

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Salim (2013:43), biaya adalah faktor yang memastikan dalam transportasi untuk menetapkan tarif, alat kontrol agar dalam pengoperasian mencapai tingkat efektif dan efisien.

- a. Biaya adalah sebagai dasar penentuan tarif jasa angkutan/transportasi. Tingkat tarif transportasi didasarkan pada biaya pelayanan yang terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung. Oleh karena itu, biaya pelayanan (*cost of service*) sebagai basis/dasar dan fundamental untuk struktur pentarifan
- b. Biaya Model dan Biaya Operasional
 - 1) Biaya modal (*capital cost*) adalah biaya yang digunakan untuk investasi inisial (*initial investmen*) serta peralatan lainnya termasuk didalamnya bunga uang (*interest rate*)
 - 2) Biaya operasional (*operational cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengelolaan transportasi
 - a) Biaya pemeliharaan jalan raya, bantalan kereta api, alur pelayaran, pelabuhan, dermaga, penahan gelombang, menara, rambu dan jalan, udara dan laut
 - b) Biaya pemeliharaan kendaraan: bus, truk, lokomotif, gerbong, pesawat udara, kapal-kapal penyeberangan, dan kapal-kapal barang/penumpang

- c) Biaya transportasi, yaitu biaya bahan bakar, oli, tenaga penggerak, upah/gaji, kerja crew/awak kapal dan pesawat serta biaya terminal
- d) Biaya-biaya *traffic* terdiri dari biaya advertensi, promosi, penerbitan buku tarif, administrasi dan sebagainya
- e) Biaya umum
Termasuk biaya umum antara lain: biaya kantor, biaya humas, dan biaya akuntansi lainnya

3) Biaya Tetap dan Variabel

Biaya tetap ialah biaya dikelurakan tetap setiap bulannya, sedangkan biaya variabel ialah biaya yang besarnya berubah tergantung pada pengoperasian alat-alat pengangkutan

4) Biaya Kendaraan

Jumlah biaya yang diperlukan untuk pengadaan bahan bakar, oli, ban kendaraan, suku cadang antarperbaikan (reparasi). Biaya ini disebut *automobile cost*

5) Biaya Gabungan (*joint cost*)

Dalam pengoperasian alat-alat transportasi kita temui *joint cost* atau dinamakan pula *common cost* contoh biaya angkutan barang (*cargo*) dan biaya penumpang yang menghasilkan biaya gabungan (*joint cost*).

6) Biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*)

memiliki definisi sebagai berikut:

- a) Biaya langsung adalah jumlah biaya yang diperhitungkan dalam produksi jasa-jasa angkutan, misalnya: untuk penerbangan biaya

langsung terdiri dari bahan bakar, gaji awak pesawat, dan biaya pendaratan.

b) Biaya tidak langsung bagi penerbangan terdiri dari peralatan reperasi, *workshop*, akuntansi dan biaya umum/kantor.

Menurut Mulyadi (2005:8), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

a. Perilaku Biaya

Menurut Mulyadi (2005:15), penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas dibagi menjadi:

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

b. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2005:13), biaya dapat digolongkan menurut:

- 1) Obyek Pengeluaran

- 2) Fungsi Pokok Dalam perusahaan
- 3) Hubungan Biaya dengan sesuatu biaya yang dibiayai
- 4) Perilaku Biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
- 5) Jangka waktu manfaatnya

Sedangkan menurut Salim (2013:53), terdapat jenis-jenis biaya dalam perusahaan transportasi:

- a. Biaya berhenti (termasuk biaya penyediaan dan persiapan untuk dapat melaksanakan fungsi transportasi):
 - 1) Alat angkut dan personilnya (*crew*)
 - 2) *Maintenace* (jasa-jasa) dan penggantian *spare-parts* dan pelumas
 - 3) Biaya berhenti (parkir, berlabuh, mendarat dilapangan terbang)
 - 4) Biaya penyimpanan (garasi, pelabuhan)
 - 5) Biaya inspeksi teknis dari jawatan yang bersangkutan
- b. Biaya perjalanan dan operasional
 - 1) Bahan bakar
 - 2) Pungutan-pungutan ditengah jalan (khusus di bidang usaha pengangkutan laut biaya jasa-jasa pandu atau *loods*, yang mengatur kapal ke pelabuhan atau keluar dari pelabuhan.
- c. Biaya-biaya khusus tergantung dari jenis muatan
 - 1) Lindungan muatan terhadap pengaruh-pengaruh alam di perjalanan (hujan,matahari dan lain-lain)
 - 2) Pemeliharaan angkutan hewan
 - 3) Khusus untuk penumpang, penyediaan akomodasi dan konsumsi

Di dalam memahami struktur biaya-biaya angkutan perlu diperhatikan:

- 1) Jasa angkutan tidak dapat disimpan, seperti menyimpan barang-barang dalam gudang
 - 2) Jasa-jasa angkutan tidak diproduksi dalam pecahan-pecahan kapasitas angkutan tersedia.
- d. Umumnya tiap-tiap jasa angkutan diproduksi menurut arah “berangkat dari pangkalan” (Asal-Tujuan atau A/T).
- e. Ada hal-hal tertentu yang menguntungkan:
- 1) Kecepatan
 - 2) Berat muatan berangkat
 - 3) Berat muatan kembali
 - 4) Frekuensi pulang-pergi dalam periode tertentu
 - 5) Waktu berhenti minimal
 - 6) Waktu beroperasi maksimal

2.2 Konsep Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam ukuran moneter. Dari sudut pandang produsen harga merupakan pengembalian nilai produk atau jasa atas pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghasilkan laba. Sedangkan dari sudut pandang konsumen harga merupakan nilai yang harus dibayarkan untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut para ahli, Supriyono (2008:332), harga jual adalah sejumlah moneter yang dibebankan suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau barang jasa yang dijual atau diserahkan. Kesimpulannya bahwa bagi penjual, harga jual merupakan sejumlah uang yang diterima atas barang atau jasa yang diberikan, sedangkan bagi pembeli, harga jual merupakan sejumlah uang yang

dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Mulyadi (2013:78), menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutup biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya ditambah *mark up*. Menurut Samryn (2012: 38), harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan tentang suatu produk. Penetapan harga juga berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang sebuah perusahaan.

2.2.2 Penentuan Harga

Ada tiga pendekatan dalam penentuan harga, yaitu pendekatan *supply* dan *demand*, pendekatan yang berorientasi ke biaya, dan pendekatan pasar. Meskipun ketiganya berbeda, tapi pada prinsipnya mereka saling melengkapi. Dengan ketiga alat tersebut, perusahaan dijamin bahwa harga yang ditentukan akan menutupi biaya, menghasilkan keuntungan, dan citra produk yang baik pada konsumen.

a. Pendekatan supply dan demand

Interaksi antara *supply* dan *demand* merupakan proses tawar menawar yang tidak terlihat dan informal yang secara terus menerus untuk menegosiasikan jumlah produk yang akan dibuat atau dikonsumsi pada tingkat harga tertentu. Pada saat tingkat harga tinggi, produsen akan mau menghasilkan banyak produk dan jika tingkat harga yang rendah akan mengkonotasikan tingkat penawaran yang rendah.

Demand adalah kualitas barang yang akan dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu. Harga yang tinggi akan menyebabkan konsumen akan mencari produk alternatif. Sebaliknya, harga yang rendah akan mendorong konsumen akan mendorong konsumen membeli lebih banyak.

Equilibrium price adalah tingkat harga saat konsumen bersedia membayar seimbang dengan kuantitas yang akan dihasilkan produsen. Pendekatan ini bisa berjalan untuk pasar keseluruhan, tapi sulit dijalankan untuk suatu produk individual.

b. Pendekatan yang Berorientasi pada Biaya

Pendekatan ini dilakukan dengan menjumlah biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang ditambah biaya untuk jasa yang terkait, biaya *overhead*, dan tingkat keuntungan yang diinginkan. Dalam pendekatan yang berorientasi pada biaya ini ada dua macam pendekatan yang bisa digunakan yaitu: *mark-up pricing* dan *break analysis*, *mark-up pricing* dilakukan dengan menghitung seluruh biaya yang terkait dalam suatu produk kemudian ditentukan *mark-up* untuk menutupi biaya dan tingkat keuntungan yang diinginkan.

