

TUGAS AKHIR

PENERAPAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* DALAM PENENTUAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART PADA PT INDOMOBIL TRADA NASIONAL

Diajukan Untuk memenuhi Persyarat Tugas Akhir
Program Studi D-IV Administrasi bisnis Otomotif
Politeknik STMI Jakarta



NAMA : MUHAMMAD FERIL LAZUARDI
NIM : 1715065

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
JAKARTA
2019

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

"PENERAPAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* DALAM PENENTUAN
HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART PADA PT INDOMOBIL TRADA
NASIONAL"

DISUSUN OLEH:

NAMA : MUHAMMAD FERIL LAZUARDI

NIM : 1715065

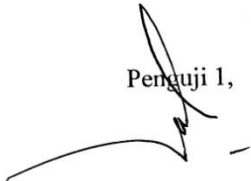
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diuji oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif
Politeknik STMI Jakarta pada Hari Selasa Tanggal 9 September 2019

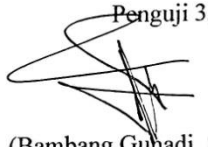
Jakarta, 9 September 2019

Menyetujui,

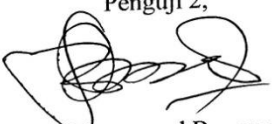
Penguji 1,


(Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, M.pd.)


Penguji 3,


(Bambang Guhadi, SH, M.Si.)

Penguji 2,


(Drs. Pasti Immanuel Bangun, MM.)

Penguji 4,


(Sony Taufan, MH.)

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA
2019

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“PENERAPAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* DALAM
PENENTUAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART PADA PT
INDOMOBIL TRADA NASIONAL”**

DISUSUN OLEH :

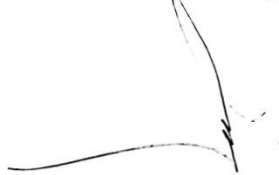
Nama : Muhammad Feril Lazuardi
NIM : 1715065
Program Studi : Administrasi Bisnis Otomotif

Telah Diperiksa, Disetujui Untuk Diajukan
dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Jakarta, 2019

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, M.Pd
NIP. 195703211984031005

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
TAHUN 2019

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya Mahasiswa Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Muhammad Feril Lazuardi

NIM : 1715065

Program Studi : Administrasi Bisnis Otomotif

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

**“PENERAPAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* DALAM
PENENTUAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART PADA PT
INDOMOBIL TRADA NASIONAL”**

- Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab, serta buku-buku, jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana sains terapan/sarjana di Politeknik STMI Jakarta 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 di atas, maka Tugas Akhir saya dapat dibatalkan.

Jakarta, 2 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Muhammad Feril Lazuardi

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PENERAPAN METODE *TIME AND MATERIAL PRICING* DALAM
PENENTUAN HARGA JUAL SERVICE DAN SPAREPART PADA PT
INDOMOBIL TRADA NASIONAL**

DISUSUN OLEH :

NAMA : MUHAMMAD FERIL LAZUARDI
NIM : 1715065
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Tugas Akhir ini Telah Diterima, Disetujui , Dan Disahkan Menjadi Syarat Menyelesaikan
Program Pendidikan Diploma IV Pada program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

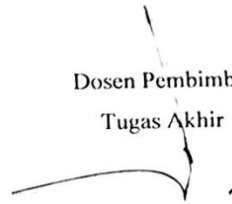
Disetujui Oleh :

Ketua Prodi
Administrasi Bisnis Otomotif



Yulius Jatmiko Nuryatno, SE., MM
NIP:198607262014021001

Dosen Pembimbing
Tugas Akhir



Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, M.Pd
NIP: 195703211984031005

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan bisnis otomotif, kemajuan di bidang otomotif sendiri semakin maju yang dimana banyak sekali pesaing pada bisnis otomotif ini, salah satu faktor dalam mengembangkan usaha adalah harga jual. Dalam hal ini penentuan harga jual menggunakan metode Time and Material diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menentukan harga jual yang cocok terhadap perusahaan, agar biaya-biaya tetap tertutupi, laba yang diharapkan tetap tercapai dan juga *target unit entry* yang masuk tercapai. Penentuan harga jual menggunakan metode *time and material pricing* adalah salah satu metode penentuan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memperbaiki atau reparasi seperti bengkel mobil, bengkel motor, Alat elektronik, dan lainnya. Metode penentuan harga jual waktu dan bahan merupakan 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, Besar harga *service* dan *sparepart* yang ditentukan oleh perusahaan, yaitu *service* berkala 40.000km dan. Untuk harga *service* berkala 40.000km sebesar 1.696.500,00 dengan perincian untuk jasa sebesar 952.000,00 dan *sparepart* sebesar 744.500,00. terdapat perbedaan harga *service* dan *sparepart* perusahaan dengan metode *time and material pricing*, untuk *service* berkala ditahun 2016-2019 lebih besar harga jual perusahaan dengan rincian sbb: ditahun 2016 selisih 529,209, tahun 2017 selisih 529,093 dan tahun 2018 selisih 528,997. Dapat ditarik kesimpulan bahwa harga *service* berkala 40.000km masih terlalu tinggi, menggunakan metode *time and material pricing* jauh lebih baik karena harga lebih murah dan biaya-biaya yang dikeluarkan tertutupi, dan juga target laba yang diharapkan dan unit entry dapat dicapai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya, Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Tugas Akhir berjudul :

“ANALISIS PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PT NANDYA KARYA PERKASA”

Ini merupakan salah satu persyaratan yang harus diselesaikan oleh Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) program D4 di Politeknik STMI Jakarta.

Penulis menyadari bahwa terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno,SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, bimbingan dan informasi dalam proses penulisan laporan ini.
- Ibu Angelia Merdiyanti,S.TP, MM, selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, informasi dan motivasi dalam proses penulisan laporan ini.
- Bapak Dr, Sadar Sukma Adnan SE., Mpd. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini.

- Seluruh Dosen Pengajar Politeknik STMI Jakarta, khususnya dosen – dosen jurusan Administrasi Bisnis Otomotif, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga menjadi amal kebaikan bagi kita semua.
- Kedua orang tua tercinta yakni Alm. Yuli Praptomo dan Lina Damayanti serta adik saya Zakia Rahma Azalia yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis.
- Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya dan memberikan informasi untuk membantu penyelesaian tugas akhir ini.
- Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) 2015 serta semua pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut memberikan saran, masukan, informasi, motivasi, serta dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari Tugas Akhir ini. Penulis berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi rekan – rekan mahasiswa dan pembaca.

Jakarta, 17 Juli 2019

Penulis

Muhammad Feril Lazuardi

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 Analisa Data.....	48
5.2.1 Tarif Service di PT Indomobil Trada Nasional	49
5.2.2 Tarif Service di PT Indomobil dengan Metode Time	50
BAB VI PENUTUP	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo Perusahaan	34
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Indomobil Trada Nasional.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Presentase Mobil Grand Livina.....	40
Tabel 4.2	Perincian Taris SBE 40.000Km	40
Tabel 4.3	Harga Pokok Pembelian Tarif Servis Sparepart.....	41
Tabel 4.4	Daftar Gaji.....	41
Tabel 4.5	Aktiva.....	43
Tabel 4.6	Penyusutan Bengkel	44
Tabel 4.7	Penyusutan Sparepart	45
Tabel 4.8	Beban Pokok Penjualan.....	45
Tabel 4.9	Biaya Tenaga Kerja Langsung	46
Tabel 4.10	Biaya Tidak Langsung	46
Tabel 4.11	Laporan Laba dan Rugi	47
Tabel 5.1	Presentase Mobil Nissan Grand Livina.....	51
Tabel 5.2	Perincian Harga Pokok Pembelian SBE 40.000Km	51
Tabel 5.3	Aktiva Tetap.....	52
Tabel 5.4	Target Keuntungan.....	53
Tabel 5.5	Presentase Mobil	54
Tabel 5.6	Target Keuntungan Bengkel Dan Sparepart	54
Tabel 5.7	Taksiran Laporan Laba Rugi.....	55
Tabel 5.8	Biaya Tenaga Kerja.....	57
Tabel 5.9	Markup Bagian Bengkel 2016	57
Tabel 5.10	Markup Bagian Sparepart 2016	58
Tabel 5.11	Markup Bagian Bengkel 2017	59
Tabel 5.12	Markup Bagian Sparepart 2017	60
Tabel 5.13	Markup Bagian Bengkel 2018	61
Tabel 5.14	Markup Bagian Sparepart 2018	61
Tabel 5.15	Daftar Harga Jasa Servis dan Sparepart yang di <i>Markup 2016</i> ...	62
Tabel 5.16	Daftar Harga Jasa Servis dan Sparepart yang di <i>Markup 2017</i> ...	62
Tabel 5.17	Daftar Harga Jasa Servis dan Sparepart yang di <i>Markup 2018</i> ...	63

Tabel 5.18	Perbandingan Harga Perusahaan dengan Metode Time 2016.....63
Tabel 5.19	Perbandingan Harga Perusahaan dengan Metode Time 2017.....63
Tabel 5.20	Perbandingan Harga Perusahaan dengan Metode Time 2018.....64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang usaha pada bidang otomotif cukup pesat yang dimana mengakibatkan banyaknya pesaing dalam usaha pada bidang otomotif, yang dimana harga jual menentukan perkembangan dari usaha otomotif tersebut. Yang dimana banyak faktor dari menentukan harga jual.

Untuk menentukan harga jual pada suatu produk, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut berasal dari internal maupun eksternal 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 agar tidak terjadi kerugian dan harus dapat menghasilkan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Faktor-faktor biaya merupakan faktor utama dalam penentuan harga jual dari produk, karena biaya menggambarkan batas minimum harga yang harus dicapai pada penjualan oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Dalam menghitung biaya harus menghitung biaya produksi dan maupun non produksinya. Meskipun dalam menghasilkan laba yang di peroleh perusahaan di dapat dari selisih antara saat menjual dan saat pelunasan, perhitungan biaya total harus diperhitungkan dalam proses pelayanan ataupun operasional yang dilakukan.

