerja langsung per jam dan bahan (*sparepart*), dan Dapat mempengaruhi besarnya pendapatan dan daya guna perusahaan yang lebih baik lagi, dikarenakan harga yang ditentukan metode time and material pricing hasilnya lebih murah dari harga jual perusahaan yang dimana persentase keuntungan perusahaan tetap terpenuhi dan dapat meningkatkan *unit entry*.

- Metode waktu dan bahan dalam menetapkan besarnya *mark up* menggunakan pendekatan Return On Investment (ROI) yaitu tingkat pengembalian yang ditanamkan oleh pihak perusahaan, dalam hal ini adalah PT Cakrawala Automotif Rabhasa. Sehingga pendapatan yang diterima dapat sebanding dengan investasi yang ditanamkan PT Cakrawala Automotif Rabhasa .Metode harga jual waktu dan bahan dalam teorinya terbagi dalam dua komponen waktu dan bahan. Kedua komponen ini ternyata dalam prakteknya sesuai dengan aktivitas bengkel. Komponen waktu dibentuk dari biaya tenaga kerja langsung dalam hal ini adalah berapa lama mekanik melakukan pengecekan atau perbaikan pada mobil, yang kemudian ditambah dengan markup, sedangkan komponen bahan di bentuk oleh biaya suku cadang dan bahan yang digunakan seperti contoh oli,kampas rem, kemudian ditambah markup. Pembagian ini akan memudahkan pihak PT Cakrawala Automotif Rabhasa dalam mengendalikan biaya waktu dan biaya bahan serta suku cadang.

DAFTAR PUSTAKA

Budiyuwono, Nugroho. (2015). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*.

II. Yogyakarta: STIE YKPN.

Mulyadi, (2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi

Yogyakarta: Andi Offset

Pedoman Penulisan Skripsi.(2014). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Santoso, Singgih.(2014). *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 14*.

Jakarta: Gramedia.

Sugianto, (2016). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*.

Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Supriyono, R.A. (2016). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Sembiring, Noor. (2018). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: BPFE.

Lestari, Wiwik. (2017). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sanata Dharma.

Swastha, Basu. (2015). *Asas-asas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty. Swastha,Basu dan Irawan.(2015).*Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta