

ANALISIS TARIF JASA PADA LAPANGAN GOLF “ABC” DI SURABAYA

Yohana Mayralita Viony¹, Ricky Angga Ariska, SE., M.Ak.^{2*}

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Jl. Dukuh Kupang XXV no.54, Kota Surabaya, 62205, Jawa Timur, Indonesia

Email : ¹vioviony29@gmail.com

Abstract : *The ultimate goal of business is to make a profit. And one of the conditions for a company's survival and success is profitability. What is known is that whether management is good or not in running the company will be determined by the size of the profits obtained. In order to increase the occasional sales volume it receives, the company will always make efforts. However, in the real world of business, this level is difficult to achieve, and almost every company experiences fluctuating profitability. It cannot be denied that marketing operations in today's organizations are complicated because of competition in product sales. marketing campaigns to meet the market.*

Keywords: *Analysis of Service Rates, Golf Courses, Accounting.*

Abstrak: Tujuan akhir bisnis ialah menghasilkan keuntungan. Dan salah satu syarat kelangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan ialah profitabilitas. Yang diketahui, baik atau tidaknya manajemen dalam menjalankan perusahaan akan ditentukan oleh besar kecilnya keuntungan yang diperoleh. Demi mendongkrak volume penjualan sesekali yang diterimanya, korporasi akan selalu berupaya. Namun, dalam dunia bisnis nyata, tingkat ini sulit untuk dicapai, dan hampir setiap perusahaan mengalami profitabilitas yang berfluktuasi. Tidak dapat dipungkiri operasi pemasaran dalam organisasi masa kini yang rumit tidak dapat dihindari karena adanya persaingan dalam penjualan produknya. kampanye pemasaran untuk memenuhi pasar.

Kata Kunci: Analisis Tarif Jasa, Lapangan Golf, Akuntansi.

PENDAHULUAN

Secara umum, suatu perusahaan ingin menghasilkan sejumlah uang tertentu untuk menjaga stabilitas operasinya selama periode ekspansi dan pengembangan. Seluruh operasional perusahaan, termasuk fungsi-fungsi yang ada, harus berjalan lancar dan terkendali supaya tujuan tersebut dapat terwujud. Tidak mungkin memisahkan biaya promosi itu sendiri dari fungsi-fungsi yang berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan kemampuannya bersaing di pasar saat ini.

Laba yakni suatu keharusan bagi kelangsungan usaha, oleh karena itu tujuan utama perusahaan ialah menghasilkan keuntungan. Besar kecilnya keuntungan akan menjadi barometer seberapa efektif manajemen menjalankan usahanya. Sesekali pihak bisnis akan berupaya mendongkrak volume penjualan. Sebaliknya, tingkat ini sulit dicapai dalam dunia bisnis nyata, dimana hampir

semua bisnis memiliki profitabilitas yang berfluktuasi. Kegiatan promosi dalam organisasi masa kini yang rumit tidak dapat diabaikan lagi, hal ini disebabkan adanya persaingan dalam promosi produknya. pemasaran sebagai sarana untuk menjangkau pasar.

Perusahaan yang beroperasi atau aktif harus selalu mengeluarkan biaya untuk berhasil atau gagal; pengeluaran ini diperlukan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuannya, bisnis harus menawarkan promosi yang menarik. Untuk menghasilkan pelanggan, memenuhi keinginan konsumen, dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, perusahaan akan meningkatkan operasi bisnisnya.

Sudah menjadi rahasia umum perusahaan harus terlebih dahulu mampu meraih pangsa pasar yang lebih besar supaya dapat merealisasikan pendapatan yang optimal. Hal ini akan menjadi awal yang baik dalam mencapai tujuan tersebut jika

bisnis tanggap dalam melihat kebutuhan dan keinginan pelanggan potensial serta status ekonomi lingkungan sekitar.

Pencapaian tujuan tersebut memerlukan suatu strategi, yang meliputi strategi bauran promosi, khususnya promosi penjualan sebagai strategi dalam mempromosikan jasa yang ditawarkan atau dijual. Penjualan saat ini dan di masa depan akan sangat dipengaruhi oleh teknik ini. Tanpa adanya iklan, niscaya akan timbul dampak negatif atau menurunnya volume penjualan yang dilaksanakan oleh pelaku usaha. Salah satu unsur yang dapat menyumbang keberhasilan usaha ialah promosi yang yakni salah satu komponen operasi pemasaran.

Kotler dan Kevin (2016:67), Salah satu komponen bauran pemasaran, harga, menciptakan pendapatan; komponen lain, biaya. Tjiptono dan Gregorius (2012: 199) menyatakan penetapan harga dapat dipandang sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan/atau faktor lain (non moneter) yang mencakup kegunaan atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu barang. Supaya bisnis menjadi menguntungkan, harga yakni faktor penting. Serta penting bagi bisnis, pelanggan, dan perekonomian secara keseluruhan. Untuk mengukur harga pada family golf house dengan indikator keterjangkauan, kesesuaian kualitas produk atau jasa, daya saing, dan kesesuaian manfaat dengan indikator pembelian kembali, penciptaan *word of mouth*, penciptaan citra merek, dan penciptaan keputusan pembelian.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui Penentuan tarif yang tepat dalam menghasilkan laba atas Lapangan Golf “ABC” Di Surabaya.

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya ialah bagian akuntansi yang didedikasikan untuk mencatat transaksi, analisis dan pengukuran biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan selama penyediaan barang atau jasa.

2.2 Pemrosesan data

Semacam pemrosesan yang dikenal sebagai pemrosesan data mampu mengubah data menjadi informasi atau pengetahuan. Sistem yang menangani data atau menyimpan informasi harus mengirimkan data yang menunjukkan: Pengeluaran dan pendapatan bisnis sebelumnya, Evaluasi pengelolaan saat ini dan jangka panjang, Proyeksi perekonomian yang dibuat oleh pihak luar.

2.3 Keputusan tentang Harga

Pengambilan keputusan mengenai harga yang akan dikenakan untuk setiap barang atau jasa yang ditawarkan. Namun, pembeli barang atau jasa perusahaan juga dapat menentukan harga. Pilihan untuk menawarkan pengurangan pembayaran lebih awal (*Early Bird*) atau tidak juga sama pentingnya bagi bisnis. Apabila Perusahaan bersedia memberikan diskon berupa uang, maka Perusahaan harus memutuskan berapa besar diskon tersebut dan kapan pembeli dapat memperolehnya. Selain itu, evaluasi apakah potongan tersebut dikategorikan ditujukan untuk distributor juga.

2.4 Prosedur Penetapan Harga

Pada titik ini, manajemen akan fokus pada proses mencari tahu barang dan jasa yang ditawarkan jika harga sudah ditentukan. Proses penentuan harga yang diterapkan memiliki 5 langkah, yaitu Mengestimasi permintaan produk, mengetahui lebih dulu reaksi terhadap persaingan, menentukan market share yang dapat diharapkan, memilih strategi harga untuk mencapai target pasar, mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan.

2.5 Laba

Pengertian laba secara konvensional ialah kelebihan pendapatan (surplus) dari kegiatan komersial yang dihasilkan dengan menyeimbangkan (pendapatan) dengan biaya-biaya yang relevan selama periode yang bersangkutan. Laba menurut Harahap (2009:113) ialah selisih antara pendapatan dan biaya selama satu periode akuntansi.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian dengan data kualitatif studi kasus yakni data yang dimaksud yakni data berdasarkan hasil wawancara mengenai identitas perusahaan Golf “ABC” Di Surabaya. Yakni data daily record player golf tahun 2022 dan data kuantitatif yakni data rate harga pemain golf tahun 2022 dan data biaya operasional golf tahun 2022.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis melaksanakan studi kasus dengan mengumpulkan data. Selain mengumpulkan data melalui penelitian perpustakaan dan lapangan dengan observasi, dan wawancara.

3.3 Teknik Analisis Data

Penulis dengan pendekatan analisis deskriptif, yang menunjukkan bagaimana tarif yang ditetapkan oleh perusahaan sampai saat ini ditentukan, untuk mengevaluasi hipotesis yang disebutkan sebelumnya. Pendekatan kuantitatif ialah menilai perhitungan tarif yang tepat sehingga

usaha dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya atas jasa lapangan golf.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penentuan Tarif Jasa Lapangan Golf “ABC” Menurut Perusahaan

Tabel 4.1
Biaya-Biaya Operasional pada Golf “ABC” di Surabaya

No.	Keterangan	Jumlah Biaya (Rp.)
Biaya Tetap		
1	Biaya Gaji	4,855,200,000
2	Biaya Engineering & Maintenance	460,142,000
3	Biaya Perlengkapan Dan Makanan	
	a. Listrik	594,142,000
	b. Peralatan kantor	36,134,410
	c. Perlengkapan caddy & Karyawan	182,857,046
	d. Makan karyawan	369,649,940
	Total Biaya Tetap	6,498,125,396
Biaya Variabel		
5	Biaya Administrasi Bank	6,142,005
6	Biaya Penyusutan Kendaraan Inventaris	1,234,602,928
7	Biaya Antar Departemen	1,978,000,000
8	Biaya Penjualan/ Komisi	45,882,500
	Total Biaya Variabel	3,264,627,433
	Total Biaya	9.762.752.829

Sumber: data yang diolah peneliti, 2023

Untuk menentukan Tarif di Perusahaan Golf “ABC” maka diketahui Biaya Tetap dan Biaya Variabel. Yang di masukan kedalam penentuan tarif perusahaan, begitupula ada yang Bernama Laba yang di inginkan Perusahaan. Laba yang diinginkan di perusahaan Golf “ABC” ialah masuk bagian dari Green Fee yang dimana Perusahaan menetapkan laba yang diinginkan dan memasukkan Green fee kedalam penentuan Tarif Perusahaan.

Berikut ini akan di jabarkan perkiraan peneliti mengenai penjelasan biaya-biaya apa saja yang mempengaruhi besar kecilnya tarif lapangan perusahaan Golf “ABC” yang terdapat pada tabel di bawah:

- A. Untuk Paket Member
- a. Biaya tenaga kerja
 - Sewa Golf Car 150.000

-Sewa caddy(Caddy Fee)18 Hole 113.000
(Golf service) 263.000

- b. Investasi
- Member seumur hidup 100.000.000
 - Member tahunan 22.500.000

Seperti dalam ketentuan ditetapkan perusahaan sehingga member dibebaskan tarif sewa lapangan (green fee). Maka dari itu, member hanya di kenakan tarif *golf service* yakni:

9 hole (Lapangan) 131.500
18 ole(Lapangan) 263.000

Catatan : Tarif berlaku setiap hari (Khusus Member).

Tabel 4.2
Rate Harga Member, Guest Of Member, Corporate, Travel Agent, dan Publish (Visiter), Followers

	Weekday		Saturday	Sunday Dan Ph	
	9 hole	18 hole	18 hole	9 hole	18 hole
Golf Service	131,500	263.000	263.000	131.500	263.000
Green Fee					
Member	131.500	263.000	263.000	131.500	263.000
Golf Service	190,000	263.000	263.000	263.000	263.000
Green Fee	126,000	210,000	540,000	230,000	390,000
Guest Of Member	316,000	473.000	803.000	493.000	653.000
Golf Service	190,000	263.000	263.000	263.000	263.000
Green Fee	147,000	245,000	560.000	273,000	455,000
Corporate	337,000	508.000	823.000	536.000	718.000
Golf Service	190,000	263.000	263.000	263.000	263.000
Green Fee	168,000	280,000	600.000	312,000	470.000
Travel Agent	358,000	543.000	863.000	575.000	733.000
Golf Service	190,000	263.000	263,000	263,000	263,000
Green Fee	210,000	350,000	760.000	500,000	742.000
Publish	400,000	613.000	1.023.000	763.000	1.005.000
Follower	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000

Sumber: data yang diolah peneliti, 2023

Berikut penjelasan dari tabel di atas arti dari nama-nama pengguna lapangan Golf di Surabaya.

1. Weekday : Hari biasa/normal
2. Saturday : Hari Sabtu
3. Sunday dan Ph : Hari Minggu dan hari libur nasional.
4. 9 hole : jumlah lapangan yang digunakan 9 lapangan
5. 18 hole : 18 lapangan yang digunakan
6. Golf Service : Biaya pelayanan seperti biaya sewa caddy

- (Pemandu Pemain) dan biaya sewa car (Mobil Golf)
7. Green fee : Biaya sewa lapangan
 8. Member : Pemain yang sudah terikat dengan perjanjian tertentu.
 9. Guest Of Member: pemain (Member) yang mengajak temannya yang bukan Member
 10. Corporate : pemain yang atas nama perusahaan (PT) yang bekerja sama dengan perusahaan golf
 11. Travel Agent : Travel atau biro perjalanan yang bekerja sama dengan perusahaan golf
 12. Publish : pemain umum atau pemain biasa yang bermain golf.

Tabel 4.3
Data 9 Hole dan 18 Hole
Data Kunjungan Pemain Member, Visiter
(Publish), Follower and Guest Of Member 2022

Mounth	Member	Guest	Visitor/Publish			Follo wer	Total Pema in 9 Hole
			Weekday	Saturday	Sunday		
Januari	429	0	149	23	12	1	614
Februari	323	0	127	6	19	5	480
Maret	401	0	107	12	23	3	546
April	335	0	144	18	9	1	507
Mei	296	0	94	7	9	7	413
Juni	324	0	114	15	11	6	470
Juli	372	0	89	10	22	0	493
Agustur	453	0	145	17	14	2	631
September	494	0	178	16	8	6	702
Oktober	396	0	146	23	69	2	636
November	444	0	136	16	14	3	613
Desember	366	0	190	22	6	7	591

Sumber ; Perusahaan lapangan Golf “ABC” Di Surabaya

Tabel 4.4
18 HOLE

Mounth	Member	Guest	Visitor/Publish			Follo wer	Tota l Pem ain 18 Hole	Total Pem ain 9 Hole
			Weekday	Saturda	Sunday			
Januari	975	0	737	403	314	5	2434	3048

Februari	904	0	641	288	210	10	2053	2533
Maret	977	0	731	230	221	8	2068	2714
April	889	1	541	221	147	3	1638	2311
Mei	900	0	759	194	274	5	1901	2545
Juni	893	0	704	355	289	3	2164	2714
Juli	1032	0	759	355	413	8	2181	3061
Agustur	945	0	1086	168	302	8	2365	3140
September	915	0	911	302	465	17	2503	3312
Oktober	925	0	846	501	391	9	2296	3309
November	811	0	1044	312	315	9	2435	3104
Desember	906	1	1175	416	279	9	2481	3378