Perhitungan *mark-up* bisa dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Presentase Mark up} = \frac{\text{Harga Jual} - \text{Biaya}}{\text{Harga Jual}}$$

c. Pendekatan Pasar

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa variabel dalam pasar mempengaruhi harga. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor politik, sosial, budaya, persepsi individu, persaingan, serta waktu.

2.2.3 Keputusan Penentuan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001:345), umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya

bukan merupakan penentuan harga jual. Karena permintaan *customer* atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentu harga jual, manejer akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera *customer*, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa dipasar. Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual dibawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti *going concern* atau akan mengganggu pertubuhan perusahaan. Dengan demikian manejer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

2.2.4 Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001:346), pada dasarnya dalam keadaan normal harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula

dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual:

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan
- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian
- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing
- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar

2.2.5 Metode Penentu Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001:348), ada tiga metode yang dipakai dalam metode penentu harga jual, yaitu:

- a. Penentu Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentu harga jual normal sering disebut juga dengan istilah *Cost-plus pricing*, yang mempunyai arti bahwa harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa yang akan datang dengan presentase *mark up*.

Dalam keadaan normal harga jual dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

b. Penentuan Harga Jual dalam *Cost Type Contract*

Dalam metode ini pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa dalam bentuk kontrak atau perjanjian berdasarkan harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambahkan dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam hal ini harga jual dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler. Konsumen yang melakukan pesanan ini meminta harga dibawah harga normal yang berada dibawah biaya penuh, karena biaya pesanan khusus mencakup jumlah yang cukup besar. Dalam mempertimbangkan penerimaan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai dalam penentuan harga jual.

Menurut Salim (2013:52), Penentuan harga jual untuk jasa memiliki kekhususan, berbeda dengan barang-barang jasa angkutan transportasi tidak dapat diproduksi, ditimbun dan disimpan untuk dipakai kemudian. Di dalam jasa-jasa transportasi produksi dan konsumsi jasa-jasa angkutan berlangsung secara serentak dan *sinkron*. Jasa-jasa angkutan ditentukan oleh faktor:

- a. Berat muatan yang hendak diangkut
- b. Jarak, berapa jauh muatan yang hendak diangkut
- c. Kecepatan muatan yang diangkut
- d. Jenis muatan

2.2.6 Metode Cost-plus Pricing

Menurut Mulyadi (2001:349), *cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *Cost-plus pricing* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan *variabel costing*. Dalam *cost-plus pricing*, harga jual dihitung dengan formula umum sebagai berikut:

Biaya langsung yang berhubungan dengan volume produk atau jasa	xxx
<i>Markup</i> x % dari biaya langsung yang berhubungan dengan volume produk atau jasa	<u>xxx+</u>
Total harga jual	xxx
Volume produk atau jasa	<u>xxx-</u>
Harga jual produk atau jasa per satuan	xxx

Presentase *markup* dihitung dengan formula umum sebagai berikut :

Biaya langsung	xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx+</u>
Jumlah	xxx
Biaya langsung yang berhubungan dengan produk atau jasa	<u>xxx:</u>
Presentase markup dari biaya langsung yang berhubungan dengan produk atau jasa	xxx

2.2.7 Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Produk atau jasa dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, transportasi, dan jasa pos diatur dengan peraturan Pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentu harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan *full costing* atau *variabel costing*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentu harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Dengan demikian formula yang digunakan untuk menetapkan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan diatur dengan peraturan pemerintah. Formula Penentuan Harga Jual dengan *cost-plus pricing* Berdasarkan Pendekatan *full costing* (Mulyadi, 2001:363).

2.2.8 Rumus Penentuan Harga Jual per Unit

Menurut Mulyadi (2001:351). Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak

$$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Biaya langsung per Unit} + \text{presentase Mark Up}$$

dipengaruhi volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk

kepentingan perhitungan presentase *mark-up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut:

Rumus Presentase mark up:

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya tidak langsung}}{\text{Biaya langsung}}$$

2.3 Konsep Tarif Angkutan

2.3.1 Pengertian Tarif

Menurut Warpani (2002:149), tarif adalah harga jasa angkutan yang harus dibayar oleh pengguna jasa, baik melalui mekanisme perjanjian sewa-menyewa, tawar-menawar, maupun ketetapan pemerintah. Harga jasa angkutan yang ditentukan mengikuti sistem tarif, berlaku secara umum dan tidak ada ketentuan lain yang mengikat perusahaan angkutan dan pemilik barang penumpang kecuali apa yang sudah diatur dalam buku tarif.

