

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak destinasi wisata di Indonesia. Kekayaan alam yang beragam serta kebudayaannya yang kental menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik domestik maupun manca negara. Hal tersebut berdampak pada tingginya pertumbuhan hotel di Yogyakarta. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2020 terdapat sebanyak 790 hotel yang ada di kota Yogyakarta.

Seiring dengan pertumbuhan hotel yang meningkat, tentu akan dihadapkan pada persaingan antar kompetitor baik dari segi harga, pelayanan, kualitas, dan lain sebagainya. Setiap hotel pasti ingin memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, maka manajer harus memiliki strategi yang baik dan tepat agar dapat menarik minat konsumen.

Dalam mengelola suatu usaha, salah satu tujuan yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba. Mendapatkan laba yang maksimal dapat dicapai dengan memperoleh volume penjualan yang tinggi atau dengan menetapkan harga jual yang tinggi.

Biasanya harga jual ditentukan dengan mempertimbangkan permintaan dan penawaran. Hal ini menyebabkan manajer menghadapi banyak ketidakpastian seperti selera konsumen, harga jual kompetitor, dan jumlah kompetitor. Ketidakpastian yang paling berpengaruh terhadap penentuan harga jual adalah biaya. Menurut Mulyadi (2001) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi

yang diukur dengan satuan uang yang telah atau akan terjadi. Manajer memerlukan informasi biaya untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual.

Pada umumnya penentuan harga jual dilakukan dengan metode *cost plus pricing*. Dalam metode ini penentuan harga jual dilakukan dengan menambahkan laba yang diharapkan pada biaya. Dengan metode *cost plus pricing* harga jual yang ditetapkan harus menutup semua biaya dan menghasilkan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Keputusan penentuan harga jual sangat berpengaruh dalam berjalannya perusahaan. Manajer harus tepat dalam mengambil keputusan. Keputusan sendiri dibagi menjadi 2 yaitu keputusan jangka pendek dan keputusan jangka panjang. Keputusan jangka panjang merupakan keputusan yang masa manfaatnya lebih dari satu tahun. Sedangkan keputusan jangka pendek merupakan keputusan yang memberikan manfaat kurang dari satu tahun yang harus segera dilakukan (Hansen and Mowen, 2007). Penentuan harga jual merupakan salah satu contoh dari keputusan jangka pendek.

Ketidaktepatan dalam menentukan harga jual dapat berdampak pada jalannya usaha. Harga jual yang ditetapkan harus menutup semua biaya yang dikeluarkan. Apabila harga jual terlalu tinggi maka akan sulit untuk memperoleh volume penjualan yang tinggi. Sedangkan bila harga jual terlalu rendah, pendapatan mungkin tidak cukup untuk menutup biaya yang dikeluarkan dan menimbulkan kerugian.

Pada bulan Maret tahun 2020, wabah Covid-19 mulai menjangkit warga negara Indonesia. Untuk wilayah Yogyakarta, wabah Covid-19 mulai menyebar pada

bulan April tahun 2020. Hal ini tentunya sangat berpengaruh bagi berbagai sektor, salah satunya pada sektor perhotelan.

Pada masa pandemi laba bukan lagi menjadi tujuan utama yang harus dicapai perusahaan. Tujuan utama yang harus dicapai adalah bagaimana hotel harus tetap bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Oleh karenanya, manajer harus membuat strategi dan mengambil keputusan yang tepat agar hotel dapat bertahan ditengah pandemi. Meskipun dalam masa pandemi pendapatan menurun drastis, namun biaya operasional tetap berjalan. Manajer harus bijak dalam mengambil keputusan agar ditengah rendahnya pengunjung, pendapatan dapat menutup biaya operasional yang dikeluarkan.

Oleh karena itu, strategi yang dapat dilakukan oleh hotel adalah menurunkan harga jual agar dapat menarik minat konsumen dan dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini perlu dilakukan agar dengan rendahnya jumlah pengunjung dapat menutup biaya operasional yang dikeluarkan. Dalam penentuan harga jual, manajer memerlukan metode yang cocok sesuai dengan kondisi sehingga dapat menentukan tarif yang tepat.

Metode yang dapat digunakan dalam menentukan harga jual pada masa pandemi adalah dengan mengelompokkan biaya ke dalam biaya tunai (*out of pocket cost*). Dengan menggunakan perhitungan biaya tunai, maka harga jual yang dihasilkan akan lebih rendah karena hanya memperhitungkan biaya kas keluar saja. Harga jual yang lebih rendah diharapkan dapat lebih menarik minat konsumen sehingga hotel dapat menutup biaya operasionalnya.

Hotel Forriz merupakan salah satu hotel bintang empat yang ada di kota Yogyakarta. Hotel ini terletak di Jl. HOS Cokroaminoto No.60, Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta. Letaknya yang strategis yakni di sekitar daerah pusat wisata Yogyakarta menjadi nilai tambah bagi hotel ini karena konsumen dapat dengan mudah menjangkau area pariwisata seperti Malioboro, Titik Nol Kilometer, Kraton Yogyakarta, Taman Sari, dan lain sebagainya serta berbagai kuliner legendaris maupun toko oleh-oleh yang terdapat disekitar hotel.

Dengan letak yang strategis tersebut, pasti akan dihadapkan pada persaingan mengenai tarif sewa kamar dengan banyaknya hotel sejenis di kawasan Malioboro. Hotel ini memiliki 116 kamar yang terdiri dari empat tipe kamar yaitu 72 kamar superior, 38 kamar deluxe, 5 kamar suite, dan 1 kamar forriz suites.

Ketika pandemi pemerintah menetapkan aturan untuk menutup tempat wisata, perdagangan, perkantoran, sekolah, dan lain sebagainya. Hal ini tentu sangat berdampak bagi pendapatan hotel yang bergantung pada pariwisata. Akibatnya banyak konsumen yang membatalkan reservasinya serta sepi pengunjung. Pada saat pandemi Covid 19, *occupancy rate* Hotel Forriz Yogyakarta terus mengalami penurunan. Berikut data *occupancy rate* Hotel Forriz Yogyakarta :

Tabel 1.1
Occupancy Rate Hotel Forriz Yogyakarta

Tahun	Bulan	Occupancy Rate	
2019	November	77,53%	Sebelum Pandemi
	Desember	82,87%	
2020	Januari	72,61%	
	Februari	65,79%	
	Maret	58,45%	
2021	Januari	5,81%	Saat Pandemi
	Februari	5,70%	
	Maret	11,37%	
	April	13,42%	
	Mei	4,95%	
	Juni	6,58%	
	Juli	5,98%	
	Agustus	4,56%	
	September	7,70%	
	Oktober	10,23%	
	November	13,62%	
	Desember	49,25%	

Sumber : Hotel Forriz Yogyakarta

Dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa *occupancy rate* Hotel Forriz pada awal pandemi mengalami penurunan yang signifikan. Akibatnya, Hotel Forriz Yogyakarta melakukan penurunan tarif sewa kamar untuk dapat menarik minat konsumen. Berikut tarif sewa kamar per hari Hotel Forriz Yogyakarta dalam kondisi normal dan saat pandemi Covid-19 :

Tabel 1.2
Tarif Sewa Kamar Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 Hotel Forriz Yogyakarta

Tipe Kamar	Tarif Sewa Sebelum Pandemi	Tarif Sewa Saat Pandemi
Superior	Rp600.000	Rp 350.000
Deluxe	Rp850.000	Rp 450.000
Suites	Rp2.000.000	Rp 900.000

Sumber : Hotel Forriz Yogyakarta

Berdasarkan tabel 1.2 Hotel Forriz Yogyakarta telah melakukan penurunan tarif sewa kamar untuk setiap tipe kamar. Meskipun penurunan harga telah dilakukan oleh perusahaan, namun belum dapat meningkatkan *occupancy rate* secara signifikan.

Badan Kesehatan Dunia atau WHO mengkonfirmasi adanya temuan varian baru setelah omicron bernama varian XE yang ditemukan di Inggris. Juru bicara Satgas penanganan Covid 19, Wiku Adisasmito menyatakan bahwa varian XE lebih menular dari subvarian Omicron BA.2. Menurut Dicky Budiman seorang Epidemiolog Griffith University, varian XE 40% lebih cepat menular daripada varian Delta.

Dalam masa pandemi seperti ini, strategi yang harus dilakukan perusahaan adalah dapat tetap bertahan ditengah ketidakpastian ekonomi dan memperoleh pendapatan yang cukup untuk menutupi kewajiban-kewajiban jangka pendek dan dari kewajiban jangka pendek tersebut akan tercermin biaya tunai. Oleh karena itu semestinya pendapatan yang diperoleh setidaknya dapat menutup biaya tunai yaitu biaya yang memerlukan aliran uang keluar. Sehingga penting untuk mengetahui harga jual yang tepat, apakah harga jual yang ditentukan sudah menutup *cost* atau belum.

1.2 Rumusan Masalah

Di masa pandemi Covid-19 ini, dunia mengalami ketidakpastian ekonomi. Pemerintah menutup seluruh tempat wisata, perdagangan, perkantoran, sekolah, dan lain sebagainya. Dampak yang signifikan dirasakan pada usaha perhotelan. Hal ini berdampak terhadap pendapatan perusahaan yang sudah pasti mengalami

penurunan. Agar dapat menutup kewajiban-kewajiban jangka pendek seiring dengan menurunnya pendapatan, maka perusahaan harus tepat dalam menentukan harga jual. Berdasarkan uraian tersebut rumusan masalah dalam penelitian adalah berapakah harga jual kamar pada Hotel Forriz Yogyakarta di masa pandemi dengan menggunakan *out of pocket cost*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah data pada bulan Januari sampai dengan Desember tahun 2021 saat masa pandemi.
2. Penelitian difokuskan pada 3 jenis kamar yang ada di hotel ini yaitu superior, deluxe dan suites.
3. *Out of pocket cost* adalah biaya-biaya yang memerlukan pembayaran segera dengan uang kas (Mulyadi, 2001:256).

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui harga jual kamar di masa pandemi dengan menggunakan *out of pocket cost*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual yang kompetitif pada kondisi khusus seperti pandemi Covid-19.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah Hotel Forriz Yogyakarta yang berlokasi di Jl. HOS Cokroaminoto No 60, Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta.

1.6.2 Data yang Dibutuhkan

Berikut merupakan data yang diperlukan dalam penelitian :

1. Biaya yang dikeluarkan hotel saat masa pandemi yaitu Bulan Januari-Desember tahun 2021.
2. Jumlah kamar tersedia saat masa pandemi yaitu Bulan Januari-Desember tahun 2021.
3. Jumlah kamar terjual saat masa pandemi yaitu Bulan Januari-Desember tahun 2021.
4. Tarif kamar saat masa pandemi yaitu Bulan Januari-Desember tahun 2021.
5. Jumlah tamu hotel pada masa pandemi yaitu Bulan Januari-Desember 2021.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara

Menurut Jogiyanto (2018, 114) wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara dilakukan dengan manajer Hotel Forriz Yogyakarta.

2. Dokumentasi

Menurut KBBI dokumentasi merupakan pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain. Dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data biaya yang dikeluarkan selama pandemi, data jumlah kamar yang tersedia dan terjual, data tarif kamar saat pandemi, data jumlah hari kamar, dan data jumlah tamu.

3. Observasi

Menurut Jogiyanto (2018, 109) observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pada Hotel Forriz Yogyakarta.

1.6.4 Rencana Analisis Data

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi biaya yang terjadi pada hotel dalam memenuhi kegiatan operasional.
2. Mengklasifikasikan biaya *out of pocket cost* dan *non out of pocket cost*.
3. Menghitung *occupancy rate* setiap jenis kamar.
4. *Out of pocket cost* diklasifikasikan menjadi biaya langsung dan tidak langsung.
5. Mengalokasikan biaya tidak langsung berdasarkan pendapatan.
6. Menentukan dasar alokasi biaya *out of pocket cost*.

7. Menghitung *out of pocket cost* setiap jenis kamar menurut dasar pembebanannya
8. Membandingkan harga jual kamar pada masa pandemi dengan perhitungan *out of pocket cost* setiap jenis kamar.

1.7 Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan pendahuluan. Dalam pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori yang menyajikan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Landasan teori yang akan dibahas mengenai pengertian keputusan jangka pendek, pengertian biaya, fungsi biaya, klasifikasi biaya, pengertian harga jual, faktor yang mempengaruhi harga jual, metode penentuan harga jual, dan pengertian *out of pocket cost*.

Bab III merupakan gambaran umum perusahaan yang berisi profil perusahaan, visi dan misi perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

Bab IV merupakan hasil analisa dan pembahasan mengenai perhitungan harga jual kamar pada Hotel Forriz Yogyakarta di masa pandemi dengan menggunakan *out of pocket cost* dan implikasi manajerial.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang dapat menjadi masukan bagi Hotel Forriz Yogyakarta.