Sumber ; Perusahaan lapangan Golf “ABC” Di Surabaya

Tabel 4.5
Perhitungan Pemain Member 9 Hole Dengan
Rate Member

Bulan	Jumlah Pemain Member 9 Hole	Harga	Tingkat Kunjungan
Januari	429	131.500	56.413.500
Februari	323	131.500	42.474.500
Maret	401	131.500	52.731.500
April	335	131.500	44.052.500
Mei	296	131.500	38.924.000
Juni	324	131.500	42.606.000
Juli	372	131.500	48.918.000
Agustus	453	131.500	59.569.500
September	494	131.500	64.961.000
Oktober	396	131.500	52.074.000
November	444	131.500	58.386.000
Desember	366	131.500	48.129.000
Total Tingkat Kunjungan			609.239.500

Sumber : Perusahaan lapangan Golf “ABC” Di Surabaya.

Tabel 4.6
Perhitungan Pemain member 18 Hole Dengan
Rate Harga 2022

Bulan	Jumlah Pemain Member 18 Hole	Harga	Tingkat Kunjungan
Januari	975	263.000	256.425.000
Februari	904	263.000	237.752.000
Maret	977	263.000	256.951.000
April	889	263.000	233.807.000
Mei	900	263.000	236.700.000
Juni	893	263.000	234.859.000
Juli	1032	263.000	271.416.000

Agustus	945	263.000	248.535.000
September	915	263.000	240.645.000
Oktober	925	263.000	243.275.000
November	811	263.000	213.293.000
Desember	906	263.000	238.278.000
Total Tingkat Kunjungan			2.911.936.000

Sumber: Perusahaan lapangan Golf “ABC” Di Surabaya.

Total Kunjungan Seluruh Member Golf “ABC” Di Surabaya ialah berikut ini :

1. Member Tahunan Untuk Tiap Tahun Harus membayar Sebesar **22.500.000**
2. Member All day Tahunan 22.500.000 X 602 Member = **13.545.000.000**
3. Diketahui Pemain Member Tahunan + Tingkat Kunjungan 9 Hole + Tingkat Kunjungan 18 Hole = **609.239.500 + 2.911.936.000 + 13.545.000.000 = 17.066.175.500**

Tabel 4.7
Perhitungan Follower 9 Hole Dan 18 Hole
Weekday, Weekend

Bulan	Jumlah Pemain Member 9 & 18 Hole	Harga	Tingkat Kunjungan
Januari	6	600.000	3.600.000
Februari	15	600.000	9.000.000
Maret	11	600.000	6.600.000
April	4	600.000	2.400.000
Mei	12	600.000	7.200.000
Juni	9	600.000	5.400.000
Juli	8	600.000	4.800.000
Agustus	10	600.000	6.000.000
September	23	600.000	13.800.000
Oktober	11	600.000	6.600.000
November	12	600.000	7.200.000
Desember	16	600.000	9.600.000
Total Tingkat Kunjungan			82.200.000

Berikut ini ialah perhitungan Pemain Guest Of Member 2022 perusahaan Golf “ABC” Di Surabaya.

Ada di bulan April saja

1 (Guest Of Member) 18 Hole dengan tarif **473.000**
1 X **473.000 = 473.000**

Berdasarkan seluruh perhitungan yang telah dilaksanakan pada tabel-tabel diatas maka berikut ini ialah total keseluruhannya :

Total Tingkat Kunjungan Seluruhnya

= Pemain Member 9 Hole (Weekday, Saturday, Sunday) + Pemain Member 18 Hole (Weekday, Saturday, Sunday) + Pemain Publish (Visiter) 9 Hole Weekday + Pemain Publish 18 Hole Weekday + Pemain Publish 9/18 Hole Saturday + Pemain Publish 9 Hole Sunday + Pemain Publish 18 Hole Sunday + Follower + Guest Of Member + Member Tahunan
= 609.239.500 + 2.911.936.000 + 589.200.000 + 6.177.201.000 + 17.886.132.000 + 164.808.000 + 3.347.655.000 + 82.200.000 + 473.000 + 13.545.000.000
= **45.313.844.500**

Dari hasil perhitungan diatas, maka didapatkan total keseluruhan hasil kunjungan pada perusahaan Golf “ABC” di Surabaya ialah sebanyak Rp **45.313.844.500,00**

4.2 Perkiraan Tarif Jasa Lapangan Golf “ABC” Menurut Peneliti dengan Metode Cost Plus Pricing

Di dalam metode cost plus pricing, biaya di perusahaan Golf ABC yang terdiri dari 2 komponen yakni biaya tetap senilai Rp 6,498,125,396 dan biaya variabel senilai Rp 3,264,627,433 sehingga jumlah biaya keseluruhan yakni Rp 9.762.752.829. Adapun penentuan laba yang diinginkan oleh peneliti yakni sebesar 25%. Sehingga didapatkan perhitungan :

Biaya Tetap, Biaya Variabel + presentase laba diharapkan
= 9.762.752.829 + (9.762.752.829 x 25%)
= 9.762.752.829 + 2.440.688.207
= 12.203.441.036.

