

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Penentuan Harga Kamar

###### 2.1.1.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan/ manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang( Daljono, 2009 )

###### 2.1.1.2 Pemicu Biaya ( *Cost Driver* )

Horn gren et all ( 2005 ) mengemukakan bahwa pemicu biaya adalah suatu variabel seperti tingkat aktivitas atau volume, yang menjadi penyebab utama timbulnya biaya selama rentang waktu tertentu. Pemicu biaya dari suatu biaya variabel adalah tingkat aktivitas atau volume yang perubahannya menyebabkan perubahan biaya variabel secara proporsional. Pemicu biaya terdiri atas penelusuran akumulasi biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan obyek biaya dan pengalokasian akumulasi biaya yang mempunyai hubungan tidak langsung dengan obyek biaya.



### 2.1.1.3 Pengertian Harga

Harga adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan ( Basu Swastha dan Irawan, 2005 ). Menurut Buchari Alma, 2002 menyatakan bahwa harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang. Dan menurut Henry Simamora, 2002 menyatakan bahwa harga ialah nilai uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Dari beberapa para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga kamar adalah sesuatu yang dibebankan dalam hal ini adalah sejumlah uang untuk memperoleh sesuatu yaitu produk berupa kamar.

Penentuan harga jual suatu produk atau jasa merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Memilih harga yang paling sesuai untuk produk atau jasa yang dihasilkan merupakan keputusan dari manajer yang cukup sulit, karena penetapan harga ini berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha tersebut.



#### 2.1.1.4 Perbedaan Harga Kamar dan Jenis-Jenis Harga Kamar Khusus

Harga kamar atau tarif kamar adalah satuan harga sewa sebuah kamar untuk satu malam Sugiarto ( 2002: 3 ). Di sini dijelaskan pula bahwa harga kamar dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

- a. Harga Kamar per *Room Tariff*, harga yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.
- b. Harga Kamar per *Person Tariff*, harga kamar yang ditetapkan untuk tamu yang menginap tergantung jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.
- c. Harga kamar per *Publish Tariff*, harga kamar yang dijual sesuai dengan yang dipublikasikan kepada masyarakat umum.
- d. Harga kamar per *Confidential tariff*, harga kamar yang berlaku hanya diketahui oleh pihak-pihak tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat.

Selain tarif diatas dijelaskan pula beberapa macam jenis-jenis tarif kamar khusus, antara lain:

- a. *Seasonal Rates*, harga kamar “musiman” artinya tergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Harga pada saat tingkat hunian sedang tinggi ( *peak season* ) maka harga kamar dijual lebih mahal dibandingkan pada saat kat hunian kamar sedang rendah ( *low season* )
- b. *Week-End Rates*, harga kamar untuk akhir pekan ini biasanya berlaku pada bisnis hotel di kota-kota besar di mana sebagian besar penghuninya lebih sedikit dibandingkan dengan hari

kerja. Ada beberapa hotel yang memberlakukan *week-and rates* sejak hari Jumat malam hingga Minggu malam, ada pula yang hanya Sabtu dan Minggu malam saja.

- c. *Family Plan Rates*, harga kamar untuk satu keluarga, biasanya berbeda dengan harga kamar lain, dan tanpa memperhitungkan adanya biaya extra bed.
- d. *Group Rates*, harga kamar untuk rombongan yang memakai kamar lebih dari satu dan batang bersama-sama dalam satu kelompok. Contohnya rombongan dari suatu perusahaan biro perjalanan dan perusahaan penerbangan. Misalnya untuk jumlah sebanyak 15 orang dengan memakai kamar minimal 8 kamar, maka biasanya pemimpin group akan memperoleh satu kamar gratis.
- e. *Commercial Rate*, harga kamar yang diperuntukan bagi tamu langganan yang sudah biasa menginap di hotel tersebut yang biasanya untuk urusan bisnis.
- f. *Airlines Rates*, harga kamar yang diperuntukkan bagi perusahaan penerbangan yang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:
  - Harga kamar untuk crew yaitu harga khusus untuk pilot dan co-pilot, ahli mekanik pesawat dan pramugari atau pramugara.
  - Harga kamar untuk penumpang yaitu harga yang diberikan kepada penumpang pesawat melalui perusahaan penerbangan tertentu yang sudah membuat perjanjian dengan hotel, biasanya dapat memanfaatkan harga khusus berupa voucher yang sudah termasuk dalam tiket.
- g. *Travel Agencies Rates*, harga kamar berdasarkan perjanjian khusus antara pihak Travel Agent dengan pihak hotel. Dalam



hal ini Travel Agent memberikan bukti untuk *check-in* berupa voucher. Voucher ini dapat berlaku untuk kamar saja, kamar dan sarapan saja dan lain sebagainya.

