

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia kian mengecil, ungkapan tersebut ada benarnya kalau dikaitkan dengan merebaknya penggunaan internet dalam berkomunikasi. Revolusi komunikasi telah mengurangi secara drastis rentang jarak dan waktu selama ini. Dunia seakan tersaji secara lengkap diujung jari pengguna internet dan *world wide web*. Keunggulan *net* dan *web* inilah yang kini diserap para pelaku bisnis di jaman yang serba kompetitif ini.

Sejarah internet sudah sangat jelas, mulai dari Pentagon ke institusi pendidikan dan dunia komersial. Internet dirancang bangun modular, simpel dan tidak ada pemilikinya. Hal ini memberikan keuntungan dalam hal perkembangan sampai sejauh yang diinginkan atau hingga pada batas akhir kemampuannya. Komunikasi melalui internet memiliki keunggulan-keunggulan dalam percepatan dan ketepatan. Respon yang diperoleh juga lebih cepat dibandingkan dengan model komunikasi konvensional.

Jumlah pengguna internet yang semakin bertambah maka mendorong investor untuk mendirikan warnet terutama di daerah sekitar kampus. Makin banyaknya warnet yang didirikan maka memaksa investor untuk bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Tak hanya soal waktu yang

disediakan untuk konsumen, soal kinerja teknis yang dimiliki juga merupakan hal yang penting dalam persaingan. Misalnya kecepatan modem yang dimiliki, berapa jumlah saluran telepon yang disediakan serta produk-produk apa saja yang dimiliki.

Untuk produk yang ditawarkan biasanya provider menawarkan beberapa fasilitas semacam *e-mail*, *newsgroup*, *FTP (File Transfer protocol)*, *WWW (World Wide Web)*, fasilitas semacam ataupun *IRC (International Relay Chatting)*. Beragamnya feature pada homepage masing-masing Pelayanan Jasa Internet (PJI) juga menjadi satu poin tersendiri dalam persaingan memperebutkan konsumen.

Hal lain dalam persaingan di dunia Pelayanan Jasa Internet (PJI) adalah soal biaya atau tarif jasa jaringan internet yang dibebankan pada konsumen. Untuk itu Deparpostel telah mengeluarkan SK Menteri Perpostel No. KM.59/PR.301/MPPT tanggal 30 juli 1996 mengenai tarif jasa jaringan internet (TJJI). Pada SK Menparpostel ini terdapat tiga tarif yang diatur yaitu : TJJI dial-up analog untuk pengguna PC (Personal Computer) dan pengguna LAN (Local Area Network), TJJI dial-up digital (untuk pengguna PC dan LAN), dan TJJI dedicated.

Dengan adanya penetapan TJJI ini persaingan antar PJI menjadi lebih tertib. Tidak ada lagi PJI yang mematok harga rendah dengan dalih meraih konsumen. Untuk itu maka diberikan usulan standar biaya langganan. Misalnya

untuk TJJJ PC dial-up analog diusulkan paket 10 jam dengan biaya pendaftaran standar Rp 25.000 -Rp 33.750, biaya pakai perbulan Rp 35.000 - Rp 47.250, dan tarif tambahan perjam Rp 3.000 - Rp 4.050.

Meskipun pemerintah telah menetapkan tarif jasa jaringan internet (TJJJ) namun tidak semua warnet mematok tarif jasa jaringan internet sesuai dengan ketentuan bersama. Apalagi dengan munculnya banyak pesaing maka memaksa pengusaha untuk menyusun strategi bisnis agar tetap eksis dalam menjalankan usahanya.

Dengan memperhatikan uraian diatas, penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam menyusun skripsi dengan judul :

**“ ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL JASA PERSEWAAN
WARNET (Studi Kasus Pada 2 Warnet di daerah Gejayan)”.**

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perusahaan menentukan harga jual produknya dalam usaha memperoleh laba yang diharapkan ?
2. Faktor - faktor apakah yang mempengaruhi penentuan harga dan apakah penentuan harga tersebut sudah tepat jika dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga ?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar tidak meluasnya permasalahan yang ada. Adapun batasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- Warnet yang akan diteliti sebanyak 2 warnet yang tarif jasa jaringan internetnya berkisar antara Rp 2.000 -Rp 5.000 per jam.
- Data-data keuangan (biaya-biaya yang digunakan adalah biaya-biaya yang terjadi pada tahun 2000).

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui secara jelas faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan harga jual pada warnet.
2. Menganalisis apakah penentuan harga jual yang ditetapkan pada warnet sudah tepat dan apakah laba yang diperoleh sepadan dengan investasi yang telah ditanamkan.
3. Memberikan masukan bagi perusahaan mengenai penggolongan biaya yang baik dan alternatif metode penetapan harga jual.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam penentuan harga jual produknya.

2. Bagi Penulis

Sebagai aplikasi dari teori-teori yang didapat di bangku kuliah, dengan penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu dan pengalaman yang belum diperoleh sebelumnya sekaligus memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia.

3. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan disamping itu dapat digunakan sebagai informasi bagi kelengkapan suatu penelitian.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1) Studi Pustaka

Diarahkan untuk memperoleh landasan teori yang akan digunakan dalam menganalisis kasus. Dasar-dasar teoritis ini diperoleh dari literatur maupun tulisan-tulisan ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2) Penelitian Lapangan

Dilakukan dengan cara penelitian langsung ke perusahaan. Maksud penelitian ini untuk memperoleh data primer dan sekunder. Untuk memperoleh data tersebut digunakan cara :

a. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan beberapa staf dan karyawan perusahaan.

b. Observasi

Mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan di perusahaan yang di teliti.

c. Dokumentasi

Melalui catatan atau laporan tertulis yang berhubungan dengan obyek penelitian

1.6.2. Data yang diperlukan

a. Data umum berupa :

- Jumlah tenaga kerja
- Gambaran umum perusahaan
- Macam-macam pelayanan yang diberikan

b. Data khusus berupa :

- Upah tenaga kerja
- Jam kerja tenaga kerja

- Volume/ kapasitas jasa yang dihasilkan
- Harga jual jasa per jam
- Biaya depresiasi aktiva tetap
- Biaya listrik
- Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap
- Biaya ISP
- Biaya umum

1.6.3. Analisis Data

Analisis penentuan harga jual jasa persewaan internet pada penelitian ini menggunakan metode *cost - plus pricing* . Dalam keadaan normal, menejer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual dalam keadaan normal juga disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal (*cost - plus pricing*) ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga jual = Taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

Perhitungan harga jual dengan *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing* adalah :

Perhitungan Markup :	
Biaya non operasional	Rp XXX
Laba yang diharapkan	XXX
	_____ +
Jumlah	XXX
Biaya operasional	XXX

Persentase Markup	X%

Perhitungan harga jual :	
Biaya operasional	Rp XXX
Markup	XXX
	_____ +
Jumlah harga jual	XXX
Volume jasa	XXX
	_____ :
Tarif jasa per jam	XXX

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab awal penulisan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas teori-teori yang mendasari penelitian ini yang meliputi : pengertian tarip atau harga jual, pentingnya keputusan penentuan harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi tarip.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum keadaan warnet yang akan diteliti dan gambaran internet secara umum.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab IV akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual jasa persewaan internet, Penggolongan biaya di warnet Chamber dan Sentral, analisis biaya, analisis penentuan harga jual jasa persewaan internet dengan metode *cost-plus pricing full costing* dan *variable costing*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Akhirnya dalam bab terakhir ini akan diberikan simpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan juga saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti pada khususnya, dan perusahaan-perusahaan jasa persewaan warnet pada umumnya.