Jadi, laba yang diharapkan berdasarkan metode cost plus pricing menurut peneliti, yakni sebesar Rp 2.440.688.207. Sedangkan total omzet yang diterima tahun 2022 di perusahaan Golf ABC yakni sebesar Rp 12.203.441.036.

Kemudian, peneliti melaksanakan perhitungan Harga Pokok Produksi di perusahaan Golf ABC dengan rumus :

Harga pokok produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja + Biaya Overhead Pabrik.

Diketahui:

Bahan baku langsung:

Biaya Engineering & Maintenance 460.142.000

Biaya Penyusutan Kendaraan Inventaris

1.234.602.928

1.694.744.928

Bahan baku tidak langsung:	
Biaya Perlengkapan	813.133.456
Biaya Administrasi Bank	6.142.005
Biaya Antar Departemen	1.978.000.000
Biaya Penjualan/ Komisi	<u>45.882.500</u>

2.843.157.961

Biaya tenaga kerja:
Biaya gaji dan tunjangan makan **5.224.849.940**

Maka:

HPP = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja +
Biaya Overhead Pabrik.

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= (1.694.744.928 + 2.843.157.961) + \\ &5.224.849.940 + 0 \\ &= 9.762.752.829 \end{aligned}$$

Jadi, Harga Pokok Produksi di perusahaan Golf ABC tahun 2022 sebesar **Rp 9.762.752.829**

Tabel 4.8
Biaya-Biaya Operasional Pada Golf "Abc"
Di Surabaya

No.	Keterangan	Jumlah Biaya (Rp.)
	Biaya Tetap	
1	Biaya Gaji	4,830,100,000
2	Biaya Engineering & Maintenance	450,150,000
3	Biaya Perlengkapan Dan Makanan	
	a. Listrik	575,850,000
	b. Peralatan kantor	35,120,000
	c. Perlengkapan caddy & Karyawan	179,728,000
	d. Makan karyawan	372,193,500
	Total Biaya Tetap	6,443,141,500
	Biaya Variabel	
5	Biaya Administrasi Bank	6,075,320
6	Biaya Penyusutan Kendaraan Inventaris	1,234,602,928
7	Biaya Antar Departemen	1,982,750,000
8	Biaya Penjualan/ Komisi	46,005,000
	Total Biaya Variabel	3,264,627,433
	Total Biaya	9.762.752.829

Rate Harga Member, Guest Of Member, Corporate, Travel Agent, Dan Publish (Visiter), Follower Rate Harga versi peneliti didasarkan oleh rumus:

Taksiran biaya penuh + (Taksiran Biaya penuh x Laba diinginkan) = Taksiran biaya penuh +

(Taksiran Biaya penuh x 49%) = 131.500 + (131.500 x 49%) = 195.000. Berikut rekapian lengkap dari perhitungan tersebut.

Tabel 4.9
Perkiraan Rate Harga 2022

	WEEKDAY		SATURDAY	SUNDAY dan PH	
	9 hole	18 hole	18 hole	9 hole	18 hole
Golf Service Green Fee	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
Member	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
Golf Service Green Fee	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
	275.000	429,770	921.470	539,570	697,970
Guest Of Member	470,840	704,770	1,196,470	734,570	972,970
Golf Service Green Fee	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
	307,130	481,920	951,270	603,640	794,820
Corporate	502,130	756,920	1,226,270	798,640	1,069,820
Golf Service Green Fee	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
	358,420	534.000	1,010,870	661,750	817,170
Travel Agent	533,420	809,000	1,285,870	856,750	1,092,170
Golf Service Green Fee	195.000	275.000	275.000	195.000	275.000
	401.000	638,370	1,249,270	941,870	1,222,450
Publish	596,000	913,370	1,524,270	1,136,870	1,497,450
Follower	894,000	894,000	894,000	894,000	894,000

Khusus untuk paket member yang sudah diputuskan oleh perusahaan, sehingga:

a. Biaya tenaga kerja

1) 9 Hole

-Sewa Golf Car 120.000

-Sewa caddy (Caddy Fee) 9 Hole 75.000

(Golf service) 195.000

2) 18 Hole

-Sewa Golf Car 120.000

-Sewa caddy (Caddy Fee) 18 Hole 155.000

(Golf service) 275.000

b. Investasi

-Member seumur hidup 112.500.000

-Member tahunan 22.500.000

Seperti dengan ketentuan ditetapkan pada perusahaan sehingga member dibebaskan tarif sewa lapangan (green fee). Jadi member hanya di kenakan tarif *golf service* yakni:

9 hole (Lapangan) 195.000

18 hole (Lapangan) 275.000

Catatan : Tarif berlaku setiap hari (Khusus Member)

Tabel 4.10
Perhitungan Pemain Member 18 Hole
Dengan Rate Harga 2022

Bulan	Jumlah Pemain Member 9 Hole	Harga	Tingkat Kunjungan
Januari	896	275,000	246,400,000
Februari	835	275,000	229,625,000
Maret	873	275,000	240,075,000
April	866	275,000	238,150,000
Mei	902	275,000	248,050,000
Juni	927	275,000	254,925,000
Juli	979	275,000	269,225,000
Agustus	945	275,000	259,875,000
September	913	275,000	251,075,000
Oktober	921	275,000	253,275,000
November	876	275,000	240,900,000
Desember	901	275,000	247,775,000
Total Tingkat Kunjungan			2,979,350,000

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2023

Meninjau hasil perhitungan diatas, sehingga berikut ini ialah rincian dari seluruh total tingkat kunjungan perusahaan Golf “ABC” di Surabaya menurut perhitungan peneliti.