- h. *Day Rates*, harga kamar yang diberlakukan untuk setengah harga dari *publish rate* karena pemakaian kamar hanya untuk satu hari saja ( kurang lebih 12 jam ). Biasanya tamu tidak menginap dan *check-out time* maksimal pukul 18.00
- i. *Over Flow Rates*, harga kamar yang sifatnya khusus terutama pada tamu yang dikirim oleh hotel lain karena hotel yang bersangkutan sedang mengalami *full house*
- j. *Flat Rates*, harga kamar yang diberlakukan untuk tamu rombongan tanpa memandang harga kamar *publish rate*.

Dari berbagai jenis kamar diatas tidak lain mempunyai tujuan untuk mendapatkan tingkat hunian kamar yang lebih tinggi. Pertimbangan yang dipergunakan manajemen memberikan harga khusus suatu kamar, yaitu untuk: tujuan promosi, mempertahankan tingkat hunian kamar serta memberikan harga khusus pada langganan baru.

#### 2.1.1.5 Tujuan penentuan Harga

Secara mendasar terdapat empat tujuan utama dari penetapan harga yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, antara lain:

- a. Mendapat Laba Maksimal, melalui penetapan harga atas setiap barang yang dihasilkan, diharapkan perusahaan akan mendapat laba yang maksimal. Malalui pendapatan laba

---

“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822



yang maksimal, maka harapan-harapan lain yang ingin dicapai dalam jangka pendek maupun panjang akan terpenuhi. Untuk mendapatkan laba maksimal ada sejumlah perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yaitu tingkat laba yang sesuai atau pantas sebagai sasaran laba.

- b. Mendapatkan Pengembalian Investasi yang Ditargetkan, dalam hal ini perusahaan sedapat mungkin melalui penetapan harga dari setiap barang dan jasa yang dihasilkan mampu mendapatkan pengembalian atas seluruh nilai investasi yang dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilakukan.
- c. Mencegah atau Mengurangi Persaingan, dalam tujuan ini perusahaan mengharapkan bahwa dengan harga yang ditetapkan pada setiap produk yang dihasilkan akan mencegah atau mengurangi tingkat persaingan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus menetapkan harga yang rendah untuk setiap produk yang dihasilkan agar tidak memiliki daya tarik dari pesaing untuk memasuki industri yang sama.
- d. Mempertahankan atau Memperbaiki Market Share, pemilihan tujuan penetapan harga ini memiliki harapan bahwa tingkat penjualan atas produk-produk yang dihasilkan akan meningkat bila dibandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dan secara tidak langsung akan memperbaiki market share yang dimiliki perusahaan dalam jajaran industri yang sama.



Dari beberapa tujuan yang diuraikan diatas hanya merupakan berbagai alternatif yang akan dipilih oleh perusahaan untuk menentukan dan menetapkan secara jelas tujuan penetapan mana yang akan dipakai oleh perusahaan khususnya hotel berdasarkan kondisi-kondisi internal yang dimiliki hotel tersebut yang bersangkutan dan tidak karena dipicu oleh perusahaan lain yang kondisinya mungkin berbeda.

#### 2.1.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Kamar

Menurut Sugiarto ( 2002: 6 ) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga kamar ada dua, yaitu:

- a. Faktor-faktor Internal, faktor-faktor ini merupakan faktor-faktor yang disebabkan dari dalam hotel, antara lain: sasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, dan biaya.
- b. Faktor-faktor Eksternal, faktor-faktor ini disebabkan dari luar hotel, antara lain: pasar dan permintaan, kompetitor, serta lingkungan.

Sedangkan menurut Yoeti ( 2001: 96 ), menyatakan bahwa faktor-faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan penetapan harga kamar adalah tingkat inflasi, kelangkaan dana, tingginya tingkat bunga, dan tajamnya tingkat persaingan.

