

BAB II

PENENTUAN TARIF SEWA

2.1. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan faktor yang penting bagi perusahaan karena harga yang telah ditetapkan harus bisa menutup semua biaya operasional perusahaan dan agar tidak mengalami kerugian. Sedangkan untuk konsumen, harga jual merupakan salah satu faktor untuk dapat memperoleh barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen. Menghitung harga jual merupakan hal yang penting, agar konsumen dapat menerima harga jual yang telah ditentukan. Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Hansen, D.R. and Mowen, 2006).

Penentuan harga jual dianggap suatu keputusan yang sangat penting karena bukan menyangkut aspek pemasaran dan keuangan saja, melainkan menyangkut semua aspek kegiatan perusahaan. Harga jual yang sudah ditetapkan akan mempengaruhi jumlah unit yang terjual sehingga akan menentukan aliran kas masuk perusahaan dan memberikan kas yang cukup bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan yang diharapkan.

2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi harga jual yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut :

2.3.1. Faktor Biaya

Faktor biaya adalah faktor dasar yang digunakan bagi pihak manajemen saat menentukan harga jual produk dan jasa. Dalam menentukan harga jual produk atau

jasa dengan menggunakan konsep biaya, biaya dapat memberikan informasi batas bawah harga atas suatu produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.3.1.1. Pengertian Biaya

Biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi di dalam perusahaan untuk memperoleh manfaat di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva (Mulyadi, 2016). Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2019) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi.

Berdasarkan pengertian biaya tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan sejumlah uang yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk membuat barang atau jasa.

2.3.1.2. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atau keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu untuk mendapatkan informasi yang lebih ringkas dan penting. Menurut Mulyadi (2015:13) terdapat lima cara penggolongan biaya yang dapat digunakan, sebagai berikut :

1. Objek Pengeluaran

Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran adalah dasar penggolongan biaya yang meliputi:

- 1) Biaya Bahan Baku
- 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung
- 3) Biaya Overhead

2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan :

- 1) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi untuk dijual.
- 2) Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk yang sudah siap dijual, seperti biaya iklan dan promosi.
- 3) Biaya administrasi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Seperti gaji karyawan bagian keuangan dan bagian hubungan masyarakat.

3. Penggolongan Biaya Menurut Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai

- 1) Biaya langsung (*Direct Cost*) yaitu biaya yang terjadi karena adanya sesuatu biaya yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan pernah terjadi.
- 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) yaitu Biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibayarinya. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah

biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik dan biaya listrik.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.

Dalam hubungannya dengan perilaku biaya, biaya dapat digolongkan menjadi biaya berikut ini:

- 1) Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya semivariabel adalah merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya listrik.
- 3) Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya adalah gaji direktur produksi.

5. Penggolongan Biaya atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu :

- 1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*)

Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Contohnya adalah pengeluaran untuk aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran dan pengeluaran untuk riset dan pengambilan produk.

2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

Pengeluaran pendapatan merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya adalah pengeluaran pendapatan adalah biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.3.2. Faktor Bukan Biaya

Faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Faktor ini seluruhnya tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh perusahaan karena faktor tersebut adalah kegiatan timbal balik antara perusahaan dengan pasar luar. Berikut merupakan faktor bukan biaya, yaitu:

1) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi saat ini berpengaruh terhadap tingkat harga yang berlaku. Keadaan ekonomi yang mempengaruhi tarif sewa kamar adalah situasi dan kondisi pasar. Situasi yang dikondisikan dibagi menjadi dua, yaitu *peak season* dan *low season*. Pada *peak season* tarif sewa dominan akan naik jika situasi dan kondisi pasar yang mendukung seperti pada saat musim liburan. Sedangkan pada *low season* tarif sewa akan lebih rendah karena tidak pada saat musim liburan.

2) Permintaan dan penawaran

Permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada suatu tingkat harga. Pada tingkat harga yang lebih

rendah barang atau jasa cenderung diminta lebih banyak, demikian juga dengan sebaliknya. Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga. Tingkat harga yang lebih tinggi akan mendorong produsen untuk menjual barang atau jasa dengan jumlah yang banyak, demikian juga dengan sebaliknya.

3) Persaingan

Perbedaan tingkat harga barang atau jasa sering juga dipengaruhi dengan adanya persaingan dengan produsen lain. Oleh karena itu produsen akan membuat tingkat harga yang baik dan tepat sesuai dengan pasar.

4) Tipe Pasar

Pada umumnya, pasar memiliki jenis struktur yang berbeda-beda, diantaranya adalah persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli. Pasar-pasar ini memiliki perbedaan dalam jumlah pembeli dan penjual, tingkat keunikan produk atau jasa yang dihasilkan, seberapa besar rintangan untuk memasuki pasar tersebut, dan biaya yang harus dikeluarkan.

5) Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga jual. Pengawasan pemerintah dapat digambarkan dalam bentuk: penentuan harga jual maksimum dan minimum, serta diskriminasi harga.

6) Citra atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat juga mempengaruhi dalam penentuan harga jual suatu produk atau jasa. Suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, biasanya harga jual produk atau jasa tersebut dapat ditentukan lebih tinggi.

7) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tujuan dari didirikannya perusahaan bukan hanya sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terhadap masyarakat dapat juga menentukan harga jual produk atau jasa.

2.3. Biaya Tunai (Out of Pocket Cost)

Menurut Hansen and Mowen (2006), *cash outlay cost* atau *out of pocket cost* adalah biaya yang memerlukan pengeluaran uang tunai. Biaya operasional yang merupakan *out of pocket cost* meliputi biaya listrik, gaji karyawan, biaya air, biaya *room*, biaya administrasi dan umum, dan biaya-biaya lain yang membutuhkan aliran kas keluar. Tidak semua biaya membutuhkan adanya aliran kas keluar, contohnya biaya depresiasi. Pada saat aktiva tetap diperoleh, harga perolehan aktiva tetap termasuk dalam biaya tunai, tetapi masa setelahnya biaya depresiasi aktiva bukan lagi biaya tunai.