Menurut Salim (2013:45), tarif transportasi dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. Tarif menurut kelas (*class rate*) klasifikasi tarif menurut kelas digunakan khusus untuk muatan dan penumpang. Dalam kelompok tarif ini diberlakukannya tarif yang berbeda-beda atas dasar kelas muatan dan penumpang. Tarif yang diberlakukan terhadap muatan khusus disebut tarif muatan.
- b. Selain tarif menurut kelas ada tarif lain yang tarifnya lebih rendah daripada *class rates*, tarif ini dinamakan tarif pengecualian.
- c. Tarif perjanjian/kontrak

Tarif perjanjian atau tarif menurut kontrak berlaku untuk angkutan jalan raya dan angkutan laut, dan tidak berlaku untuk model transportasi lainnya (angkutan udara, angkutan pipa).

2.3.2 Jenis Tarif Angkutan

Menurut Salim (2013:46), tarif angkutan adalah suatu daftar yang memuat harga-harga untuk para pemakai jasa angkutan yang disusun secara teratur. Pembebanan dalam harga dihitung menurut kemampuan transportasi (*what the traffic willbear*). Adapun jenis tarif yang berlaku dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Tarif Menurut Trayek

Tarif menurut trayek angkutan berdasar atas pemanfaatan operasional dari moda transport yang dioperasikan dengan memperhitungkan jarak yang dijalanin oleh moda transport tersebut (km/miles).

b. Tarif Lokal

Tarif lokal adalah tarif yang berlaku dalam satu daerah tertentu, misalnya tarif bus yang berlaku khusus di Medan.

c. Tarif Diferensial

Tarif diferensial ialah tarif angkutan dimana terdapat perbedaan tinggi tarif menurut jarak, berat muatan, kecepatan atau sifat-sifat khusus dari muatan yang diangkut.

d. Tarif Peti Kemas (container)

Tarif peti kemas adalah tarif yang diberlakukan untuk membawa kotak/*box* diatas truk berdasarkan ukuran kotak/*box* yang diangkut. Tarif peti kemas dikenal dengan sebutan *Container on Flat Car* (COFC).

2.3.3 Tarif yang Wajar

Menurut Salim (2013:78), dalam menetapkan kewajaran tingkat tarif angkutan harus diperhatikan kepentingan perusahaan angkutan yang menghendaki tarif tinggi dan pemakai jasa angkutan sebaliknya menginginkan tarif yang rendah. Kedua kepentingan ini menentukan batas kewajaran tingkat tarif. Batas tarif maksimum ditentukan oleh kemampuan pemakai jasa untuk membayar dan batas tarif minimum akan mengikuti tingkat biaya operasi minimum (long run marginal cost) perusahaan angkutan.

2.4 Jasa

Menurut Lupiyoadi (2013:7), definisi jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Karakteristik Jasa sebagai berikut:

- a. *Intangibility* (tidak berwujud) adalah jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.
- b. *Unstarability* (tidak dapat disimpan) adalah jasa yang tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan.
- c. *Customization* (kustomisasi) adalah jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, misalnya: kesehatan.

2.5 Transportasi

Menurut Salim (2013:6), transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat yang lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting, yaitu:

- a. Pemindahan/pergerakan (*movement*)

- b. Secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain

Menurut Salim (2013:7), dalam mempelajari transportasi dapat kita golongkan atas dua bagian:

- a. Angkutan Penumpang Umum, untuk pengangkutan penumpang menggunakan mobil/kendaraan pribadi dan alat angkut lainnya.
- b. Angkutan Penumpang Umum, selain mobil pribadi yang digunakan untuk mengangkut penumpang, digunakan pula kendaraan untuk angkutan umum seperti, bus, pesawat udara, kereta api, kapal laut, kapal penyeberangan dan pelayaran luar negeri.

Perencanaan dalam transportasi juga sangat penting peranannya dalam sistem transportasi yang menyangkut, angkutan jalan raya, angkutan laut, dan berbagai moda transport yang ada urban area (pinggiran kota).