Selain itu, Barrows dan Powers ( 2009: 395-396 ) menuliskan bahwa seperti hasil penelitian, selama *slow period*, apakah merupakan sebuah kemunduran atau hanya mengalami masa *off-season*, maka akan ada sebuah kecenderungan pada hotel



untuk memberikan potongan harga saat permintaan berkurang dan di sisi lain pada saat permintaan menjadi tinggi yaitu saat *peak season* maka harga cenderung tetap tinggi.

Maka dari uraian diatas dapat dikristalisasikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga baik secara internal maupun eksternal adalah sasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, tingkat inflasi, pasar, permintaan, competitor, dan lingkungan sekitar serta musim.

Jadi dilihat dari uraian diatas mengenai penetapan harga, banyak hal yang menjadi pertimbangan-pertimbangan dalam menentukannya dan ini kembali lagi pada kebijakan manajemen suatu hotel tersebut dalam menentukan harga yang diharapkan dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Dan dapat di lihat bahwa hampir semua hotel masih menggunakan metode konvensional/ tradisional dalam menentukan tarif harga kamarnya, belum menggunakan metode khusus yang akan mempermudah perusahaan untuk menentukan tarif harga kamar yang tepat dengan menggunakan metode yang tepat pula.

### **2.1.2 Low Season**

Merupakan musim liburan yang sepi pengunjung, dimana biasanya tidak terlalu banyak wisatawan yang datang untuk liburan. Sehingga hotel maupun sektor pariwisata lainnya menawarkan dengan harga terendah.

---

“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822





Ciri-ciri *low Season* pada setiap hotel memiliki perbedaan dan biasanya dapat di lihat dari wilayah keberadaan hotel tersebut.

Hal ini yang membuat pihak management hotel harus mampu membuat keputusan yang tepat dan akurat. Sehingga dalam masa *low season* ini hotel dapat penentuan harga yang terendah tetapi tetap mendapatkan keuntungan atau tidak membuat hotel mengalami kerugian.

### **2.1.3 Metode Activity Based Costing System**

#### **2.1.3.1 Aktivitas**

Menurut Hansen dan Mowen ( 2009 ) mengatakan bahwa aktivitas merupakan suatu tindakan, peristiwa, tugas atau pekerjaan yang dilakukan dengan tujuan tertentu yang menjadi pemicu biaya ( *cost driver* ) dan menjadi objek biaya ( *cost object* ) untuk pengukuran dan pembebanan biaya dalam suatu perusahaan. Pemicu Aktivitas adalah dasar yang digunakan untuk mengalokasikan biaya dari suatu aktivitas ke obyek biaya, seperti produk atau pelanggan. *ActivityBased Costing System* mengakui aktivitas, biaya aktivitas, dan pemicu aktivitas dalam satu lingkungan produksi ( Carter, 2009 ). Sedangkan menurut Nafarin ( 2013 ), pemicu aktivitas adalah sesuatu yang menjadi penyebab timbulnya konsumsi aktivitas oleh obyek biaya. Jenis Aktivitas Menurut Hansen dan Mowen ( 2009 ), untuk tujuan perhitungan biaya, aktivitas dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu :

- a. Tingkat unit, biaya yang pasti akan meningkat ketika satu unit di produksi. Biaya ini satu- satunya biaya yang selalu dapat dengan



akurat dibebankan secara proposional terhadap volume. Contoh, biaya tingkat unit mencakup biaya listrik, jika mesin- mesin bertenaga listrik digunakan untuk memproduksi setiap unit. Pemicu tingkat unit adalah ukuran aktivitas yang bervariasi dengan jumlah unit yang diproduksi dan dijual. Semua pemicu harus bersifat proposional terhadap volume output.

- b. Tingkat *batch*, biaya yang disebabkan oleh jumlah *batch* yang diproduksi dan dijual. Contoh, biaya persiapan dan sebagian besar dari biaya penanganan bahan baku. Pemicu tingkat *batch* adalah ukuran aktivitas yang bervariasi dengan jumlah *batch* yang diproduksi dan dijual.
- c. Tingkat produk, biaya yang terjadi untuk mendukung sejumlah produk yang berbedayang dihasilkan. Contoh, biaya desain produk, biaya pengembangan produk, biaya pembuatan prototipe, dan sebagainya. Pemicu tingkat produk adalah ukuran aktivitas yang bervariasi dengan jenis produk yang diproduksi dan dijual.
- d. Tingkat Pabrik, biaya untuk memelihara kapasitas di lokasi produksi. Contoh, biaya tingkat pabrik mencakup sewa, penyusutan, pajak properti, dan asuransi untuk bangunan pabrik. Pemicu tingkat pabrik adalah untuk membebankan biaya tingkat pabrik, tetapi hal ini memperluas gagasan mengenai pemicu karena jarang sekali luas lantai yang digunakan untuk produksi atau unit dapat diidentifikasi. Kecuali jika ditemukan di beberapa pabrik yang dibagi ke dalam sel kerja atau subpabrik.

### 2.1.3.2 Pemicu Aktivitas

Pemicu aktivitas merupakan dasar yang digunakan untuk mengalokasikan biaya dari suatu aktivitas ke obyek biaya, seperti

---

“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822

produk atau pelanggan. *Activity Based Costing System* mengakui aktivitas, biaya aktivitas, dan pemicu aktivitas dalam satu lingkungan produksi ( Carter, 2009 ). Sedangkan menurut Nafarin ( 2013 ), pemicu aktivitas adalah sesuatu yang menjadi penyebab timbulnya konsumsi aktivitas oleh obyek biaya.

### 2.1.3.3 Jenis Aktivitas

Menurut Hansen dan Mowen ( 2009 ), untuk tujuan perhitungan biaya, aktivitas dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu :

- a. Aktivitas Tingkat Unit, adalah aktivitas yang dikerjakan setiap kali sebuah unit diproduksi, seperti perakitan peralatan dan permesinan.
- b. Aktivitas Tingkat *Batch*, adalah aktivitas yang dikerjakan setiap satu *batch* produk diproduksi, seperti pengiriman konsumen dan penjadwalan produksi. Gugus ( *batch* ) adalah sekelompok produk yang diproduksi dalam satu kali proses.
- c. Aktivitas Tingkat Produk, adalah aktivitas yang dikerjakan bila diperlukan untuk mendukung dan mengembangkan berbagai produk yang diproduksi, seperti merancang dan memasarkan produk.
- d. Aktivitas Tingkat Fasilitas, adalah aktivitas yang mendukung proses produksi suatu perusahaan. Sebagai contoh, kebersihan kantor, tata letak, dan sebagainya.



a. *Pengertian Activity Based Costing System*

Ada beberapa pendapat dan pengertian dari para ahli dalam *Activity Based Costing system*, diantaranya: Menurut Mulyadi, 2003 mendefinisikan *Activity-Based Cost System* sebagai pengendali biaya melalui penyediaan informasi mengenai aktivitas yang dilakukan perusahaan yang menjadi penyebab timbulnya biaya. Menurut Hansen dan Mowen, 2009 mendefinisikan sebagai suatu sistem perhitungan biaya yang awalnya menelusuri biaya ke aktivitas kemudian biaya ke produk. Dan menurut Carter, 2009 mendefinisikan sebagai suatu sistem perhitungan biaya yang menerapkan penelusuran biaya-biaya aktivitas yang diperlukan untuk memproduksi keluaran ( *output* ) secara lebih menyeluruh. Dari pengertian- pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *Activity-Based Costing System* merupakan suatu sistem informasi biaya yang memfokuskan aktivitas sebagai obyek biaya untuk menghasilkan produk atau jasa sehingga mendapatkan perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat.

b. *Keuntungan Penggunaan Activity Based Costing System*

Daljono ( 2009 ) mengungkapkan bahwa penerapan metode *Activity Based Costing System* memberikan beberapa keuntungan yaitu sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan.
- b. Perbaikan secara terus menerus untuk mengurangi biaya *overhead*.
- c. Memberikan kemudahan untuk menentukan biaya relevan.

### c. Kelemahan Activity Based Costing System

Disamping memiliki keuntungan, *Activity Based Costing System* juga memiliki kelemahan atau kekurangan antara lain ( Garrison, 2013 ) :

- a. *Activity Based Costing System* akan lebih mahal untuk diimplementasikan dan dikembangkan karena data yang berhubungan dengan berbagai aktivitas harus dikumpulkan, diperiksa, dan dimasukkan ke dalam sistem secara berkala, sehingga dibutuhkan waktu yang relatif lama untuk mengimplementasikannya secara total.
- b. *Activity Based Costing System* mengubah aturan main dalam perusahaan.
- c. Data *Activity Based Costing System* dapat dengan mudah disalahartikan dan harus digunakan dengan hati-hati ketika mengambil keputusan.

Dengan ini pihak management hotel dapat menggunakan metode *Activity Based Costing System* dalam menentukan harga 4 tarif kamar hotel, karena informasi penggunaan aktivitas secara detail dapat memberi manfaat dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan yang lebih akurat.

#### 2.1.4 Metode Cost Plus Pricing

Dalam metode ini, perusahaan menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan ( *margin* ) pada unit tersebut.

Metode *Cost Plus Pricing* adalah Metode berupa pendekatan perusahaan, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana dengan harga jual ini dapat menutup seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. Dalam mengambil keputusan yang menyangkut biaya dan jumlah unit yang terjual, perusahaan juga memerlukan beberapa analisis antara lain berapa besarnya biaya yang diperlukan untuk memproduksi perjenis dan persatuan produk, sehingga dapat diketahui besarnya kontribusi margin produk per jenis dan per satuan pula.

Dalam pengertian yang lebih ringkas bisa dikatakan bahwa *cost plus pricing* adalah metode penetapan harga jual produk dengan cara menambahkan biaya total produksi dengan nilai marginnya.

### **2.1.5 Pendekatan Full Costing**

*Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap ditambah dengan biaya non produksi ( biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum ). Dengan menggunakan Metode *Full Costing*;

- a. Biaya *Overhead* pabrik baik yang variabel maupun tetap, *dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead yang sesungguhnya.*
- b. Selisih BOP akan timbul apabila BOP yang dibebankan berbeda dengan BOP yang sesungguhnya terjadi.

---

“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822



- c. Pembebanan BOP lebih ( *overapplied factory overhead* ), terjadi jika jumlah BOP yang dibebankan *lebih besar* dari BOP yang sesungguhnya terjadi.
- d. Pembebanan BOP kurang ( *underapplied factory overhead* ), terjadi jika jumlah BOP yang dibebankan *lebih kecil* dari BOP yang sesungguhnya terjadi.
- e. Jika semua produk yang diolah dalam periode tersebut belum laku dijual, maka pembebanan biaya *overhead* pabrik lebih atau kurang tersebut digunakan untuk mengurangi atau menambah harga pokok yang masih dalam persediaan ( baik produk dalam proses maupun produk jadi )
- f. Metode ini akan menunda pembebanan biaya overhead pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan dijual.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai penentuan tarif kamar hotel disajikan pada tabel berikut;

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Variabel	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Indri Kristiani , Set Asmapane , Fibriani Nur Khairin ( 2015 )	X1: Biaya pada aktivitas-aktivitas (Biaya langsung dan tidak langsung).  X2: Biaya aktivitas pada masing-masing produk yang menggunakan <i>cost driver</i>	Penentuan Tarif Jasa Kamar Hotel Dengan Metode <i>Activity Based Costing System</i> Pada Hotel Grand Victoria di Samarinda	Penggunaan metode <i>Activity Based Costing System</i> dalam perhitungan harga pokok kamar akan menghasilkan harga pokok kamar yang akurat

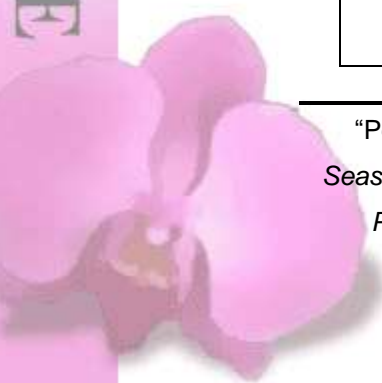
“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822