1. Member Tahunan Untuk Tiap Tahun Harus membayar Sebesar **22.500.000**
2. Member All day Tahunan 22.500.000 X 600 Member = **13.500.000.000**
3. Total Kunjungan
= Pemain Member Tahunan + Tingkat Kunjungan 9 Hole + Tingkat Kunjungan 18 Hole = 899.340.000 + 2.979.350.000 + 13.500.000.000 = **17.378.690.000**

Sehingga total seluruh kunjungan Pemain Member pada perusahaan Golf “ABC” di Surabaya menurut perhitungan peneliti ialah Rp 17.378.690.000,00

Tabel 4.11
Perhitungan Follower 9 Hole Dan 18 Hole Weekday, Weekend

Bulan	Jumlah Pemain Member 9 Hole	Harga	Tingkat Kunjungan
Januari	7	894,000	6,258,000
Februari	9	894,000	8,046,000
Maret	5	894,000	4,470,000
April	5	894,000	4,470,000
Mei	6	894,000	5,364,000
Juni	3	894,000	2,682,000
Juli	7	894,000	6,258,000
Agustus	10	894,000	8,940,000
September	8	894,000	7,152,000

Oktober	9	894,000	8,046,000
November	8	894,000	7,152,000
Desember	11	894,000	9,834,000
Total Tingkat Kunjungan			78,672,000

Berikut ini ialah perhitungan Pemain Guest Of Member tahun 2022 perusahaan Golf “ABC” di Surabaya menurut perhitungan peneliti. Guest Of Member tahun 2022 Ada di bulan Mei, Oktober dan Desember

2 (Guest Of Member Weekday) 18 Hole dengan tarif 704.770
 $2 \times 704.770 = 1.409.540$
 1 (Guest Of Member Saturday) 18 Hole dengan tarif 1.196.470
 $1 \times 1.196.470 = 1.196.470$
 Total Guest Of Member = $1.409.540 + 1.196.470 =$
2.606.010

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka didapatkan total kunjungan Guest Of Member tahun 2022 seanyak Rp **2.606.010**.

Total Tingkat Kunjungan Seluruhnya

Berdasarkan seluruh perhitungan yang telah dilaksanakan pada tabel-tabel diatas maka berikut ini ialah total keseluruhannya:

= Pemain Member 9 Hole (Weekday, Saturday, Sunday) + Pemain Member 18 Hole (Weekday, Saturday, Sunday) + Pemain Publish (Visiter) 9 Hole Weekday + Pemain Publish 18 Hole Weekday + Pemain Publish 9/18Hole Saturday + Pemain Publish 9 Hole Sunday + Pemain Publish 18 Hole Sunday + Follower + Guest Of Member + Member Tahunan
 $= 899,340,000 + 2,979,350,000 + 604,500,000 + 6,153,750,000 + 4,032,010,000 + 119,260,000 + 3,585,070,000 + 48,400,000 + 1.965.000 + 13,500,000,000$
= 31,923,645,000

Dari hasil perhitungan diatas, maka didapatkan total keseluruhan hasil kunjungan pada perusahaan Golf “ABC” di Surabaya ialah sebanyak Rp **31,923,645,000,00**

4.3 Pembahasan

4.11.1 Perbandingan Harga Jual Menurut Peneliti, Perusahaan Dan Metode Cost Plus Pricing

Tabel 4.12
Perbandingan Perkiraan Harga Jual Perusahaan Dengan Harga Jual Menurut Peneliti dengan Metode Cost Plus Pricing