Langkah-langkah pembuatan rencana transportasi:

- 1) Perencanaan dibuat atas dasar kebutuhan akan jasa-jasa angkutan
- 2) Tujuan perencanaan, dalam perencanaan harus jelas tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai untuk kepentingan nasional atau daerah
- 3) Objektif, objektif berarti bahwa tujuan dapat direalisasi sehubungan dengan rencana yang telah dibuat untuk dilaksanakan.
- 4) Survei Permintaan, untuk membuat perencanaan perlu diadakan survei permintaan terhadap jasa-jasa angkutan.
- 5) Analisis Permintaan, setelah dilaksanakan survei permintaan selanjutnya dijalankan analisis *demand* berhubungan dengan kapasitas angkutan yang

dibutuhkan, akhirnya dibuat *traffic forecast* dengan menggunakan proyeksi (Analisis Garis Regresi).

- 6) Solusi dan Implementasi, setelah dipertimbangkan hal-hal yang menyangkut, jaringan angkutan, analisis biaya, pemilihan moda transport faktor sosial dan lingkungan maka perencanaan yang telah dibuat untuk diimplimentasikan berdasar desain yang telah disiapkan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi antara lain

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nomor	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Rodifah Al Furqoni (2020)	Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel Saat Low Season Menggunakan Metode Cost-plus pricing Pendekatan Full costing Pada Hotel Whiz Prime Malang	Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat perbedaan itu dapat dilihat dari langkah-langkah penentuan tarif sewa kamar, sehingga tarif kamar yang ditetapkan pun berbeda atau terdapat selisih tarif sewa kamar yang ditetapkan hotel dan tarif kamar yang ditetapkan dengan metode <i>Cost-plus pricing</i> pendekatan <i>Full costing</i> .

2	Mirawati (2019)	Perhitungan Tarif Jasa Hunian Dengan Metode <i>Cost-plus pricing</i> Pada Rumah Susun Sederhana Sewa Di Samarinda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif hunian dengan metode <i>Cost-plus pricing</i> lebih tinggi dibanding tarif yang ditetapkan oleh Rumah Susun Sederhana Sewa Samarinda.
3	Aseng Lita (2019)	Analisis Penentuan Tarif Kamar Inap Dengan Pendekatan <i>Cost-plus pricing</i> Pada Rumah Sakit Siloam Sonder	Hasil penelitian menunjukkan 1. Untuk menghitung tarif menggunakan metode cost plus penentuan margin keuntungan telah ditentukan oleh rumah sakit yaitu sebesar 10%. 2. Hasil perhitungan tarif untuk 2019 adalah pada tahun 2018 Rp. 1.035.000 dan peningkatan sebesar Rp. 103.500. Rumah sakit harus menentukan tarif yang sesuai dengan kemampuan konsumen
4	Hidayati (2018)	Perhitungan Tarif Sewa Gedung Graha Sepuluh Nopember ITS Surabaya Dengan Metode <i>Cost-plus pricing</i> Pendekatan <i>Variable Costing Balance</i> .	Hasil penelitian menunjukan bahwa di tahun 2016 pendapatan Graha Sepuluh Nopember sebesar Rp1.489.169.000,- lebih kecil dibandingkan dengan biaya operasional pada tahun yang sama Rp1.759.077.775,-. Keadaan tersebut salah satunya dikarenakan penetapan tarif sewa yang tidak tepat. Melalui perhitungan <i>Cost-plus pricing</i> pendekatan <i>variable costing</i> didapatkan tarif sewa dengan laba yang diharapkan sebesar 10% dari total biaya operasional. Tarif sewa hasil perhitungan yaitu: Ballroom Rp30.500.000,- Sidang kecil