2.	Nurlyan	<p>X1: Biaya produksi kamar</p> <p>X2: Fasilitas tambahan</p> <p>X3: Kebijakan dari manajemen perusahaan.</p> <p>X4: Pesaing</p>	<p>Analisis Penentuan Harga Jual Jasa Kamar Pada Hotel Plaza Kubra Kendari</p>	<p>Ternyata hotel belum bisa mencapai keuntungan dengan tarif kamar yang sekarang digunakan . Jika, menggunakan metode full costing hasil tarif yang dianalisis melebihi dengan tarif hotel yang sesungguhnya, ini dikarenakan hotel mempunyai biaya operasional yang tinggi sedangkan tingkat hunian hotel pada tahun 2014 tidak terlalu besar sehingga pendapatan hotel tidak besar, sehingga tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.</p>
3.	Rezandra Fitrah, Dwi Retnani ( 2014 )	<p>X1: Metode <i>Cost Plus Pricing</i></p> <p>X2: <i>Variabel Costing</i></p>	<p>Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Variabel Costing</i></p>	<p>Penentuan harga jual kamar menggunakan metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan pendekatan <i>Variabel Costing</i> dapat memudahkan pengambilan keputusan oleh manajemen dalam menentukan harga jual</p>
4.	Septya Dewi Cindrawati, M. Dzulkirom, Zahroh Z.A ( 2014 )	<p>X1: Biaya sumber daya dan aktivitas</p> <p>X2: Tarif per unit <i>cost driver</i></p>	<p>Penerapan <i>Activity Based Costing System</i> sebagai Dasar Menentukan Harga Pokok Kamar hotel ( studi kasus pada</p>	<p>Sebelum menerapkan <i>Activity Based Costing System</i>, pihak manajemen harus mengetahui bahwa : a. Untuk</p>

“Perbandingan Penentuan Tarif Kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu Saat *Low Season* dengan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*” Author: Fania Elisabeth Saragih NPK:

A.2014.1.32822



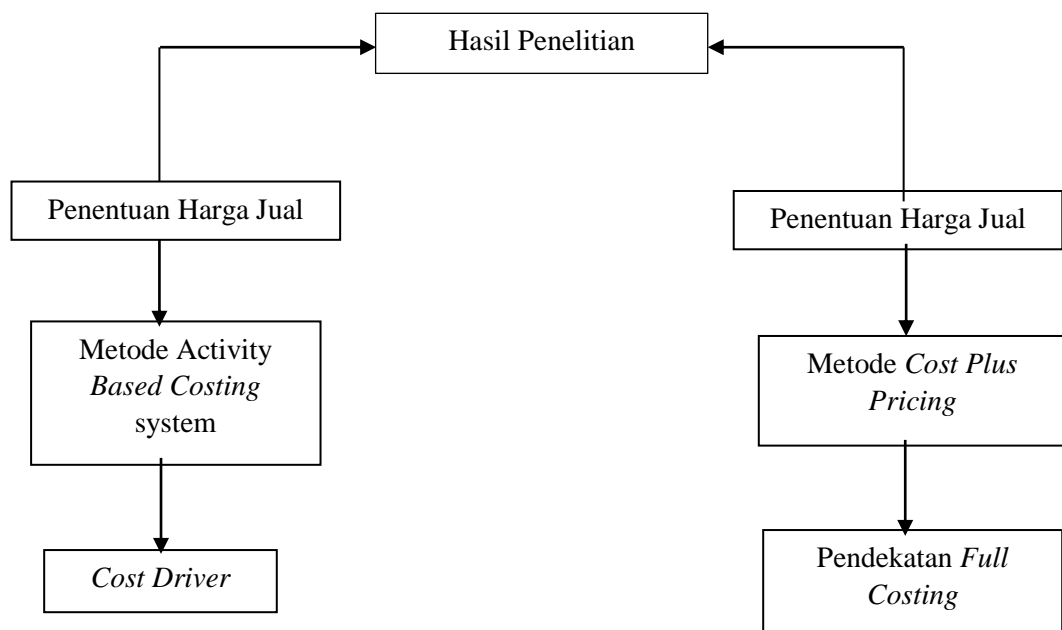


			<p>hotel Pelangi Malang Periode 2012 ).</p>	<p>menerapkan <i>Activity Based Costing System</i> ini diperlukan persiapan yang benar, karena untk menelusuri biaya-biaya kemasings-masing aktivitas memerlukan waktu, biaya dan tenaga kerja yang tidak sedikit.</p> <p>b. <i>Activity Based Costing System</i> merupakan alat bantu yang dapat memberikan informasi keada manajemen akan kondisi yang ada sebagai dasar pengambilan keputusan.</p>
--	--	--	---	---



### 2.3 Kerangka Pikir

Setelah melihat kajian dan tinjauan pustaka terhadap teori- teori yang relevan dan dapat mendukung tujuan penelitian maka model teori dari penelitian ini adalah tampak seperti berikut:



**Gambar 2.1 kerangka Pikir**