Pemain		

	Harga jual menurut perusahaan (Rp)	Harga jual menurut Peneliti dengan metode Cost Plus Pricing (Rp)
Member Weekday, Saturday, Sunday 9 Hole	132,000	195,000
Member Weekday, Saturday, Sunday 18 Hole	263,000	275,000
Guest Of Member Weekday 9 Hole	316,000	470,840
Guest Of Member Weekday 18 Hole	473,000	704,770
Guest Of Member Saturday 9 Hole + 18 Hole	803,000	1,196,470
Guest Of Member Sunday 9 Hole	493,000	734,570
Guest Of Member Sunday 18 Hole	653,000	972,970
Corporate Weekday 9 Hole	337,000	502,130
Corporate Weekday 18 Hole	508,000	756,920
Corporate Saturday 9 Hole + 18 Hole	823,000	1,226,270
Corporate Sunday 9 Hole	536,000	798,640
Corporate Sunday 18 Hole	718,000	1,069,820
Travel Agent Weekday 9 Hole	358,000	533,420
Travel Agent Weekday 18 Hole	543,000	809,000
Travel Agent Saturday 9 Hole + 18 Hole	863,000	1,285,870
Travel Agent Sunday 9 Hole	575,000	856,750
Travel Agent Sunday 18 Hole	733,000	1,092,170
Visiter (Publish)Weekday 9 Hole	400,000	596,000
Visiter (Publish)Weekday 18 Hole	613,000	913,370
Visiter (Publish)Saturday 9 & 18 Hole	1,023,000	1,524,270
Visiter (Publish) Sunday 9 Hole	763,000	1,136,870
Visiter (Publish)Sunday 18 Hole	1,005,000	1,497,450
Follower	600,000	894,000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Dari tabel di depan, diketahui antara harga jual perusahaan dan harga jual menurut peneliti yang dihitung dengan metode *Cost Plus Pricing*, harga jual menurut peneliti yang di hitung berdasarkan metode *cost plus pricing* memiliki harga yang jauh lebih bersaing dan lebih tinggi di banding harga sesungguhnya dari harga jual perusahaan. Sehingga dengan penentuan harga berdasarkan metode *cost plus pricing* sangat direkomendasikan supaya perusahaan memperoleh laba yang jauh lebih

tinggi serta dapat bersaing dengan kompetitor dan perusahaan sejenis.

4.11.2 Hasil Kunjungan Berdasarkan Harga Jual

Tabel 4.13
Menurut studi yang terdokumentasi, investor

Pemain	Tingkat Kunjungan Harga Jual di Perusahaan (Rp)	Tingkat Kunjungan Harga jual menurut Peneliti dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Rp)
Member Weekday, Saturday, Sunday 9 Hole	609,939,500	899,340,000
Member Weekday, Saturday, Sunday 18 Hole	2,911,936,000	2,979,350,000
Visiter Weekday 9 Hole	589,200,000	923,800,000
Visiter Weekday 18 Hole	6,177,201,000	8,993,041,020
Visiter Saturday 9 & 18 Hole	17,886,132,000	18,324,773,940
Visiter Sunday 9 Hole	164,808,000	202,362,860
Visiter Sunday 18 Hole	3,347,655,000	5,621,427,300
Follower	82,200,000	78,672,000
Guest Of Member	473,000	2,606,010
Total Kunjungan	45,313,844,500	51,525,373,130

Dari tabel di depan diketahui tingkat kunjungan harga perusahaan sebesar **Rp 45.313.844.500,00** dan tingkat kunjungan menurut peneliti dengan metode *Cost Plus Pricing* sebesar **Rp 51.525.373.130,00**. Selisih antara tingkat kunjungan menurut perusahaan dibandingkan menurut peneliti yang dihitung dengan metode *Cost Plus Pricing* ialah Rp 6.211.528.630,00. Dari selisih diatas sehingga dikatakan perhitungan harga jual yang paling relevan dalam meningkatkan laba perusahaan ialah menentukan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing*.

4.11.3 Analisis Perhitungan Tarif Jasa Ketepatan Harga Lapangan Golf Club "ABC" di Surabaya

Analisis perhitungan di atas menunjukkan tarif jasa lapangan dapat dinaikkan untuk mencapai laba lebih lagi dan tarif nya masih tergolong normal. Untuk menaikkan laba dapat dengan metode perhitungan *cost plus pricing*,

yakni metode yang digunakan oleh bisnis untuk menaikkan harga dengan jumlah tertentu. Berikut ini perbandingan antara tarif yang digunakan Perusahaan dengan tarif hasil perhitungan *cost plus pricing*

- a. Perhitungan laba bersih tingkat kunjungan dari tarif yang digunakan perusahaan pertahun diketahui Rp 45.313.844.500,00 dikurangi biaya operasional sebesar Rp 9.763.159.979,00 sama dengan laba bersih Rp 35.550.684.521,00.
- b. Perhitungan Laba bersih tingkat kunjungan dari perhitungan metode *cost plus pricing* ialah diketahui pertahun Rp 51.525.373.130,00 dikurangi biaya operasional sebesar Rp 9.762.752.829,00 sama dengan laba bersih Rp 41.762.620.301,00.

Dari hasil analisa diatas diketahui laba bersih dalam perhitungan metode *cost plus pricing* lebih menguntungkan dan menghasilkan laba yang tinggi dibandingkan laba bersih yang di peroleh Perusahaan”ABC” saat ini. Hasil perhitungan tarif dengan metode *cost plus pricing* didapatkan harga jual/tarif jasa yang lebih tinggi dibanding tarif yang saat ini digunakan oleh perusahaan, meskipun lebih tinggi namun tarif hasil perhitungan dengan *cost plus pricing* masih bisa bersaing dengan harga/tarif jasa lapangan pada perusahaan sejenis lainnya.