PT Indomobil Trada Nasional sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Otomotif dan membuka jasa *service* dan penyediaan suku cadang (*Spareparts*) mobil Nissan maka PT Indomobil Trada Nasional diharuskan untuk memaksimalkan laba perusahaan dalam bidang *service* dan penjualan *spareparts*, Dikarenakan *service* dan penjualan *spareparts* sangat membantu

dalam keuangan perusahaan, dengan memperhatikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan dalam 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. Sehingga perusahaan mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan.

Pada PT Indomobil Trada Nasional mengalami masalah penurunan masuknya unit entry pada Service berkala 40.000km yang dimana pada tahun 2016,2017,2018 semakin menurunnya *unit entry* yang masuk pada perusahaan, yang dimana target unit masuk pertahun adalah 3000unit, sedangkan pada 3 tahun sebelumnya tidak mencapai dari target yang di tentukan oleh perusahaan, yaitu pada tahun 2016 sebesar 2907unit, pada tahun 2017 sebesar 2756unit, dan pada tahun 2018 sebesar 2609unit. Dan laba yang di harapkan perusahaan adalah Rp.732.816.748 sedangkan hasil pendapatan yang di terima perusahaan pada tahun 2016 sebesar Rp.681.654.808, tahun 2017 sebesar Rp. 632.657.206, dan tahun 2018 sebesar 541.056.634. Hal ini bisa disebabkan oleh banyaknya pesaing-pesaing yang bukan dari bengkel resmi Nissan memasang tarif lebih murah,

Penurunan masuknya *Unit Entry* kedalam bengkel resmi sangat mempengaruhi perkembangan dari bisnis itu sendiri, karena pemasukkan dari dealer dan bengkel Nissan itu paling banyak dari jasa Servis dan *Sparepart* daripada penjualan mobil pada dealer, penjualan mobil pada dealer-dealer resmi di beberapa cabang selama beberapa tahun sangatlah kurang, maka karena hal itu sangatlah be engaruh jika pendapatan dari penjualan Servis dan *Sparepart* naik ataupun turun

Tarif dari bengkel-bengkel resmi masih dianggap tinggi oleh masyarakat yang mempunyai mobil, sehingga mereka be aling kepada

bengkel-bengkel mobil yang tidak resmi tapi lebih murah, pada dasarnya orang yang mempunyai mobil di Indonesia memperhatikan terlebih dahulu harga *after sales*-nya sebelum membeli tipe mobil dan merk mobil tersebut.

Dalam hal ini penentuan harga jual menggunakan metode *Time and Material* diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menentukan harga jual yang cocok terhadap perusahaan, agar biaya-biaya tetap tertutupi, laba yang diharapkan tetap tercapai dan juga target *unit entry* yang masuk tercapai. Sehingga banyaknya pelanggan yang masuk ke bengkel resmi daripada bengkel yang tidak resmi

Penentuan harga jual menggunakan metode *time and material pricing* adalah salah satu metode penentuan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memperbaiki atau reparasi seperti bengkel mobil, bengkel motor, Alat elektronik, dan lainnya. Metode penentuan harga jual waktu dan bahan merupakan 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,

Perusahaan sangat membutuhkan informasi yang dihasilkan dari metode ini sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk 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 membantu perusahaan untuk menghitung keuntungan. 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. Pelanggan yang merasa beban yang begitu berat enggan untuk melakukan servis pada bengkel resmi, bukan hanya itu, beban servis atau harga servis yang terlalu tinggi membuat pelanggan enggan menggunakan produk dari perusahaan tersebut dikarenakan biaya *after sales* yang masih tinggi, sedangkan banyaknya pesaing dengan kelas yang sama tetapi memiliki biaya *after sales* yang terjangkau

Oleh karena hal itu penyesuaian harga jual servis dan sparepart diharapkan dapat membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan dan juga lebih memilih bengkel resmi untuk servis berkwalanya, sehingga target-target dari perusahaan itu sendiri tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

beberapa pokok permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu sebagai berikut :

1. Berapakah harga jual service dan sparepart perusahaan menggunakan metode *Time and material pricing*?
2. Berapakah selisih harga jual service dan sparepart perusahaan dengan metode *Time and material pricing*?
3. Apakah penetapan harga jual *sparepart* dan *service* pada perusahaan sudah tepat atau lebih baik menggunakan metode *Time and material pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui harga jual service dan sparepart perusahaan menggunakan metode *Time and material pricing*.
2. Mengetahui seberapa besar selisih harga jual perusahaan dengan menggunakan metode *Time and material pricing*.
3. Mengetahui mana yang lebih baik/lebih tepat hasil perhitungan harga jual *service* dan *spareparts* dengan menggunakan metode *Time and material pricing* atau dengan perusahaan.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, maka saya sebagai penulis membatasi penelitian karena terbatasnya pengetahuan, waktu, dan kemampuan, maka 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 Indomobil Trada Nasional
2. Fokus penelitian penulis adalah Jasa *service* berkala 40.000km pada Mobil Nissan Grand Livina
3. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah metode *Time and material pricing*.
4. Data yang digunakan oleh penulis adalah Data tahun 2016-2018

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 penelitian yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

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 Biaya

Dikutip dari buku Akuntansi Biaya oleh Bastian Bustami dan Nurlela pengertian Biaya dalam akuntansi diartikan dalam dua pengertian yang berbeda, yaitu biaya dalam artian *cost* dan biaya dalam artian *expense*.

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya (*Cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

(*Expense*) adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di masa akan datang dikelompokkan sebagai harta. Biaya ini dimasukkan kedalam Laba-Rugi, sebagai pengurangan dari pendapatan.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokkan biaya secara sistematis atau keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting

(Bastian Bustami dan Nurlela, 2009: 14) adapun penggolongan tersebut:

A. Biaya Non Produksi

Biaya Non Produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan biaya komersial dan biaya operasi. Biaya komersial operasi ini juga digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan interval waktu. Contoh: Beban pemasaran, Beban Administrasi, dan Beban keuangan.

B. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk yang dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan. Contoh; Biaya bahan baku langsung, Tenaga kerja langsung, Biaya overhead pabrik.

C. Biaya Dalam Hubungan Dengan Periode Waktu

Dalam hubungannya dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi pengeluaran modal dan biaya pengeluaran pendapatan.

1. Biaya pengeluaran modal

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat untuk masa depan dan dalam jangka waktu yang Panjang dan dilaporkan sebagai aktiva

2. Biaya pengeluaran pendapatan

Adalah biaya yang memberikan manfaat untuk perhitungan sekarang dan dilaporkan sebagai beban.

D. Biaya Dalam Hubungannya dengan pengambilan keputusan

Biaya dalam rangka pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi biaya relevan dan biaya tidak relevan.

1. Biaya relevan adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda. Biaya relevan terdiri dari:
 - a. Biaya diferensial adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternative pilihan. Biaya diferensial disebut juga biaya marginal atau biaya incremental.
 - b. Biaya kesempatan adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif tertentu.
 - c. Biaya tersamar adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan
 - d. Biaya nyata adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif.
 - e. Biaya yang dapat dilacak adalah biaya yang dapat dilacak kepada produk selesai
2. Biaya tidak relevan adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi elemen:
 - a. Biaya masa lalu, atau biaya histori adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun
 - b. Biaya terbenam, adalah biaya yang tidak dapat kembali

E. Biaya Dalam Hubungan Dengan Volume Produksi

Biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dielompokkan menjadi elemen:

- a. Biaya Variabel, adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per-unit tetap.

- b. Biaya Tetap, adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per-unit berubah.
- c. Biaya Semi, adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan mengandung unsur variable

2.2 Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Menurut Lovelock and Wright (2002: 33), jasa dideskripsikan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output, dua kategori yang diproses oleh jasa adalah orang dan obyek.

Sedangkan jasa Menurut Kotler&Keller (2003: 372), jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud dimana tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan peindahan kepemilikan apapun.

2.2.2 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 ketidak-berwujudan 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 di atasi 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 ya 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 kritical. 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 ditempat 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 pemakai ATM mungkin berbeda dengan pemakai berikutnya karena umpamanya adanya problem pengertian dalam instruksi pada layar oleh pelanggan berikutnya.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Menurut Mulyadi (2001:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat

konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.3.2 Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan penentuan harga jual ada bermacam-macam. Tujuan penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut (Kotler, 1996:356):

1. Kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan menetapkan tujuan ini apabila menghadapi kelebihan kapasitas produksi, persaingan yang ketat atau perubahan selera konsumen. Dalam hal ini, bertahan hidup lebih utama daripada menghasilkan keuntungan. Demi kelangsungan hidup perusahaan, disusun strategi dengan menetapkan harga jual yang rendah dengan asumsi pasar akan peka terhadap harga.

2. Peningkatan arus keuntungan.

Perusahaan dapat memaksimalkan laba jangka pendek apabila perusahaan lebih mementingkan prestasi keuangan jangka pendeknya dibandingkan jangka panjang. Perusahaan mempunyai keuntungan untuk menetapkan harga yang dapat memaksimalkan laba jangka pendek dengan anggapan bahwa terdapat hubungan antara permintaan dan biaya dengan tingkatan harga yang akan menghasilkan laba maksimum yang ingin dicapai.

3. Kepemimpinan kualitas produk.

Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang tinggi supaya kualitas produksi tetap terjamin. Ada kemungkinan perusahaan mempunyai keinginan untuk memasarkan produk dengan kualitas tinggi atau ingin menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasarnya. Pada umumnya perusahaan semacam ini menetapkan harga yang tinggi dengan tujuan agar dapat menutup tingginya biaya dalam menghasilkan mutu produk yang tinggi.

4. Meningkatkan penjualan.

Peningkatan penjualan akan mempengaruhi penerimaan perusahaan, jumlah produksi dan laba perusahaan. Perusahaan selalu menginginkan jumlah penjualan yang tinggi untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui bauran pemasaran yang agresif. Pengembangan produk dengan memperbarui atau menawarkan produk-produk baru dapat meningkatkan penjualan. Pada satu sisi, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Sedangkan di sisi lain, manajemen dapat memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemotongan harga atau penetapan harga yang agresif dengan menanggung resiko.

5. Mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar.

Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Banyak perusahaan

menetapkan harga yang rendah untuk mempertahankan dan memperbesar pangsa pasar.

6. Menstabilkan harga.

Perusahaan berupaya menstabilkan harga dengan tujuan untuk menghindari adanya perang harga pada waktu permintaan meningkat atau menurun (tidak stabil).

Oleh karena itu perusahaan perlu menentukan tujuan utama agar fokus perusahaan menjadi lebih jelas.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001:320) :

a. Faktor Bukan Biaya

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

1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang

atau jasa akan naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.

2. Elastisitas Permintaan

Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk. Karakteristik elastisitas permintaan adalah (Supriyono, 2001:327) :

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

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

3. Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan. Beberapa tipe pasar yang penting adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001:315):

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

4. Penawaran dan Permintaan

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

5. Tindakan atau Reaksi Pesaing.

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

6. Pengaruh Pemerintah

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada (Supriyono,2001:315). Penentuan harga jual barang atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak sangat

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

7. Citra atau Kesan Masyarakat.

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

8. Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka memcerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba bergerak di bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, beban bunga yang ditanggung, dana untuk meningkatkan jasa pelayanan serta perluasan operasi.

9. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

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

Faktor-faktor tersebut di atas berinteraksi dan mempengaruhi harga jual tergantung pada pembuat keputusan harga jual. Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah (Supriyono, 2001:315):

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

b. Faktor Biaya

Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan.

2.3.4 Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2002:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu:

1. Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (profit maximization). Akan tetapi pada kenyatannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu Target Return Goal, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

2. Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (sales maximization), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu. Strategi ini memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan daripada laba jangka pendek.

3. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

4. Sasaran Prestise.

Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengkomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

2.3.5 Strategi Penentuan Harga Jual

Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan. (Supriyadi, 2001:330)

2.3.6 Penentuan Harga Jual Berdasarkan Biaya

Seringkali manajemen menentukan harga jual atas dasar biaya. Penentuan harga jual berdasarkan biaya ini sering disebut metode penentuan harga jual cost- plus (cos- plus pricing). Prinsip dasar dalam penentuan harga jual produk standar adalah bahwa harga jual harus cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba dalam jangka panjang sehingga dapat memberikan return yang wajar bagi para pemegang saham serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Semua biaya yang harus ditutup tersebut meliputi biaya produksi, pemasaran, administrasi dan umum, dan biaya keuangan baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel (Supriyono, 2001:332).

2.3.7 Penentuan Harga Jual Pokok Produksi

Penentuan Harga Jual Pokok Produksi dapat dilakukan dengan dua cara:

1. Actual costing, dalam penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara actual costing biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik semua dihitung berdasarkan biaya aktual yang terjadi.
2. Normal costing, dalam penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara normal costing biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan biaya aktual yang terjadi. Sedangkan biaya overhead pabrik dihitung berdasarkan tarif yang ditentukan di muka. Dalam penelitian ini akan digunakan penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara normal costing karena perhitungan biaya overhead pabrik lebih baik jika ditentukan dengan tarif di muka, alasannya adalah (Mulyadi, 1991: 210):
 - a. Pembebanan biaya overhead pabrik atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi seringkali mengakibatkan berubah-ubahnya harga pokok per satuan produk yang dihasilkan dari bulan yang satu ke bulan yang lain.
 - b. Dalam perusahaan yang menghitung harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan, manajemen memerlukan informasi harga pokok produksi per satuan pada saat pesanan selesai dikerjakan. Padahal elemen biaya overhead pabrik yang baru dapat diketahui jumlahnya pada akhir setiap bulan atau akhir tahun. Langkah-langkah penentuan tarif biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2007: 212)
 - a. Menyusun anggaran biaya overhead pabrik.
 - b. Memilih dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk.

c. Menghitung tarif biaya overhead pabrik.

2.3.8 Penentuan Harga Jual Full Costing

Dalam pendekatan harga pokok penuh dalam penentuan harga jual berdasarkan cost-plus, pengertian biaya dalam hal ini adalah biaya untuk memproduksi satu unit produk. Dalam pengertian biaya tersebut tidak termasuk biaya non produksi. Oleh karena itu, target harga jual dengan menggunakan pendekatan ini ditentukan sebesar biaya produksi ditambah dengan markup yang diinginkan sehingga pendekatan ini disebut pula dengan metode biaya penuh ditambah markup. Markup yang ditambahkan tersebut digunakan untuk menutup biaya nonproduksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Rumus perhitungan yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan metode harga pokok penuh ditambah markup adalah(Supriyono,2001:330):

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead variabel	xx
Biaya overhead tetap	_____xx
Jumlah	xx
Markup = ...% x xx =	_____xx
Harga jual per unit produk	xx

2.3.9 Penentuan Harga Jual Variable Costing

Pendekatan harga pokok produksi penuh sebagai dasar penentuan harga jual menekankan penggolongan biaya berdasar fungsi, sedangkan pendekatan biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual

menekankan penggolongan biaya berdasarkan perilakunya. Pendekatan biaya variabel disebut juga pendekatan laba kontribusi. Pada pendekatan biaya variabel, penentuan harga jual produk atau jasa ditentukan sebesar biaya variabel ditambah markup yang harus tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Metode ini disebut pula metode biaya variabel ditambah markup. Rumus perhitungan yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan metode harga pokok variabel ditambah markup adalah: (Supriyono,2001:332)

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead variabel	xx
Biaya nonproduksi variabel per unit	<u>xx</u>
Jumlah biaya variabel	xx
Markup = ...% x xx	= <u>xx</u>
Harga jual per unit produk	xx

a. Penentuan Markup

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual cost-plus adalah penentuan besarnya persentase markup yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variabel, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya nonproduksi sebagai elemen biaya dan harga pokok produksi variabel tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu, markup harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Pendekatan return on investment (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya persen markup yang ditambahkan pada biaya. Markup yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variabel. Rumus persentase markup adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001:337) :

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi penuh ditambah markup:

$$= \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang di tanamkan} + \text{Biaya Nonproduksi}}{\text{Volume Penjualan dalam Unit} \times \text{Biaya Produksi per Unit}}$$

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi variable ditambah markup:

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Volume Penjualan dalam unit} \times \text{Biaya variabel per Unit}}$$

b. Laba yang ditargetkan

Dalam penentuan harga jual, manajemen dapat menggunakan laba yang ditargetkan sebagai pedoman untuk penentuan harga jual. Laba yang ditargetkan dapat dalam bentuk jumlah rupiah laba, atau persentase tertentu dari penjualan, atau persentase tertentu atas aktiva yang ditanamkan. Pada pendekatan ini, harga jual ditentukan sebesar biaya total ditambah laba yang ditargetkan dan jumlah tersebut selanjutnya dibagi dengan unit produk atau jasa yang dianggarkan (Supriyono, 2001:341).

2.3.10 Harga Jual Berdasarkan Waktu dan Bahan

Penentuan harga jual berdasarkan waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan

selain dengan menggunakan beberapa pendekatan yang telah dibahas di muka. Metode ini biasanya digunakan oleh bengkel mobil, reparasi barang elektronik, percetakan, kantor akuntan, praktik dokter, dan perusahaan jasa lainnya. Metode penentuan harga jual berdasarkan waktu dan bahan menentukan tarif harga jual yang di dasarkan dua cara yaitu (Supriyono, 2001: 342):

1. Tarif harga jual berdasarkan waktu

Pada metode ini, yang dimaksud komponen waktu adalah tarif biaya tenaga kerja langsung per jam.

Perhitungan biaya tenaga kerja langsung

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

2. Tarif harga jual berdasarkan bahan yang digunakan

Pada metode ini, tarif atau harga jual jasa ditentukan sebesar bahan yang digunakan ditambah dengan beban yang dihitung dari bahan yang digunakan. Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang disajikan seperti berikut ini (Mulyadi, 2001: 357).

Biaya tidak langsung	xx
Laba yang diharapkan	<u>xx +</u>
Jumlah	xx

Taksiran nilai bahan dan suku cadang

yang akan dibeli dalam tahun anggaran	xx :
Persentase <i>mark up</i>	xx
Harga beli bahan dan suku cadang	xx
Persentase mark up x harga beli tersebut	xx +
Harga jual bahan dan suku cadang	xx

2.3.11 Penyesuaian Harga Jual terhadap Kondisi Pasar

Meskipun pendekatan cost-plus sebagai dasar penentuan harga jual banyak membantu manajemen di dalam penentuan target harga jual namun penerapan pendekatan ini hendaknya tidak terlalu kaku. Agar formula cost-plus dapat digunakan dengan baik, manajemen hendaknya bekerja berdasar tiga pemikiran pokok sebagai berikut (Supriyono, 2001:345) :

1. Jarang sekali harga jual suatu produk secara tepat dapat ditentukan berdasarkan target harga berdasar formula cost-plus. Biaya pasa dasarnya digunakan untuk menentukan batas bawah dalam penentuan harga jual.
2. Pembuat keputusan harga jual hendaknya menyadari bahwa laba tertentu yang diinginkan tidak selalu dapat dicapai. Penurunan markup kadang-kadang diperlukan agar dapat meningkatkan volume penjualan.

2.4 Anggaran

Anggaran (Budgeting) merupakan alat perencanaan, pedoman, pengendalian dan alat pengawasan di bidang keuangan yang digunakan oleh perusahaan yang berorientasi pada laba maupun non-laba. Bagi suatu perusahaan, penyusunan anggaran merupakan alat yang dipakai untuk membantu aktivitas kegiatannya agar lebih terarah. Dengan menggunakan anggaran maka perkembangan perusahaan akan dapat dipelajari dengan teliti dan berkesinambungan. Anggaran dapat berjalan dengan baik apabila dalam organisasi perusahaan tersebut ada dukungan aktif, baik dari pelaksanaan tingkat atas maupun tingkat bawah. Hal ini menyangkut kepada manusia, khususnya pada karyawan yang ada pada suatu organisasi dalam melaksanakan kegiatannya. Untuk memahami anggaran, maka pada bab ini akan dibahas mengenai teori yang berhubungan dengan anggaran.

Menurut Munandar (2010:1), “Anggaran yaitu suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit kesatuan moneter yang berlaku untuk jangka waktu periode tertentu yang akan datang”.

2.4.1 Fungsi dan Karakteristik Anggaran

Peranan anggaran sebagai alat manajemen telah berjalan sejak awal perusahaan melaksanakan aktivitasnya, yaitu saat aktivitas benar-benar direncanakan dan perencanaan sudah dinyatakan dalam bentuk uang dan unit yang dikeluarkan. Mengetahui betapa pentingnya anggaran maka perlu diketahui apa sebenarnya fungsi anggaran.

Menurut Munandar (2010:10), fungsi anggaran mempunyai tiga kegunaan pokok yaitu :

1. Sebagai pedoman kerja Anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja dan memberikan arah serta sekaligus memberikan target-target yang harus dicapai oleh kegiatan-kegiatan perusahaan diwaktu yang akan datang.

2. Sebagai alat pengkoordinasian kerja Anggaran berfungsi sebagai alat pengkoordinasian kerja agar semua bagian-bagian yang terdapat dalam perusahaan menunjang, saling bekerja sama dengan baik, untuk menuju kesasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian kelancaran jalannya perusahaan akan lebih terjamin.
3. Sebagai alat pengawasan kerja Anggaran berfungsi juga sebagai tolak ukur, sebagai alat pembanding untuk menilai realisasi kegiatan perusahaan nanti. Dengan membandingkan apa yang tertuang didalam anggaran dengan apa yang dicapai oleh realisasi kerja perusahaan, dapat dinilai apakah telah sukses bekerja atau kurang.

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:

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Studi Lapangan

Penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung kepada objek penelitian dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti

3.1.2 Studi Kasus

Pengamatan dilakukan secara langsung kepada objek penelitian dan mempelajari sebagai suatu kasus, sehingga kesimpulan dapat membantu kasus dari perusahaan tersebut

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Indomobil Trada Nasional yang beralamat di Jl. Danau Sunter Selatan Blok O III/53-54 Jakarta Utara

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Februari – Juli 2019

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 40.000km mobil Nissan di khusus kan kepada tipe Grand Livina 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

Berikut adalah data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian dalam menentukan harga jual waktu dan bahan ini:

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 interaksi tanya jawab secara langsung kepada bagian-bagian yang diminta oleh penulis untuk mendapatkan data yang diperlukan, yaitu gambaran perusahaan, laba yang diharapkan dan jenis servis yang dilayani.

3.5.2 Dokumentasi

Meneliti dan mencatat catatan-catatan yang ada di dalam perusahaan, yang berkaitan dengan data yang diteliti 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

Data hasil dari penelitian mengenai proses penentuan tarif servis mobil Nissan Grand Livina dan harga bahan dan suku cadang sebagai pelengkap servis menurut perusahaan dan penyajian data yang membentuk harga jual waktu dan bahan serta proses penentuan harga jual waktu dan bahan menurut teori.

3.6.2 Teknik Komparatif,

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 Nissan Grand Livina 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	=	Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun	x	Tarif kembalikan investas yang diharapkan (dlm%)
Per tahun		tahun anggaran		

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:

<p>Taksiran upah</p> <p>Jumlah BTKL = tenaga kerja langsung + Biaya kesejahteraan</p> <p>Selama tahun anggaran</p>
--

<p>BTKL per jam = $\frac{\text{Jumlah BTKL}}{\text{Jumlah Jam kerja TKL}}$</p>

Persentase *mark up*:

<p>Mark up per jam</p> <p>Tenaga kerja langsung =</p> <p>Atau % <i>mark up</i> BTKL</p>	<p>$\frac{\text{Biaya tidak langsung} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran jan tenaga kerja Langsung (JTKL) atau taksiran BTKL}}$</p>
---	---

Harga jual waktu :

$\text{Harga jual Waktu} = \text{BTKL} + \% \text{ mark up dari BTKL}$	<i>Mark up per JTKL atau</i>
--	------------------------------

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 bahan serta 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)	_____ xx +
Harga jual bahan dan suku cadang	Rp. xx +
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

4.1.1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Indomobil Trada Nasional
Nama Pemilik : Sudono Salim
Tahun Berdiri : 1997
Jenis Usaha : Dealer Mobil Nissan dan Datsun
Alamat Perusahaan : JL. DANAU SUNTER SELATAN BLOK O
III/53-54, Jakarta Utara
No. Telepon : (021) 6518138
Nomor NPWP : 18.174.920.0-070.00
Website : <http://indomobilnissan.com/>
Logo Perusahaan :



Gambar 4.1 Logo Perusahaan

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan retail otomotif yang handal dan kompeten dalam hal kualitas pelayanan dan kepedulian terhadap pelanggan di Indonesia

Misi

- Menjual produk Nissan di Indonesia melalui seluruh cabang dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.
- Meningkatkan kualitas SDM, Organisasi & Teknologi Informasi secara berkesinambungan.
- Menumbuhkembangkan semangat falsafah Profit & Harmoni

4.1.3. Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1969 Nissan Pertama kali masuk secara resmi ke Indonesia dengan nama Datsun melalui Agen Tunggal PT Indokarya yang didirikan oleh H. Abdul Wahab Affan bersama dengan saudara-saudaranya. Jenis kendaraan yang diproduksi pada tahun itu adalah *pick up*, *multi pu ose* (jip) dan sedan dengan produksi rata-rata 750 unit/bln yang dipasarkan di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Lampung, Bengkulu, Palembang, Padang, Balikpapan, Ujung Pandang, Medan dan Manado.

Ditahun 1978, terjadi konflik antara PT. INDOKAYA dengan NISSAN MOTOR CO, Jepang dan MARUBENI (merupakan trading house dari NISSAN MOTOR CO, Jepang) yang berakhir dengan penghentian pasokan barang dan kemudian MARUBENI menyerahkan permasalahan kepada menteri perindustrian namun tidak mendapatkan tanggapan positif dari pihak PT. INDOKAYA.

Pada tahun 1981, berdirilah PT. WAHANA WIRAWAN yang merupakan salah satu perusahaan dibawah PERBABRI yang diwakil oleh Mayjen Sukardi. Keagenan tunggal Datsun kemudian diserahkan kepada PT. WAHANA WIRAWAN.

Pada tahun 1984 dibentuk perusahaan baru bernama PT Nayaka Wirawan yang berfungsi sebagai Sole Distributor sedangkan PT Wahana Wirawan sendiri tetap sebagai pemegang Agen Tunggal Nissan di Indonesia. Akhir tahun 1986, PT Nayaka Wirawan dijual kepada Indomobil Group dan tahun 1989 PT Nayaka Wirawan dibubarkan dan selanjutnya didirikan PT Indocitra Buana pada 23 November 1989. pada tahun 1991, Indomobil memiliki sebagian saham PT. WAHANA WIRAWAN melalui PT. INDOCITRA BUANA.

Pada 26 Agustus 1997 dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis retailer di Nissan Group, didirikanlah PT Indomobil Trada Nasional atau disingkat dengan PT INTAN. Meskipun secara hukum perusahaan tersebut telah didirikan semenjak tahun 1997, namun karena kondisi krisis ekonomi yang melanda Indonesia secara umum, PT Indomobil Trada Nasional baru aktif beroperasi pada Januari 2000.

Pada 1 November 1999, PT Indobuana Autoraya resmi bergabung dengan Nissan Group. Pendirian PT Indobuana Autoraya melengkapi struktur perusahaan dalam group Nissan Ssangyong menjadi sebagai berikut :

- PT Wahana Wirawan sebagai Agen Tunggal dan Pemegang Merk Nissan
- PT Indocitra Buana sebagai Sole Distributor Merek Nissan
- PT Indomobil Trada Nasional sebagai Sales Operation (Retailer)
- PT Indobuana Autoraya sebagai Agen Tunggal dan Pemegang Merk SsangYong.

Namun kerjasama ini berakhir setelah pihak Nissan Jepang menjadi pemegang saham mayoritas dan pengelolaan bisnis SsangYong dijalankan oleh Indomobil Volvo pada Oktober 2001.

Pada tahun 2000, PT Indomobil Trada Nasional mengkhususkan diri pada jenis usaha perdagangan kendaraan bermotor baik New Cars maupun Used Cars, Accessories Shop, maupun bengkel perwakilan Nissan. Kantor cabang yang dimiliki PT Indomobil Trada Nasional yaitu Sunter, Halim (sebagai bengkel perwakilan), MT Haryono (khusus untuk Showroom), Pondok Indah, Pantai Indah Kapuk, dan Kebon Jeruk (Showroom mobil baru dan bekas, accessories shop).

Pada pertengahan tahun 2001 dengan telah bergabungnya Nissan dengan Renault secara Internasional, maka di Indonesia pun dijalinlah kerjasama antara Indomobil Group dalam hal ini diwakili oleh PT Auto Euro Indonesia dan Renault

Perancis untuk memasarkan kendaraan Renault di Indonesia dengan dukungan awal manajemen, jaringan pemasaran dan layanan purna jual Nissan. Saat ini struktur perusahaan Nissan adalah sebagai berikut :

- PT Nissan Motor Indonesia sebagai Agen Tunggal dan pemegang Merek Nissan
- PT Nissan Motor Distributor Indonesia sebagai Sole Distributor Merek Nissan
- PT Wahana Wirawan sebagai Sales Operation (Join penyalur)
- PT Indomebil Trada Nasional sebagai Sales Operation (Retailer)
- PT Auto Euro Indonesia sebagai Agen tunggal Pemegang Merek Renault

Sebagai salah satu anak cabang perusahaan, PT Indomobil Trada Nasional

4.1.4. Kegiatan Perusahaan

Ada 5 Aspek dalam kegiatan PT Indomobil Trada Nasional yaitu Aspek Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek After Sales Service, dan Aspek Administrasi dan Manajerial:

A. Aspek Pemasaran

Pada pemasaran produk dari PT Indomobil Trada Nasional, Menerapkan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Dari strategi yang telah digunakan, PT Indomobil Trada Nasional berhasil menentukan segmentasi pasar, target penjualan, yang maksimal sesuai dengan fungsi pemasaran.

B. Aspek Sumber Daya Manusia

Keberhasilan Suatu perusahaan sangat bergantung kepada para karyawannya yang dimana keterampilan para karyawan sangat dibutuhkan bagi perusahaan. Tanpa adanya karyawan maka aktivitas atau kegiatan dalam suatu perusahaan tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya, maka dari seorang manajer HRD harus mempunyai kebijakan – kebijakan di PT Indomobil Trada Nasional yaitu

- a. *Standard Operating Procedure (SOP)*
- b. *Sistem Recruitment*
- c. *Sistem Pelatihan dan Pengembangan Karyawan*
- d. *Kesejahteraan Karyawan*

C. Aspek Keuangan

Dalam bagian ini pengolahan data yang dilakukan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama cukup baik dan lengkap. Adapun proses pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Laporan Aktiva Tetap
2. Biaya Penyusutan
3. Harga Pokok Penjualan
4. Laporan Laba Rugi
5. Laporan Perubahan Modal
6. Arus Kas
7. Neraca

D. Aspek Service

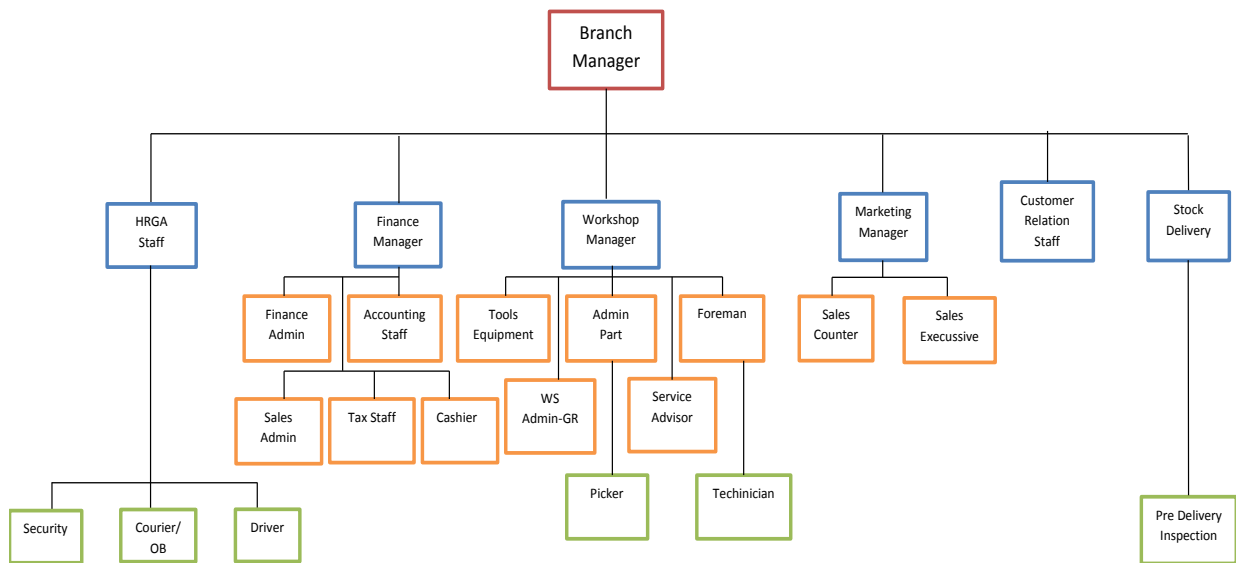
Secara Umum Servis di Dealer Nissan Datsun Sunter terbagi menjadi 8 Step yaitu Reservasi, Pendaftaran Servis, Proses Pengerjaan, Tindak Lanjut Proses Pengerjaan, Pra Penyerahan, Proses Penyerahan, Tindak Lanjut Pasca Servis, dan Tindak Lanjut Retensi

E. Aspek Administrasi dan Manajerial

Dalam Dealer Nissan Datsun Suner dalam proses Administrasi arsip atau Pemberkasan Dokumen Menggunakan Program Indomobil Nissan Datsun Dealer Management System yang Berbasis WEB. Yang dimana data-data arsip dikumpulkan dan mempermudah untuk mencari arsip tersebut kembali.

4.1.5. Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi pada PT Indomobil Trada Nasional sebagai berikut:



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Indomobil Trada Nasional
(Sumber: PT Indomobil Trada Nasional)

4.1.6. Bagian servis

PT Indomobil Trada Nasional adalah perusahaan otomotif yang telah mendapatkan pengakuan resmi dari pemerintah Indonesia sebagai agen resmi dalam menjual kendaraan bermotor merek Nissan. Selain itu PT Indomobil Trada Nasional juga memberikan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan merek Nissan. Bagian servis PT Indomobil Trada Nasional memiliki target keuntungan 25% pada tahun 2018.

Berikut adalah daftar dan jumlah Grand Livina dan seluruh mobil yang servis di PT Indomobil Trada Nasional selama 3 tahun terakhir :

Tabel 4.1 Presentase Mobil Grand Livina pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Grand Livina	2907	2756	2609
2	Total Mobil	7269	6891	6523
3	Presentase Mobil Grand Livina	40%	40%	40%

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa presentase servis mobil Grand Livina pada tahun 2016, 2017 dan 2018 adalah sebesar 40%.

Berikut tarif berkala 40.000km dari PT Indomobil Trada Nasional dan Harga Pokok Pembeliannya (Modal Beli):

Table 4.2 Perincian Tarif SBE 40.000km

Servis Berkala External	
Jasa Servis	952.000,00
Oli Filter	34.000,00
Air Filter	124.500,00
Oli Mesin	202.500,00
Brake Fluid	145.000,00
Jumlah	1.603.500,00

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Tabel 4.3 Harga Pokok Pembelian Tarif Servis Sparepart

Servis Berkala External	
Jasa Servis	761.600,00
Oli Filter	27.200,00
Air Filter	99.600,00
Oli Mesin	162.000,00
Brake Fluid	116.000,00
Jumlah	1.166.400,00

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

4.1.7. Bagian Personalia

Upah adalah hak pekerja/buruh menurut UU Nomor 13 Tahun 2003 BAB 1 Pasal 1 ayat 30: 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 Indomobil Trada Nasional :

Tabel 4.4 Daftar Gaji

No	Bagian	Jumlah Tk	Gaji	Total
1	Kepala Dealer	1	19.200.000	19.200.000
2	Customer Relation Coordinator	1	14.000.000	14.000.000
3	Kepala Bengkel	1	12.000.000	12.000.000
4	Kepala Administrasi	1	8.700.000	8.700.000
5	Sales Supervisor	2	9.000.000	18.000.000
6	Marketing Executive	18	5.900.000	106.200.000
7	Sas	11	2.500.000	27.500.000
8	Counter Sales	2	5.900.000	11.800.000
9	Pga	1	4.700.000	4.700.000
10	Adm Unit	2	4.650.000	9.300.000
11	Adm Servis	1	4.700.000	4.700.000
No	Bagian	Jumlah TK	Gaji	Total
12	Adm Warehouse	1	4.600.000	4.600.000
13	Kasir	2	4.700.000	9.400.000
14	Partman	2	5.000.000	10.000.000
15	Service Advisor	4	5.200.000	20.800.000
16	Technical Leader	1	5.500.000	5.500.000
17	Collector And Messenger	1	4.300.000	4.300.000
18	Security	5	3.900.000	19.500.000
19	Cleaning Service	5	3.700.000	18.500.000
20	THS Coordinator	1	5.000.000	5.000.000
21	Foreman	4	5.300.000	21.200.000
22	Valet	1	4.000.000	4.000.000
23	Pre Deliver Inspector	1	4.800.000	4.800.000
24	Maintenance Reminder	2	4.700.000	9.400.000

	Appointment			
25	Controller	1	5.000.000	5.000.000
26	Washer	3	4.000.000	12.000.000
27	Technician	21	4.200.000	88.200.000
28	Ths Technician	3	4.000.000	12.000.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

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 sama besar.

Tabel 4.5 Aktiva Bengkel

Keterangan	Bengkel		
	Unit	Harga Satuan Aktiva(Rp)	Jumlah(Rp)
Tanah			5.200.000.000
Bangunan			1.500.000.000
Mesin			
Mesin Photocopy			
Mesin Pengangkat Mobil	8	25.000.000	200.000.000
Mesin Cuci Mobil	2	10.000.000	20.000.000
Mesin Balancing	2	15.000.000	30.000.000
Genset	1	5.000.000	5.000.000

Peralatan			
Alat Dongkrak	4	5.000.000	20.000.000
Alat Compressor	5	1.500.000	7.500.000
Alat Buka Ban	4	15.000.000	60.000.000
Alat Bantu Pasang Ban	8	4.000.000	32.000.000
Alat Pompa Ban	6	200.000	1.200.000
Alat Press Selang Ac Mobil	2	1.800.000	3.600.000
Perkakas Bengkel	15	7.700.000	115.500.000
Tab	5	1.500.000	7.500.000
Gunting	8	20.000	160.000
Cutter	8	10.000	80.000
Kertas	5	20.000	100.000
Bulpoint	8	17.500	140.000
Inventaris			
Ac	6	3.750.000	22.500.000
Televisi	2	2.750.000	5.500.000
Lemari	6	4.200.000	25.200.000
Komputer	12	4.500.000	54.000.000
Meja	23	300.000	6.900.000
Kursi	32	100.000	3.200.000
Printer	6	1.200.000	7.200.000
Scanner	2	950.000	1.900.000
Telepon	2	250.000	500.000
Jumlah			7.329.680.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Tabel 4.6 Aktiva Sparepart

Keterangan	Aktiva Sparepart		
	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah(Rp)
Tanah			450.000.000
Bangunan			100.000.000
Mesin Photocopy	1	10.000.000	10.000.000
Gunting	2	20.000	40.000
Cutter	4	10.000	40.000
Kertas	4	45.000	180.000
Bulpoint	1	17.500	17.500
Inventaris			

AC	2	3.750.000	7.500.000
Televisi	1	2.750.000	2.750.000
Rak	10	6.500.000	65.000.000
Komputer	3	4.500.000	13.500.000
Meja	3	300.000	900.000
Kursi	4	100.000	400.000
Printer	2	1.200.000	2.400.000
Scanner	2	950.000	1.900.000
Telepon	2	250.000	500.000
JUMLAH			655.127.500

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Jadi jumlah aktiva tetap pada bengkel adalah 7.329.680.000 sedangkan pada bagian sparepart adalah sebesar 655.127.500.

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 4.7 Penyusutan Bengkel pada tahun 2016-2018

No	Akun	Keterangan	Penyusutan Bengkel		
			2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Bangunan	Harga Perolehan	1.500.000.000	1.425.000.000	1.350.000.000
		Depresiasi	75.000.000	75.000.000	75.000.000
		Nilai Buku	1.425.000.000	1.350.000.000	1.275.000.000
2	Mesin	Harga Perolehan	255.000.000	191.250.000	127.500.000
		Depresiasi	63.750.000	63.750.000	63.750.000

		Nilai Buku	191.250.000	127.500.000	63.750.000
3	Peralatan	Harga Perolehan	247.780.000	185.835.000	123.890.000
		Depresiasi	61.945.000	61.945.000	61.945.000
		Nilai Buku	185.835.000	123.890.000	61.945.000
4	Inventaris	Harga Perolehan	126.900.000	95.175.000	63.450.000
		Depresiasi	31.725.000	31.725.000	31.725.000
		Nilai Buku	95.175.000	63.450.000	31.725.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Berikut adalah data untuk penyusutan pada bagian sparepart dengan penyusutan 5% pada untuk bangunan dan juga 25% untuk non bangunan

Tabel 4.8 Penyusutan *Sparepart* pada tahun 2016-2018

No	Akun	Keterangan	Penyusutan Sparepart		
			2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Bangunan	Harga Perolehan	100.000.000	95.000.000	90.000.000
		Depresiasi	5.000.000	5.000.000	5.000.000
		Nilai Buku	95.000.000	90.000.000	85.000.000
2	Mesin	Harga Perolehan	10.000.000	7.500.000	5.000.000
		Depresiasi	2.500.000	2.500.000	2.500.000
		Nilai Buku	7.500.000	5.000.000	2.500.000
3	Peralatan	Harga Perolehan	330.000	247.500	165.000
		Depresiasi	82.500	82.500	82.500
		Nilai Buku	247.500	165.000	82.500
4	Inventaris	Harga Perolehan	94.850.000	71.137.500	47.425.000
		Depresiasi	23.712.500	23.712.500	23.712.500
		Nilai Buku	71.137.500	47.425.000	23.712.500

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

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 pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun
----	------------	-------

		2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Persediaan Awal	57.917.000	43.054.000	40.015.420
2	Pembelian	3.920.190.000	3.600.100.000	3.410.100.000
3	Barang Siap Dijual	3.978.107.000	3.643.154.000	3.450.115.420
4	Persediaan Akhir	69.187.500	61.520.500	59.375.000
5	Beban Pokok Penjualan	3.908.919.500	3.581.633.500	3.390.740.420

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

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(Rp)	Jumlah(Rp)	Bulan	Total(Rp)
1	Washer	3	4.000.000	12.000.000	12	144.000.000
2	Foreman	4	5.300.000	21.200.000	12	254.400.000
3	Partman	2	5.000.000	10.000.000	12	120.000.000
4	Service Advisor	4	5.200.000	20.800.000	12	249.600.000
5	Technician	21	4.200.000	88.200.000	12	1.058.400.000
6	Ths Technician	3	4.000.000	12.000.000	12	144.000.000
7	Controllor	1	5.000.000	5.000.000	12	60.000.000
Jumlah				148.400.000		2.030.400.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Jadi selama setahun biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar 2.030.400.000

4.2.5. Biaya Tidak Langsung

Adapun biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya selama 3 tahun terakhir pada tahun 2016 sebesar 4.250.935.000, pada tahun 2017 sebesar 4.253.825.000, dan pada tahun 2018 sebesar 4.256.327.000. berikut adalah perinciannya :

Tabel 4.10 Biaya Tidak Langsung pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Biaya Listrik	87.250.000	89.420.000	91.200.000
2	Biaya Internet	12.400.000	12.400.000	12.400.000
3	Biaya Tk Tidak Langsung	3.853.200.000	3.853.200.000	3.853.200.000
4	Biaya Air	20.120.000	20.350.000	20.550.000
5	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	5.000.000	5.000.000	5.000.000
6	Biaya Dep Bangunan Bengkel	75.000.000	75.000.000	75.000.000
7	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	2.500.000	2.500.000	2.500.000
8	Biaya Dep Mesin Bengkel	63.750.000	63.750.000	63.750.000
9	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	82.500	82.500	82.500
10	Biaya Dep Peralatan Bengkel	61.945.000	61.945.000	61.945.000
11	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	23.712.500	23.712.500	23.712.500
12	Biaya Dep Inventaris Bengkel	31.725.000	31.725.000	31.725.000
13	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	1.250.000	1.415.000	1.642.000
14	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	7.250.000	7.400.000	7.650.000
15	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	5.750.000	5.925.000	5.970.000
Jumlah		4.250.935.000	4.253.825.000	4.256.327.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

4.2.6. Laporan Laba/Rugi

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

Tabel 4.11 Laporan Laba Dan Rugi pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Jasa Servis	8.710.032.721	8.501.327.506	8.223.021.705
2	Spare Part	3.201.572.303	2.962.150.200	2.820.750.346
3	Total Pendapatan	11.911.605.024	11.463.477.706	11.043.772.051

4	Persediaan Awal	57.917.000	43.054.000	40.015.420
5	Pembelian	3.920.190.000	3.600.100.000	3.410.100.000
6	Barang Siap Dijual	3.978.107.000	3.643.154.000	3.450.115.420
7	Persediaan Akhir	69.187.500	61.520.500	59.375.000
8	Beban Pokok Penjualan	3.908.919.500	3.581.633.500	3.390.740.420
9	Laba Kotor Perusahaan	8.002.685.524	7.881.844.206	7.653.031.631
10	Biaya Listrik	87.250.000	89.420.000	91.200.000
11	Biaya Internet	12.400.000	12.400.000	12.400.000
12	Biaya Tk Tidak Langsung	3.853.200.000	3.853.200.000	3.853.200.000
13	Biaya Air	20.120.000	20.350.000	20.550.000
14	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	5.000.000	5.000.000	5.000.000
15	Biaya Dep Bangunan Bengkel	75.000.000	75.000.000	75.000.000
16	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	2.500.000	2.500.000	2.500.000
17	Biaya Dep Mesin Bengkel	63.750.000	63.750.000	63.750.000
18	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	82.500	82.500	82.500
19	Biaya Dep Peralatan Bengkel	61.945.000	61.945.000	61.945.000
20	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	23.712.500	23.712.500	23.712.500
21	Biaya Dep Inventaris Bengkel	31.725.000	31.725.000	31.725.000
22	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	1.250.000	1.415.000	1.642.000
23	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	7.250.000	7.400.000	7.650.000
24	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	5.750.000	5.925.000	5.970.000
25	Biaya Tk Langsung	2.030.400.000	2.030.400.000	2.030.400.000
26	Total Biaya	6.281.335.000	6.284.225.000	6.286.727.000
27	Laba Bersih Sebelum Pajak	1.721.350.524	1.597.619.206	1.366.304.631
28	Pajak	17.213.505	15.976.192	13.663.046
29	Laba Bersih Sesudah Pajak	1.704.137.019	1.581.643.014	1.352.641.585

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data tentang servis, harga beli, dan harga jual bahan, dan *spareparts*, serta taksiran biaya yang dikeluarkan dari persentase laba yang diharapkan. Data tarif 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 I. Data kemudian di analisis dengan menggunakan metode–metode berdasarkan teori yang telah di uraikan pada bab II dan III. 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 Indomobil Trada Nasional

Berikut ini adalah rincian harga untuk servis mobil Nissan Grand Livina di PT Indomobil Trada Nasional:

Tabel 5.1 Presentase Mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Grand Livina	2907	2756	2609
2	Total Mobil	7269	6891	6523

3	Presentase Mobil Grand Livina	40%	40%	40%
----------	--------------------------------------	------------	------------	------------

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

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 Harga Pokok Pembelian SBE 40.000km

Servis Berkala External	
Jasa Servis	761.600,00
Oli Filter	27.200,00
Air Filter	99.600,00
Oli Mesin	162.000,00
Brake Fluid	116.000,00
Jumlah	1.166.400,00

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2. Tarif Servis di PT Indomobil Trada Nasional Dengan Metode *Time and Material Pricing*.

Pembahasan masalah ini akan memakai data yang ada di PT Indomobil Trada Nasional. 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 Indomobil Trada Nasional memiliki target keuntungan sebesar 25% dari total aktiva yang ditanam. berikut adalah keuntungan yang diharapkan oleh PT Indomobil Trada Nasional.

Tabel 5.3 Aktiva Tetap Bengkel

Keterangan	Bengkel		
	Unit	Harga Satuan Aktiva(Rp)	Jumlah(Rp)
Tanah			5.200.000.000
Bangunan			1.500.000.000

Mesin Pengangkat Mobil	8	25.000.000	200.000.000
Mesin Cuci Mobil	2	10.000.000	20.000.000
Mesin Balancing	2	15.000.000	30.000.000
Genset	1	5.000.000	5.000.000
Alat Dongkrak	4	5.000.000	20.000.000
Alat Compressor	5	1.500.000	7.500.000
Alat Buka Ban	4	15.000.000	60.000.000
Alat Bantu Pasang Ban	8	4.000.000	32.000.000
Alat Pompa Ban	6	200.000	1.200.000
Alat Press Selang Ac Mobil	2	1.800.000	3.600.000
Perkakas Bengkel	15	7.700.000	115.500.000
Tab	5	1.500.000	7.500.000
Gunting	8	20.000	160.000
Cutter	8	10.000	80.000
Kertas	5	20.000	100.000
Bulpoint	8	17.500	140.000
Ac	6	3.750.000	22.500.000
Televisi	2	2.750.000	5.500.000
Lemari	6	4.200.000	25.200.000
Komputer	12	4.500.000	54.000.000
Meja	23	300.000	6.900.000
Kursi	32	100.000	3.200.000
Printer	6	1.200.000	7.200.000
Scanner	2	950.000	1.900.000
Telepon	2	250.000	500.000
Jumlah			7.329.680.000

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Tabel 5.4 Aktiva Tetap Sparepart

Keterangan	Aktiva Sparepart		
	Unit	Harga Satuan(Rp)	Jumlah(Rp)
Tanah			450.000.000
Bangunan			100.000.000
Mesin Photocopy	1	10.000.000	10.000.000
Gunting	2	20.000	40.000
Cutter	4	10.000	40.000

Kertas	4	45.000	180.000
Bulpoint	1	17.500	17.500
Inventaris			
AC	2	3.750.000	7.500.000
Televisi	1	2.750.000	2.750.000
Rak	10	6.500.000	65.000.000
Komputer	3	4.500.000	13.500.000
Meja	3	300.000	900.000
Kursi	4	100.000	400.000
Printer	2	1.200.000	2.400.000
Scanner	2	950.000	1.900.000
Telepon	2	250.000	500.000
JUMLAH			655.127.500

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Adapun keuntungan yang diharapkan sebesar 25% dari aktiva tetap. berikut adalah keuntungan yang diharapkan oleh bagian bengkel dan bagian *sparepart* :

Tabel 5.5 Target Keuntungan pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Laba Yang Diharapkan Bengkel	1.832.420.000	1.832.420.000	1.832.420.000
2	Laba Yang Diharapkan	163.795.000	163.795.000	163.795.000

Bg.Spare Part			
----------------------	--	--	--

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

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

$$\begin{aligned} \text{Laba yang di harapkan bengkel 2016} &= 7.329.680.000 \times 25\% \\ &= 1.832.420.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan Sparepart 2016} &= 1.678.440.000 \times 25\% \\ &= 163.795.000 \end{aligned}$$

Dan seterusnya.

Laporan diatas merupakan laporan pendapatan, pengeluaran dan target keuntungan PT Indomobil Trada Nasional secara keseluruhan, sedangkan penulis ingin berfokus pada mobil Nissan Grand Livina. Oleh karena itu,seluruh laporan pendapatan dan pengeluaran akan dikalikan dengan presentase diatas agar dapat diketahui laporan pendapatan dan pengeluaran khusus mobil Nissan Grand Livina saja. Berikut adalah presentase mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016, 2017, 2018.

Tabel 5.6 Presentase Mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Grand Livina	2907	2756	2609
2	Total Mobil	7269	6891	6523
3	Presentase Mobil Grand Livina	40%	40%	40%

Sumber: Pengolahan Data

Berikut ini Taksiran laba yang diharapkan bagian bengkel dan bagian *Sparepart* untuk servis mobil Nissan Grand Livina pada PT Indomobil Trada Nasional tahun 2016, 2017, 2018:

Tabel 5.6 Target Keuntungan Bengkel Dan Spare Part Untuk Mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016-2018

Keterangan	Tahun		
	2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)

Bengkel	732.816.748	732.861.634	732.911.817
Spare Part	65.504.480	65.508.492	65.512.978

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Target keuntungan *service/sparepart* = laba yang di harapkan perusahaan x persentase mobil Nissan Grand Livina /tahun

Target keuntungan service mobil NISSAN GRAND LIVINA 2016 =

$$1.832.420.000 \times 40\% = 732.816.748$$

Dan seterusnya.

Target keuntungan sparepart mobil NISSAN GRAND LIVINA 2016 =

$$163.795.000 \times 40\% = 65.504.480$$

Dan seterusnya.

Berikut ini adalah target *service unit entry* Nissan Grand Livina 2016,2017,2018.

Yang ditentukan oleh PT Indomobil Trada Nasional

Tabel 5.7 Target *Service Unit Entry* Nissan Grand Livina pada tahun 2016-2018

Keterangan	Tahun		
	2016	2017	2018
Service	3000Unit	3000Unit	3000Unit

Sumber: PT Indomobil Trada Nasional

Berikut ini taksiran laporan pendapatan dan pengeluaran PT Indomobil Trada Nasional untuk mobil NISSAN GRAND LIVINA pada tahun 2016, 2017 dan 2018 yang akan disajikan dalam tabel 5.8 berikut ini :

Tabel 5.8 Taksiran Laporan Laba Dan Rugi Mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016-2018

No	Keterangan	Tahun		
		2016(Rp)	2017(Rp)	2018(Rp)
1	Jasa Servis	3.484.013.088	3.400.531.002	3.289.208.682

2	Spare Part	1.280.628.921	1.184.860.080	1.128.300.138
3	Total Pendapatan	4.764.642.010	4.585.391.082	4.417.508.820
4	Persediaan Awal	23.166.800	17.221.600	16.006.168
5	Pembelian	1.568.076.000	1.440.040.000	1.364.040.000
6	Barang Siap Dijual	1.591.242.800	1.457.261.600	1.380.046.168
7	Persediaan Akhir	27.675.000	24.608.200	23.750.000
8	Beban Pokok Penjualan	1.563.5367.800	1.432.653.400	1.356.296.168
9	Laba Kotor Perusahaan	3.201.074.210	3.152.737.682	3.061.212.652
10	Biaya Listrik	34.900.000	35.768.000	36.480.000
11	Biaya Internet	4.960.000	4.960.000	4.960.000
12	Biaya Tk Tidak Langsung	1.541.280.000	1.541.280.000	1.541.280.000
13	Biaya Air	8.048.000	8.140.000	8.220.000
14	Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	2.000.000	2.000.000	2.000.000
15	Biaya Dep Bangunan Bengkel	30.000.000	30.000.000	30.000.000
16	Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	1.000.000	1.000.000	1.000.000
17	Biaya Dep Mesin Bengkel	25.500.000	25.500.000	25.500.000
18	Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	33.000	33.000	33.000
19	Biaya Dep Peralatan Bengkel	24.778.000	24.778.000	24.778.000
20	Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	9.485.000	9.485.000	9.485.000
21	Biaya Dep Inventaris Bengkel	12.690.000	12.690.000	12.690.000
22	Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	500.000	566.000	656.800
23	Biaya Pemeliharaan Mesin Bengkel	2.900.000	2.960.000	3.060.000
24	Biaya Pemeliharaan Peralatan Bengkel	2.300.000	2.370.000	2.388.000
25	Biaya Tk Langsung	812.160.000	812.160.000	812.160.000
26	Total Biaya	2.512.534.000	2.513.690.000	2.514.690.800
27	Laba Bersih Sebelum Pajak	688.540.210	639.047.682	546.521.852
28	Pajak	6.885.402	6.390.477	5.465.219
29	Laba Bersih Sesudah Pajak	681.654.808	632.657.206	541.056.634

Sumber: Pengolahan Data

Laba Bersih sesudah pajak yang diperoleh oleh perusahaan dengan servis berkala 40.000KM mobil Nissan Grand Livina pada tahun 2016 sebesar 681.654.808, pada tahun 2017 sebesar 632.657.206, dan pada tahun 2018 sebesar 541.056.634

Keterangan :

- Laporan laba/rugi mobil Nissan Grand Livina = Laporan laba/rugi perusahaan x persentase mobil Nissan Grand Livina

$$1. \text{Jasa Servis 2016} = 8.710.032.721 \times 40\% \\ = 3.484.013.088, \text{ Dan seterusnya.}$$

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
2.030.400.000	38	2400	32,148

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan:

- Biaya Tenaga Kerja per jam = BTKL setahun : (Jumlah Tenaga Kerjax Jam Kerja per Tahun)
 $= 2.030.400.000 : (38 \times 2400)$
 $= 32,148$

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	1.541.280.000	
Biaya Listrik	34.900.000	
Biaya Internet	4.960.000	

Biaya Air	8.048.000	
Biaya Dep Bangunan	30.000.000	
Biaya Dep Mesin	25.500.000	
Biaya Dep Peralatan	24.778.000	
Biaya Dep Inventaris	12.690.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin	2.900.000	
Biaya Pemeliharaan Peralatan	2.300.000	
Total Biaya		1.687.356.000
Laba Yang Diharapkan		732.816.748
Jumlah		2.420.172.748
Biaya Tk Langsung		2.030.400.000
Presentase <i>Mark up</i> BTKL		119,19%

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Presentase *Mark up* BTKL = ((total biaya + laba yang di harapkan) / BTKL) x 100%
- Presentase *Mark up* BTKL 2016 = ((1.687.356.000 + 732.816.748) / 2.030.400.000) x 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		
Biaya Tidak Langsung Spare Part	(Rp)	(Rp)

Gaji Partman	4.000.000	
Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	2.000.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	1.000.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	33.000	
Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	9.485.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	500.000	
Total Biaya		17.018.000
Laba Yang Diharapkan		65.504.480
Jumlah		82.522.480
Pembelian Sparepart		1.568.076.000
Mark Up		5,26%

Sumber: Pengolahan Data

Keterangan :

- Presentase *Mark up* spare part = ((total biaya + laba yang di harapkan) / pembelian spare part) x 100%
- Presentase *Mark up* spare part 2016 = ((17.018.000+ 65.504.480) / 1.568.076.000) x 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		
Keterangan	(Rp)	(Rp)
Biaya Tk Tidak Langsung	1.541.280.000	

Biaya Listrik	35.768.000	
Biaya Internet	4.960.000	
Biaya Air	8.140.000	
Biaya Dep Bangunan	30.000.000	
Biaya Dep Mesin	25.500.000	
Biaya Dep Peralatan	24.778.000	
Biaya Dep Inventaris	12.690.000	
Biaya Pemeliharaan mesin	2.960.000	
Biaya Pemeliharaan peralatan	2.370.000	
total biaya		1.688.446.000
laba yang diharapkan		732.861.634
Jumlah		2.421.307.634
Biaya Tk langsung Bengkel		2.030.400.000
mark up		119,25%

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
--

Keterangan	(Rp)	(Rp)
Gaji Partman	4.000.000	
Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	2.000.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	1.000.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	33.000	
Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	9.485.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	566.000	
Total Biaya		17.084.000
Laba Yang Diharapkan		65.508.492
Jumlah		82.592.492
Pembelian Spare Part		1.440.040.000
persentase <i>Mark up</i> Spare Part		5,73%

Sumber: Pengolahan Data

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

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*

Tabel 5.14 *Mark up* bagian bengkel 2018

Biaya Tidak Langsung Bengkel		
Keterangan	(Rp)	(Rp)
Biaya Tk Tidak Langsung	1.541.280.000	
Biaya Listrik	36.480.000	
Biaya Internet	4.960.000	
Biaya Air	8.220.000	
Biaya Dep Bangunan	30.000.000	
Biaya Dep Mesin	25.500.000	
Biaya Dep Peralatan	24.778.000	
Biaya Dep Inventaris	12.690.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin	3.060.000	
Biaya Pemeliharaan Peralatan	2.388.000	
Total Biaya		1.689.356.000
Laba Yang Diharapkan		732.911.817
Jumlah		2.422.267.817
Biaya Tk Langsung		2.030.400.000
Presentase <i>Mark up</i> BTKL		119,30%

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5.15 *Mark up* bagian sparepart 2018

Biaya Tidak Langsung Spare Part		
Keterangan	(Rp)	(Rp)
Gaji Partman	4.000.000	

Biaya Dep Bangunan Bg.Spare Part	2.000.000	
Biaya Dep Mesin Bg.Spare Part	1.000.000	
Biaya Dep Peralatan Bg.Spare Part	33.000	
Biaya Dep Inventaris Bg.Spare Part	9.485.000	
Biaya Pemeliharaan Mesin Bg.Spare Part	656.800	
Total Biaya		17.174.800
Laba Yang Diharapkan		65.512.978
Jumlah		82.687.778
Pembelian Spare Part		1.364.040.000
persentase <i>Mark up</i> Spare Part		6,06%

Sumber: Pengolahan Data

5.2.2.5. Perhitungan harga servis di PT Indomobil Trada Nasional 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 Indomobil Trada Nasional 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(Rp)	Mark Up	Biaya setelah Mark Up(Rp)	Total(Rp)
SBE	Jasa Sparepart	3 jam x 2 x 32148	192.888	119,19%	229.903	422.791
		Oli Filter	27.200,00	5,26%	5.239	28.631
		Air Filter	99.600,00	5,26%	11.572	104.839
		Oli Mesin	162.000,00	5,26%	8.416	170.521
		Brake Fluid	116.000,00	5,26%	6.102	122.102
		Jumlah				

Sumber: Pengolahan Data

Berikut adalah daftar harga jasa servis dan *sparepart*:

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

Jenis Servis	Keterangan	Rincian	Biaya(Rp)	Mark Up	Biaya setelah Mark Up(Rp)	Total(Rp)
--------------	------------	---------	-----------	---------	---------------------------	-----------

SBE	Jasa Sparepart	3 jam x 2 x 32.148	192.888	119,25%	230.019	422.907
		Oli Filter	27.200,00	5,73%	5.707	28.759
		Air Filter	99.600,00	5,73%	12.606	105.307
		Oli Mesin	162.000,00	5,73%	9.168	171.283
		Brake Fluid	116.000,00	5,73%	6.647	122.647
		Jumlah				850.902

Sumber: Pengolahan Data

Berikut adalah daftar harga jasa servis dan sparepart pada tahun 2018

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

Jenis Servis	Keterangan	Rincian	Biaya(Rp)	Mark Up	Biaya setelah Mark Up(Rp)	Total(Rp)
SBE	Jasa Sparepart	3 jam x 2 x 32148	192.888	119,30%	230.115	Rp423.003
		Oli Filter	27.200,00	6,06%	6.036	Rp28.848
		Air Filter	99.600,00	6,06%	13.332	Rp105.636
		Oli Mesin	162.000,00	6,06%	9.696	Rp171.817
		Brake Fluid	116.000,00	6,06%	7.030	Rp123.030
		Jumlah				

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 ketentuan 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(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	422.791	426.093	848.884

Sumber: Pengolahan Data

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

PERUSAHAAN 2017			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	422.907	417.995	850.902

Sumber: Pengolahan Data

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

PERUSAHAAN 2018			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	423.003	429.331	852.334

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 Indomobil Trada Nasional , maka dapat disimpulkan :

1. Besar harga *service* dan *sparepart* yang ditentukan oleh perusahaan, yaitu *service* berkala 40.000km dan. Untuk harga *service* berkala 40.000km sebesar 1.696.500,00 dengan perincian untuk jasa sebesar 952.000,00 dan *sparepart* sebesar 744.500,00.

Besar harga *service* dan *sparepart* dengan menggunakan metode *time and material pricing* yaitu *service* berkala 40.000km *repair*,sbb ;

PERUSAHAAN 2016			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	422.791	426.093	848.884

PERUSAHAAN 2017			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	422.907	417.995	850.902

PERUSAHAAN 2018			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Spare Part(Rp)	Total(Rp)
SBE	952.000	744.500	1.696.500
METODE TIME AND MATERIAL PRICING			
Jenis servis	Tarif Servis(Rp)	Tarif Sparepart(Rp)	Total(Rp)
SBE	423.003	429.331	852.334

2. terdapat perbedaan harga *service* dan *sparepart* perusahaan dengan metode *time and material pricing*, untuk *service* berkala ditahun 2016-2019 lebih besar harga jual perusahaan dengan rincian sbb: ditahun 2016 selisih 529,209, tahun 2017 selisih 529,093 dan tahun 2018 selisih 528,997.
3. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan harga jual jasa servis kepada konsumen masih terlalu tinggi , dengan demikian maka menggunakan metode *time and material pricing* jauh lebih baik dan tepat, karena penentuan harga jual jasa servis kepada konsumen akan jauh lebih murah dan terjangkau sehingga nantinya akan mendantangkan pelanggan karena kepuasan konsumen akan harga yang terjangkau untuk konsumen dan juga akan meningkatkan mobil yang akan di service dan meningkatkan volume penjualan sparepart

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan terhadap perhitungan tarif servis yang dilakukan oleh PT Indomobil Trada Nasional, maka penulis menyarankan kepada PT Indomobil Trada Nasional, yang berkaitan dengan tarif servis dan sparepart. Saran tersebut adalah perusahaan menggunakan perhitungan tarif servis dan sparepart dengan metode *Time and Materials pricing*. Hal ini dikarenakan :

- Tarif servis dengan metode *Time and Materials pricing*, menetapkan harga yang lebih sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, tidak terlalu tinggi dengan demikian maka konsumen dapat mendapatkan kepuasan yaitu dengan harga yang pantas dan tidak terlalu tinggi yang dimana laba yang diharapkan perusahaan dan biaya-biaya yang dikeluarkan tetap te enuhi. Yang dimana dengan menggunakan hasil dari metode ini *unit entry* yang masuk untuk melakukan *service* menjadi

bertambah. Dengan demikian maka perhitungan *Time and Materials* lebih baik daripada perhitungan perusahaan

- Metode *Time And Materials* menetapkan *mark up* berdasarkan pendekatan Return On Investment (ROI) yang dimana tingkat investasi yang ditanamkan oleh pihak perusahaan sebanding dengan tingkat pengembalian, dan PT Indomobil Trada Nasional mendapatkan hal itu dengan menggunakan Metode *Time And Materials* yang dimana juga metode ini sangat cocok digunakan oleh PT Indomobil Trada Nasional dalam menetapkan harga jual *Service* dan *spareparts*. Dikarenakan metode ini menghitung harga jual menggunakan harga perwaktu yang digunakan saat teknisi melakukan service dan ditambah markup untuk laba, dan harga jual material yaitu biaya suku cadang ditambah markup, dengan hal ini maka metode *Time and Materials* memudahkan PT Indomobil Trada Nasional dalam penghitungan Harga jual *Service* dan *Spareparts*.