

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya era 4.0 membuat dampak besar bagi perusahaan jasa terutama yang bergerak di bidang pariwisata dan perhotelan, hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar hotel. Di era Industri 4.0, ada pula tantangan-tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis di bidang perhotelan. Teknologi membuat pengalaman pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan reputasi sebuah hotel karena pelanggan dapat memberikan umpan balik secara *online*.

Pelayanan hotel akan ditingkatkan demi memuaskan pelanggan. Akses pasar yang luas membuat persaingan semakin kuat. Permainan lebih ditingkatkan pada jumlah kamar, bukan kualitasnya. Teknologi dimanfaatkan untuk memangkas biaya tenaga kerja, membuat beberapa lapangan pekerjaan tak membutuhkan sumber daya manusia. Untuk menghadapi jejeran tantangan tersebut, pelaku industri perhotelan harus memberikan pelayanan yang memuaskan, sehingga reputasi hotel mereka di dunia digital akan bernilai tinggi. Pelaku industri juga perlu meningkatkan daya tarik diskon karena pelanggan menyukai bentuk penawaran berbaur potongan harga. Selain itu, pemanfaatan teknologi pun dinilai tak kalah penting. Dengan 143

juta pengguna internet di Indonesia, akan lebih mudah bila pelaku industri perhotelan menghubungkan bisnis mereka melalui dunia digital. Apalagi, era industri 4.0 semakin dekat, diperlukan persiapan untuk hadapi persaingan di masa itu. Bila tak mampu beradaptasi dengan teknologi, pemain besar industri perhotelan pun mungkin akan gugur di tengah jalan (Tantangan bisnis perhotelan dalam industri 4.0, <http://www.wartaekonomi.co.id>, 2018) .

Tingginya tingkat persaingan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri yang sama, menyebabkan tingkat persaingan akan semakin tinggi. Oleh karena itu di perlukan strategi-strategi perusahaan yang bisa memenangkan persaingan. Salah satu strategi yang digunakan untuk bisa memenangkan persaingan adalah penekanan harga jual hotel. Dengan harga jual yang semakin rendah, maka tingkat penjualan produk menjadi tinggi. Salah satu strategi yang dilakukan pihak manajemen adalah dengan mengendalikan biaya guna memberikan tarif atau harga yang murah tanpa harus mengurangi kualitas dari pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Selain harga yang murah, para konsumen tentunya akan mempertimbangkan kualitas dari pelayanan jasa yang diberikan.

Untuk menghasilkan harga pokok yang tepat harus diimbangi dengan penetapan biaya secara efisien. Oleh sebab itu biaya yang dikeluarkan harus dialokasikan secara tepat pada suatu jasa yang digunakan dalam penentuan tarif inap, dikarenakan *Activity Based Costing* merupakan sebuah metode pembebanan biaya yang membebankan biaya berdasarkan aktivitas yang

dikerjakan dalam suatu organisasi dan mengumpulkan biaya berdasarkan perilaku yang ada dari aktivitas yang dilakukan untuk menentukan harga jasa layanan inap. Untuk perhitungan biaya, perusahaan di bidang jasa masih banyak yang menggunakan metode konvensional terutama di bidang perhotelan, yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan dibebankan langsung pada jasa yang diberikan. Bahkan terkadang biaya yang dikeluarkan dalam memberikan pelayanan jasa tidak diperhitungkan. Sehingga jasa yang dihasilkan tidak dapat mencerminkan biaya yang diserap dalam menghasilkan jasa tersebut. Adanya biaya-biaya yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan pembuatan produk dimasukkan dalam perhitungan biaya *overhead* akan menimbulkan distorsi biaya, karena biaya-biaya tersebut tidak memenuhi prinsip analisis nilai tambah (*Added Value Analysis*). Oleh sebab itu, untuk mengatasi kelemahan metode konvensional dikembangkan sebuah metode baru yaitu metode *Activity Based Costing* atau yang sering dikenal dengan metode ABC.

Penggunaan metode ABC diasumsikan akan membantu perencanaan manajemen dengan baik. Karena pada dasarnya manajer memerlukan suatu pedoman berupa perencanaan yang memuat langkah-langkah yang akan dan harus di tempuh satuan unit bisnis dalam mencapai tujuannya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini sebagai berikut.

1. Bagaimana Perhitungan harga sewa kamar hotel menurut Hotel Patra Comfort Jakarta?
2. Bagaimana Perhitungan harga sewa kamar hotel dengan metode *Activity Based Costing*?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Akuntansi. Selain itu, penelitian ini dibuat untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan metode *Activity Based Costing* dalam menentukan penghitungan harga sewa kamar Hotel Patra Comfort Jakarta.

2. Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu bagi Hotel Patra Comfort Jakarta dan bagi peneliti selanjutnya.

a. Bagi Hotel Patra Comfort Jakarta

Sebagai sumbangan pemikiran bagi Perusahaan untuk dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengelola harga sewa di Hotel Patra Comfort Jakarta.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penulisan dapat dijadikan salah satu sumber referensi sebagai pengembangan pada penelitian dimasa yang akan datang.