Tabel 4.14

BIAYA TENAGA KERJA 2022

a. Biaya tenaga kerja lapangan hole	
1. Finance dan accounting	504.000.000
2. F&B	554.400.000
3. Golf Operation	2.116.800.000
4. Golf Course Maintenance	1.512.000.000
5. Sales & Marketing	168.000.000
Total Gaji Setahun	4.855.200.000

Biaya Pembangunan Pada tahun 1997

- a. Pembelian Tanah (4.808.861 m)
63,633,744,836
 - b. Biaya Pembangunan Lapangan
13,160,177,450
 - c. Biaya Pembangunan Club House
46,350,725,776
- Alat Yang Digunakan Dalam Pembangunan Lapangan
- a. Kendaraan proyek 8,943,142,894

- b. Mesin / Tools & Equipment
18,331,388,705

Total biaya pembangunan lapangan (investasi) 150,419,179,661

- Laba kotor tahun 2022 **45.313.844.500**
 Biaya perasional tahun 2022 **9.763.159.979**
 Laba tahun 2022 **35.550.684.521**
 Laba kotor menurut Cost plus Pricing **51.525.373.130**
 Biaya Operasional tahun 2022 **9.762.752.829**
 Laba setelah memakai cost plus pricing **41.762.620.301**

Hubungan Penentuan Tarif Dengan Laba Optimal Pada Perusahaan Golf “ABC” Di Surabaya

Umumnya perusahaan didirikan untuk menentukan tarif atau harga jual dari setiap produk yang dengan lapangan untuk bermain. Kaitannya dengan keuntungan yang optimal sangat kuat karena perusahaan memerlukan perencanaan dan pengendalian dalam setiap kegiatan usahanya untuk menjamin dapat terus mendanai seluruh kegiatan yang sedang berjalan. Salah satu tujuannya ialah memperoleh keuntungan yang optimal sekaligus melaksanakan pengorbanan sesedikit mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya *Cost Plus Pricing* maka perusahaan bisa memberikan tarif atau harga jual seefektif mungkin dimana harga jual ini nantinya akan bersaing dengan perusahaan sejenis dan bisa meningkatkan laba perusahaan menjadi lebih tinggi dari sebelumnya

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan sebelumnya sehingga diambil kesimpulan yakni:

1. Menurut Analisis Perhitungan Penentuan tarif Jasa Lapangan perusahaan Golf “ABC” Di Surabaya sudah menghasilkan laba.
2. Memakai Perhitungan Cost Plus Pricing sangat tepat untuk penentuan tarif untuk mencapai laba sebesar-besarnya dengan peningkatan harga nya masih tergolong normal dilihat dari harga tempat golf- golf lainnya yang di Surabaya.

Adapun saran peneliti yaitu Sangat tepat untuk memakai perhitungan Cost Plus Pricing dalam menaikkan tarif lapangan Golf untuk menghasilkan laba yang optimal, dan Harga dari perhitungan Cost Plus Pricing masih bisa bersaing dengan harga golf-golf lain di Surabaya.

Reference

- Abdul, Achmad, Fakhri, 2009, *Sistem Pengendalian Manajemen*, Upp Stim YKPN, Yogyakarta
- Bastian,Nurlela, 2009, *Akuntansi Biaya*,Graha Ilmu,Yogyakarta
- Blocher, Edward J,Kung H.Chen,dan Thomas W.Lin, 2000 ,*Manajemen Biaya*, Jakarta: Salemba Empat
- Firdaus, wasilah, 2009, *Akuntansi Biaya*, Salemba Empat, Jakarta
- Garrison, Ray H. dan Eric W. Norren, 2000, *Akuntansi Manajerial*, Jakarta: Salemba Empat.
- Hendra, 2009, *Manajemen Keuangan dan Akuntansi*, Salemba empat Jakarta.
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen, 2000, *Manajemen Biaya*, Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen & Mowen, 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Cetakan 6. Yogyakarta: Aditya Media.
- Surjadi, Lukman,2010 , *Akuntansi Biaya*, Jakarta : PT.Indeks
- Maher, Michael W. dan Edward D. Deakin, 1997, *Akuntansi Biaya*, Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi dan Setyawan. Johny, 1999, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Yogyakarta: Aditya Media.
- Supriyono, 1994, *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen* ,Yogyakarta
- Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008
- Slat, Andre Henri, *Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual*, Jurnal EMBA, Vol. 1 Nomor 3, Juni 2013.
- Djojodipuro, Marsudi, 1991, *Teori Harga*, Jakarta: LPFE UI.
- Winardi, 1992. *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran Modern*, Yogyakarta
- Lewis, Gregory. 1994. *Strategi Menetapkan Harga*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kadir,Abdul “*Analisis Penentuan Tarif Jasa Lapangan Padivalley Golf Club PT.Kalaborang Residence Pattalassang*”, Skripsi, Makassar, 2014.
- Yulinda, 2019. *Analisis Penentuan Harga Jual Produk dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih pada PT. Mestika Mandiri Medan*, Skripsi. Medan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tim Penyususun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Surabaya: UWK Surabaya, 2020.