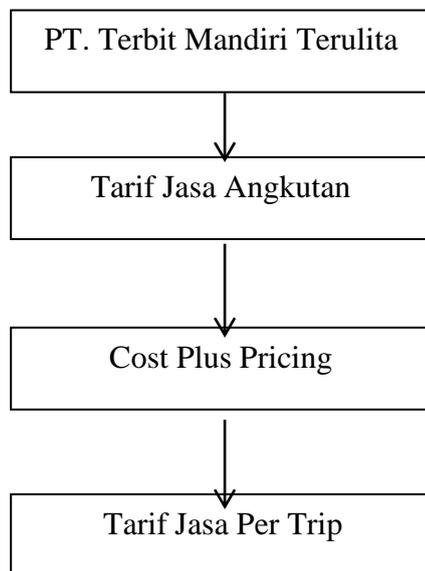
			Rp1.200.000,- Sidang sedang Rp4.100.000,- Sidang besar Rp2.700.000,- Selasar Rp5.200.000,- dan Tribun Rp6.000.000,-. Penetapan tarif sewa sebelumnya perlu dievaluasi kembali oleh pengelola agar tidak lagi mengalami kerugian. Pengelola dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan tarif sewa baru.
5	Martono (2018)	<i>Comperative Analysis Of Hotel Determination Rating With Cost-plus pricing Methode Full costing Approach Case Study At Ibis Hotel Simpang Lima Semarang</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif kamaryang ditetapkan perusahaan pada saat tingkat hunian dibawah 70% lebih rendah dibandingkan dengan tarif kamar dengan metode <i>Cost-plus pricing</i> pendekatan <i>Full costing</i> .
6	Nurlyan (2017)	Analisis Penentuan Harga Jual Jasa Kamar Pada Hotel Plaza Kubra Kendari	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika perhitungan menggunakan metode pendekatan <i>Full costing</i> hasil tarifnya dengan tarif hotel sesungguhnya terjadi selisih kurang. Tarif yang analisis lebih besar daripada tarif hotel sesungguhnya. Sedangkan jika menggunakan metode pendekatan <i>variabel costing</i> terdapat selisih lebih antara tarif hasil analisis dengan tarif hotel sesungguhnya.
7	Abriyana Diyah Ikawati (2017)	Penetapan Harga Jual Dengan Metode <i>Cost-plus pricing</i>	Hasil penelitian bahwa dengan menggunakan metode <i>Cost-plus pricing</i> .

		Pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya	Peneliti menggunakan dua pendekatan yaitu <i>Full costing</i> dan <i>variabel costing</i> . Sehingga dari perhitungan menggunakan 2 metode tersebut, jika pihak manajemen ingin berfokus pada peningkatan laba maka pendekatan <i>Full costing</i> dijadikan pertimbangan karena harga yang dihasilkan lebih besar daripada menggunakan <i>variabel costing</i> .
8	Gerardus Mayella Riyan Pambudi (2015)	Evaluasi Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel Dengan Menggunakan Metode <i>Cost-plus pricing</i> Pendekatan <i>Full costing</i>	Hasil penelitian menunjukkan perhitungan yang dilakukan pihak manajemen dan peneliti yang menggunakan metode <i>Cost-plus pricing</i> menunjukkan pada salah satu tipe kamar memiliki harga lebih tinggi sedangkan pada tipe yang lainnya memiliki harga yang lebih rendah. Hal ini dikarenakan beberapa biaya tidak dijadikan dasar acuan dalam penentuan tarif sewa kamar.
9	Hesti Triyanto (2013)	Penentuan Harga Jual Kamar Hotel Saat <i>Low Season</i> Dengan Metode <i>Cost-plus pricing</i> Pendekatan <i>Variabel Costing</i> Pada Hotel Puti Artha Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan perusahaan pada saat <i>low season</i> lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual dengan metode <i>Cost-plus pricing</i> pendekatan <i>variabel costing</i> .
10	Woro Prihastuti Nurlyan (2013)	Perbandingan Hasil Perhitungan Tarif Jasa Kamar Inap Berdasarkan Metode <i>Cost-plus pricing</i>	Hasil penelitian bahwa dengan menggunakan metode <i>Cost-plus pricing</i> menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan

		Melalui Pendekatan <i>Full costing</i> Pada RSUD PKU Muhammadiyah Yogyakarta Dan RSUD Kota Yogyakarta	oleh pihak manajemen kedua rumah sakit lebih tinggi di beberapa tipe kamar dan lebih rendah di beberapa tipe kamar juga yang disediakan dengan pertimbangan biaya yang sama.
--	--	---	--

2.7 Kerangka Berpikir

Berdasarkan Sugiyono (2013:88), mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan metode konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Hal tersebut menuntut seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka berpikir. Berikut kerangka berpikir:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir