

The Influence Of Promotion Costs And General Administrative To Cost Of On PT. Jakarta International Hotels And Development.Tbk

Febryandhie Ananda¹⁾, Safrul Rahmadhan²⁾

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

safrulrahmadan4@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted at PT. Jakarta International Hotels And Development.Tbk, which aims to determine the influence of promotion costs and the cost of administration against the price of staple inn. Using test tools Eviews 8, with secondary data from the years 2009-2018, quantitative research uses the data type of the time series. With the technique of multiple linear regression analysis, T test, and the test deteminasi (R2). The results of this study show that the Cost of Promotion significant positive effect on the financial performance of the Price of Staple Inn. So the hypothesis one in this study missed. It also happens in the variable Cost of Public Administration affect the financial performance of the Price of Staple Inn. So the hypothesis in this study positive significant. It can be seen from the results of t-Test showing the value prob is equal to $0.04 < \alpha$ of 0.05. This means that the positive influence.

Keywords: *Cost Of Promotion, General Administrative Expenses, And Cost Of Goods.*

Detail Artikel:

Diterima : 07 Desember 2019

Disetujui : 25 Februari 2020

DOI:10.31575/jp.v4i1.211

PENDAHULUAN

Harga adalah suatu nilai tukar berbilang uang yang harus dikeluarkan kepada nasabah penjual atas barang dan jasa, demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari barang dan jasa tersebut. Sedangkan yang dimaksud harga pokok adalah modal utama dalam sebuah usaha atau keinginan untuk mengharapkan keuntungan dan kepuasan dalam perusahaan. Sebagaimana telah di jelaskan menurut (Jenny Morasa, 2016) harga pokok merupakan suatu biaya yang dikeluarkan untuk melangsungkan suatu proses dan dibebankan pada barang atau jasa yang di hasilkan dalam suatu perusahaan. Di dalam *process costing* dan *job order costing* merupakan kemastian untuk menghitung anggaran biaya pokok produksi.

Bagi perusahaan yang memakai *job order costing*, penghitungan biaya pokok penghasilan yang benar merupakan sangat penting dikarenakan ketika suatu perusahaan mendapatkan orderan dari pelanggan, diharuskan untuk memastikan harga jual nya sebelum orderan dijual agar biaya pokok produksi perusahaan tidak mengalami kerugian, sehingga biaya pokok pruduksi yang di tentukan untuk masing-masing pesanan menjadi lebih akurat, contohnya PT. Tidak Kerinci Agung harus melakukan perhitungan elemen dan pengakumulasian, bagian dari harga produksi maupun bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta tanggung jawab

biaya *overhead* pabrik dalam setiap orderan yang di kerjakan secara akurat, maka dari itu masalah ini bertujuan supaya harga penjualan yang dipastikan mampu menutupi biaya pembuatan dan menghasilkan keuntungan yang layak di hendaki.

Salah satu permasalahan yang terjadi pada Hotel Selecta Kota Batu yaitu dalam menentukan harga pokok sewa kamar, Hotel Selecta Kota Batu tidak menggunakan perhitungan angka-angka yang tepat, tetapi berdasarkan kebijakan yang diambil oleh hotel itu sendiri dengan hanya mempertimbangkan penambahan pada tingkat unit yang dianggap penting. Selain itu untuk tipe kamar yang sama terdapat perbedaan harga jual yang lebih tinggi daripada hotel kelas melati lainnya bahkan lebih tinggi dari hotel kelas bintang tiga. Tidak akuratnya dalam perhitungan harga pokok kamar tersebut dapat menyebabkan: 1) Apabila harga jual kamar ditetapkan sangat tinggi dapat merusak daya persaingan dipasaran; 2) Apabila harga jual kamar terlalu rendah berdampak pada bisnis jangka panjang yang mempengaruhi penerimaan laba tidak sesuai dengan target yang ditetapkan atau bahkan bisa rugi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ardi Helmy Maulana, 2016) menyatakan bahwa Hotel merupakan salah satu pelaku bisnis yang sedang berkembang pesat di Malang Raya. Data dari Badan Perizinan Terpadu (BPPT) pada tahun 2011 jumlah hotel di Kota Malang sebanyak 38, namun pada awal 2015 sudah mencapai 81 hotel. Sehingga dalam kurun waktu tiga tahun jumlahnya meningkat sebesar 43 hotel (M. Sofi, 2015). Sedangkan untuk kota Batu pada tahun 2015 yang terdaftar sebaga anggota berjumlah 70 hotel, dan tingkat okupansinya bisa mencapai 80% (Pras, 2015). Saat low season (Januari-Februari) hotel-hotel di Malang Raya banyak yang membanting harga dengan memberikan harga kamar yang lebih murah dari harga kamar normal pada hari-hari biasanya.

Di zaman moderen saat ini pesatnya perkembangan hotel baru di Indonesia hal ini tidak dapat dipungkiri melahirkan persaingan pada semua aspek hotel seperti harga penginapan, harga makanan, harga meeting room dan harga lainnya, dengan persaingan yang semakin ketat maka dari itu manajemen hotel membuat kebijakan dengan giat melakukan promosi dan lainnya.

Pengembangan hipotesis

Menurut (Sari, 2017) menyatakan bahwa dalam menentukan besarnya biaya promosi penginapan dibuktikan akan memberikan perhitungan alokasi biaya tidak langsung yang lebih akurat berdasarkan pada aktivitas-aktivitas hotel karena biaya yang terjadi dibebankan pada produk atas dasar aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk dan juga menggunakan dasar lebih dari satu cost driver, metode biaya promosi menghasilkan perhitungan profit lebih akurat yang dihasilkan dari masing-masing jenis tipe kamar, sehingga menghasilkan perhitungan Biaya promosi kamar dan profit yang dihasilkan akan memberikan dampak bagi pihak hotel, baik dari jangka pendek maupun jangka panjang, untuk jangka pendek akan membantu pihak hotel dalam pengkajian profit perjenis tipe kamar dan juga sebagai penentuan room rate yang tepat dan untuk jangka panjang sangat berkaitan dengan nama baik hotel dimata masyarakat atau pun dilingkungan sekitar serta para tamu baik dari segi kualitas maupun harga yang ditawarkan.

Menurut (Sari, 2017) menyatakan bahwa dalam menentukan besarnya harga Pokok penginapan dibuktikan akan memberikan perhitungan alokasi biaya tidak langsung yang lebih akurat berdasarkan pada aktivitas-aktivitas hotel

karena biaya yang terjadi dibebankan pada produk atas dasar aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk dan juga menggunakan dasar lebih dari satu cost driver, metode Biaya Administrasi Umum menghasilkan perhitungan profit lebih akurat yang dihasilkan dari masing-masing jenis tipe kamar, sehingga menghasilkan perhitungan Biaya Pokok kamar dan profit yang dihasilkan akan memberikan dampak bagi pihak hotel, baik dari jangka pendek maupun jangka panjang, untuk jangka pendek akan membantu pihak hotel dalam pengkajian profit per jenis tipe kamar dan juga sebagai penentuan room rate yang tepat dan untuk jangka panjang sangat berkaitan dengan nama baik hotel di mata masyarakat atau pun dilindungi sekitar serta para tamu baik dari segi kualitas maupun harga yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena penelitian berbentuk angka. Sebagaimana dikemukakan oleh (Kuntjojo, 2009) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data seperti angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa saja yang ingin di ketahui. Penelitian ini menggunakan pola berpikir deduktif (rasional-empiris atau topdown), logika yang di pakai adalah logika positivistik dan menghindari hal-hal yang bersifat subjektif. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Penelitian yang terlibat dalam pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu atau menetapkan perbedaan diantara kelompok-kelompok atau kemandirian dua atau lebih factor dalam suatu situasi. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjelaskan variens dalam variabel dependen atau untuk memprediksi hasil organisasi. Dengan menguji hipotesis dan mengkonfirmasi hubungan yang diduga maka diharapkan solusi dapat ditemukan untuk memperbaiki masalah yang dihadapi (Uma Sekaran, 2009)

Teknik analisis data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas
2. Uji multikolinearitas
3. Uji heterokedastisitas
4. Uji autokorelasi

Uji hipotesis

1. Uji T (Koefisien Regresi)
2. Uji R² (Koefisien determinasi)

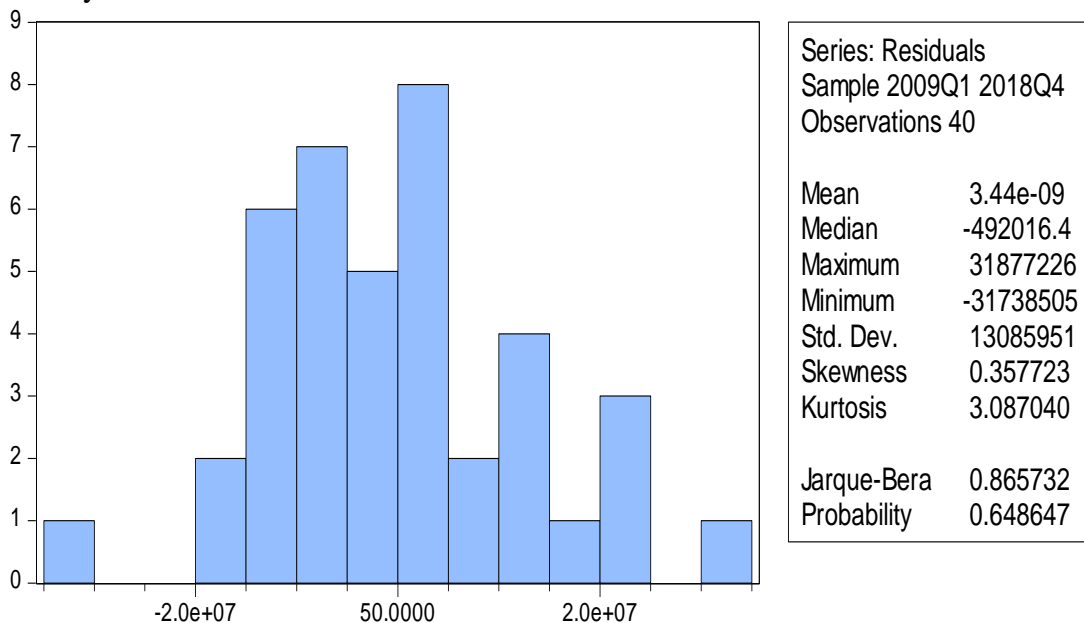
Uji Regresi Linier Berganda.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi (X₁) dan Biaya Administrasi Umum (X₂) terhadap Harga Pokok Penginapan (Y) dalam suatu perusahaan. Jadi perusahaan menghasilkan untung atau ruginya tiap hari atau dalam pertahunnya.

PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah residual yang dibentuk model regresi linier terdistribusi normal atau tidak, bukan variabel bebas ataupun variabel terikatnya. Pengujian terhadap residual terdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan metode Jarque-Bera dimana apabila probabilitas Jarque-Bera lebih > dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa residual tradisional normal, tetapi jika nilainya lebih kecil maka tidak residual tidak terdistribusi normal.



Sumber : Hasil Olahan Data Eviews 8, 2019

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil di atas terlihat bahwa nilai probabilitas *Jarque-Bera* sebesar 0.6486627 lebih > dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dari variabel dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antar variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya hubungan antar variabel dalam penelitian ini yaitu dengan melihat tabel kolom *Centered VIF*, jika nilai *VIF* > dari 10 atau 5 maka dapat dikatakan terjadi multikolinieritas dalam model regresi tersebut, tetapi sebaliknya apabila nilai *VIF* masing-masing variabel < dari 10 atau 5 maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinieritas atau hubungan antar masing-masing variabel. Berikut hasil uji multikolinieritas akan disajikan pada tabel:

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 04/25/19 Time: 22:47
Sample: 2009Q1 2018Q4
Included observations: 40

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	2.49E+13	5.522008	NA
BP	2.093318	3.253898	1.030019
ADM	8.71E-05	4.240451	1.030019

Sumber: Hasil Olahan Data Eviews 8, 2019

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa tidak terdapat hubungan variabel bebas dengan nilai VIF masing-masing variabel < dari 10 ataupun 5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan pelanggaran dari asumsi homoskedastisitas (semua gangguan/*disturbance* yang muncul dalam persamaan regresi bersifat homoskedastik atau mempunyai varians yang sama pada tiap kondisi pengamatan). Heteroskedastisitas terjadi pada saat residual dan nilai prediksi memiliki korelasi atau pola hubungan yang tidak hanya sebatas hubungan linear tapi juga dimungkinkan dalam pola yang berbeda. Banyak metode uji yang dapat digunakan antara lain *Breusch-Pagan-Godfrey*, *Harvey*, *Glejser*, *ARCH*, *White* dan lain-lain.

Pada penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan pengujian *Glejser*. Jika nilai Prob.F hitung > dari tingkat alpha 0,05 (5%), maka itu artinya H0 diterima dan dapat disimpulkan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Begitu sebaliknya Jika nilai Prob.F hitung < dari tingkat alpha 0,05 (5%), maka itu artinya H0 ditolak dan dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	1.805307	Prob. F(2,37)	0.1786
Obs*R-squared	3.556325	Prob. Chi-Square(2)	0.1689
Scaled explained SS	3.396310	Prob. Chi-Square(2)	0.1830

Sumber: Hasil Olahan Data Eviews 8, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai Prob. F hitung sebesar 0.1786 > dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas atau berdasarkan uji hipotesis H0 diterima.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan pelanggaran asumsi non-autokorelasi. Hal ini disebabkan karena adanya korelasi antar gangguan/*error* pada setiap pengamatan.

Autokorelasi juga dapat dikatakan kesalahan dari gangguan periode tertentu berkorelasi dengan gangguan/error dari periode sebelumnya.

Permasalahan autokorelasi hanya relevan digunakan jika data yang dipakai adalah *time series*. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji *lagrange multiplier (LM-test)*. Untuk mendeteksi apakah dalam model yang digunakan dalam penelitian ini terdapat autokorelasi terhadap variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya dapat dilihat dari nilai probabilitas F hitung. Apabila nilai probabilitas $F >$ dari tingkat alpha 0,05 (5%), sehingga berdasarkan uji hipotesis, H_0 diterima yang artinya tidak terjadi autokorelasi. Begitu sebaliknya jika nilai probabilitas F hitung $<$ dari 0.05 maka dapat disimpulkan terjadi autokorelasi.

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1.525539	Prob. F(2,35)	0.2316
Obs*R-squared	3.207351	Prob. Chi-Square(2)	0.2012

Sumber : Hasil Olahan Data Eviews 8, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai Prob.F (2,35) \neq sebesar 0.2316 dapat juga disebut nilai Prob.F hitung $>$ dari tingkat alpha 0.05 yang artinya tidak terjadi autokorelasi atau H_0 diterima.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui dan menguji hubungan antar variabel bebas (Biaya Promosi dan Biaya Administrasi umum) terhadap variabel terikat yaitu kinerja keuangan (Harga Pokok Penginapan). Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan metode OLS (*ordinary least square*). Hasil regresi yang diperoleh nantinya akan dilakukan pengujian terhadap signifikansi yang meliputi, Uji-t dan Uji-R². Untuk pengolahan data digunakan program *Econometric Views* (Eviews) sebagai alat pengukuran dan pengujiannya. Hasil dari estimasi model adalah sebagai berikut yang disajikan dalam tabel 4.

Tabel 4
Pengujian Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: HPP
Method: Least Squares
Date: 04/25/19 Time: 21:36
Sample: 2009Q1 2018Q4
Included observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.07E+08	4991778.	21.37984	0.0000
BP	0.695668	1.446830	0.480822	0.6335
ADM	0.019539	0.009333	2.093634	0.0432
R-squared	0.121287	Mean dependent var	1.16E+08	
Adjusted R-squared	0.073789	S.D. dependent var	13959882	
S.E. of regression	13434971	Akaike info criterion	35.73666	
Sum squared resid	6.68E+15	Schwarz criterion	35.86332	
Log likelihood	-711.7332	Hannan-Quinn criter.	35.78246	
F-statistic	2.553518	Durbin-Watson stat	1.460105	
Prob(F-statistic)	0.091447			

Sumber : Hasil Olahan Data Eviews 8, 2019

Dari penelitian ini maka dapat dilihat dari tabel bahwa persamaan regresi yang dibentuk dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_t$$

$$HPP = 1.07E+08 + 0.695668 + 0.019539 + \epsilon_t$$

Dimana :

b_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi untuk X_1

β_2 = Koefisien regresi untuk X_2

ϵ_t = Standar error

Y = Harga Pokok Penginapan

X_1 = Biaya Promosi

X_2 = Biaya Administrasi Umum

Berdasarkan persamaan regresi yang terdapat pada tabel 4 yang ditunjukkan pada kolom Coefficient maka dapat disimpulkan :

- Nilai $b_0 = 1.07E+08$ mengisyaratkan bahwa jika di asumsikan tidak terjadi perubahan (peningkatan atau penurunan) Biaya Promosi, dan Biaya Administrasi Umum maka nilai jumlah Harga Pokok Penginapan adalah sebesar $1.07E+08$. Maka dapat disimpulkan tanpa keberadaan Biaya Promosi, dan Biaya Administrasi mempengaruhi Harga Pokok Penginapan nilai pada PT Jakarta internasional hotel dan developepen relative meningkat.
- Nilai $X_1 = 0.695668$ artinya koefisien regresi dapat menunjukkan arah positif. Hal ini berarti apabila Biaya Promosi meningkat maka persentase Harga Pokok Penginapan juga akan mengalami kenaikan. Begitu pula pada saat persentase Biaya Promosi menurun maka persentase Harga Pokok Penginapan akan menurun. Kenaikan Biaya Promosi sebesar 1 persen akan

meningkatkan Harga Pokok Penginapan sebesar 0.695668. sebaliknya penurunan sebesar 1 persen akan menurunkan Harga Pokok Penginapan sebesar 0.695668

- c. Nilai $X^2 = 0.019539$. dapat disimpulkan apabila Biaya Administrasi meningkat 1 persen maka nilai Harga Pokok Penginapan akan menurun sebesar 0.019539, jika variabel independen yang lain bersifat konstan atau tetap.

Hipotesis

1. Uji T-statistik

Pengujian-*statistik* bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial. Dengan ketentuan Jika Prob. t hitung (ditunjukkan pada prob.) < dari tingkat kesalahan alpha 0,05 berarti dapat diartikan kalau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung > dari alpha 0.05 artinya variabel dependen tidak berpengaruh terhadap variabel independen Berdasarkan hasil pengujian-*statistik* yang terlihat pada tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5

Uji T

C	1.07E+08	4991778.	21.37984	0.0000
BP	0.695668	1.446830	0.480822	0.6335
ADM	0.019539	0.009333	2.093634	0.0432

Sumber : Hasil Olahan Data EViews 8, 2019

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan variabel Biaya Promosi diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,00. Didalam pengujian digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,00 < alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Biaya Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Pokok Penginapan pada Hotel Jakarta Internasional dan Development.

2. Uji R²

Koefisien Determinasi (R²) ini digunakan untuk menggambarkan kemampuan model menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. koefisien determinasi dinyatakan dalam presentase. Nilai koefisien determinasi (R²) ini berkisar antara 0 tertinggi yaitu 0,169 dan nilai terendah sebesar 0,003 < R² < 1. Semakin besar nilai yang dimiliki, menunjukkan bahwa semakin banyak informasi yang mampu diberikan oleh variabel independen untuk memprediksi variabel dependen

Tabel 6

Hasil uji Hipotesis R²

Keterangan	Koefisien
R-squared	0.121287
Adjusted R-squared	0.073789

Sumber : Pengolahan data EViews 8 2019

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai R-square sebesar 0,121287 hasil yang diperoleh tersebut mengisyaratkan bahwa variabel *Corporate Sosial Responsibility* (X) memiliki variasi kontribusi dalam mempengaruhi harga pokok sebesar 1,212 %. Sedangkan sisanya 98,7% dijelaskan oleh variabel lain yang belum digunakan didalam penelitian saat ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Harga Pokok

Menurut (Utomo, 2014) berdasarkan uji yang dilakukan utomo biaya promosi berpengaruh positif terhadap harga pokok, hasil analisa yang dilakukan persamaan biaya promosi penjualan rumah tipe 54/96 terhadap kenaikan persentasi margin keuntungan, pada kelompok 1 didapatkan persamaan $Y=719.691,046 X + 262.209.447,206$, kelompok harga 2 didapatkan persamaan $Y = 686.392,595 X + 257.972.820,629$, dan untuk kelompok 3 yaitu $Y=683.178,163 X+239.934.886,053$. Dimana Y merupakan biaya pokok penjualan X adalah persentase margin keuntungan.

Biaya Promosi atau disingkat dengan BP adalah indicator untuk VA yang diciptakan oleh satu dari *Physical Capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *Value Added* organisasi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan hasil bahwa Biaya Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Harga Pokok Penginapan. Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini terjawab. Hal ini dapat dilihat dari Hasil Uji-t yang menunjukkan nilai prob sebesar $0,00 < \alpha 0,05$. Biaya Administrasi Umum berpengaruh positif signifikan disebabkan adanya kemungkinan bahwa Hotel Jakarta Internasional dan Deveploment sebagai perusahaan perhotelan lebih cenderung menggunakan *Physical Capital* sehingga *Capital Employed* dapat memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Dalam penelitian ini menunjukkan modal yang digunakan merupakan nilai asset yang berkontribusi pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Penelitian ini di perkuat oleh Menurut (Ratnawati & Si, 2013) Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah positif :

- a. Penentuan harga pokok tarif kamar hotel menggunakan metode sederhana yang diterapkan akan berdampak pada ketidaktepatan dalam penentuan harga pokok tarif kamar hotel.
- b. Perhitungan harga pokok tarif kamar hotel menggunakan metode Biaya promosi dan Biaya Administrasi Umum dilakukan melalui dua tahap. Pertama, biaya ditelusur ke aktivitas yang menimbulkan biaya. Tahap ini terdiri dari : mengidentifikasi dan menggolongkan aktivitas ke dalam tingkatan aktivitas, menentukan cost driver yang tepat untuk masing-masing aktivitas, menghitung tarif tiap kelompok aktivitas. Kedua, membebaskan biaya ke produk atau jasa dengan menggunakan tarif cost driver dan ukuran aktivitas.

H1 Biaya Promosi berpengaruh positif terhadap Harga Pokok Penginapan.

H0 Biaya Promosi berpengaruh negatif terhadap Harga Pokok Penginapan.

2. Pengaruh Biaya Administrasi Umum terhadap Harga Pokok

Menurut (Sari, 2017) menyatakan bahwa dalam menentukan besarnya harga Pokok penginapan dibuktikan akan memberikan perhitungan alokasi biaya tidak langsung yang lebih akurat berdasarkan pada aktivitas-aktivitas hotel karena biaya yang

terjadi dibebankan pada produk atas dasar aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk dan juga menggunakan dasar lebih dari satu cost driver, metode Biaya Administrasi Umum menghasilkan perhitungan profit lebih akurat yang dihasilkan dari masing-masing jenis tipe kamar, sehingga menghasilkan perhitungan Biaya Pokok kamar dan profit yang dihasilkan akan memberikan dampak bagi pihak hotel, baik dari jangka pendek maupun jangka panjang, untuk jangka pendek akan membantu pihak hotel dalam pengkajian profit per jenis tipe kamar dan juga sebagai penentuan room rate yang tepat dan untuk jangka panjang sangat berkaitan dengan nama baik hotel dimata masyarakat atau pun dilingkungan sekitar serta para tamu baik dari segi kualitas maupun harga yang ditawarkan.

Biaya Administrasi Umum atau disingkat dengan BA menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap *Value Added* organisasi. Dari hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa Biaya Administrasi Umum berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini positif signifikan. Hal ini dapat dilihat dari Hasil Uji-t yang menunjukkan nilai prob sebesar $0,04 < \alpha 0,05$. Hal ini berarti bahwa pengaruh positif yang dapat meningkatkan atau menurunkan nilai profitabilitas pada perusahaan perhotelan karena perhotelan lebih cenderung menggunakan *Physical Capital* daripada *Intangible capital* yaitu *Human Capital*nya. Penelitian ini diperkuat oleh Menurut (Sari, 2017) menyatakan bahwa dalam menentukan besarnya harga Pokok penginapan di buktikan akan memberikan perhitungan alokasi biaya tidak langsung yang lebih akurat berdasarkan pada aktivitas-aktivitas hotel karena biaya yang terjadi di bebaskan pada produk atas dasar aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk dan juga menggunakan dasar lebih dari satu cost driver, metode Biaya Promosi dan Biaya Administrasi Umum menghasilkan perhitungan profit lebih akurat yang dihasilkan dari masing-masing jenis tipe kamar, sehingga menghasilkan perhitungan Biaya Pokok kamar dan profit yang dihasilkan akan memberikan dampak bagi pihak hotel, baik dari jangka pendek maupun jangka panjang, untuk jangka pendek akan membantu pihak hotel dalam pengkajian profit per jenis tipe kamar dan juga sebagai penentuan room rate yang tepat dan untuk jangka panjang sangat berkaitan dengan nama baik hotel dimata masyarakat atau pun di lingkungan sekitar serta para tamu baik dari segi kualitas maupun harga yang ditawarkan.

H1 Biaya Promosi berpengaruh positif terhadap Harga Pokok Penginapan.

H0 Biaya Promosi berpengaruh negatif terhadap Harga Pokok Penginapan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Administrasi Umum terhadap Harga Pokok Penginapan pada hotel PT Jakarta Internasional Hotels & Development Tbk tahun 2009-2018. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan hasil bahwa Biaya Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Harga Pokok Penginapan. Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini terjawab. Hal ini dapat dilihat dari Hasil Uji-t yang menunjukkan nilai prob sebesar $0,00 < \alpha 0,05$. Hal ini bahwa berpengaruh positif.
2. Dari hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa Biaya Administrasi Umum berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini positif signifikan. Hal ini dapat dilihat dari Hasil Uji-t yang menunjukkan nilai prob sebesar $0,04 < \alpha 0,05$. Hal ini berarti bahwa pengaruh positif
3. Berdasarkan Uji R² yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan biaya promosi dan biaya administrasi terhadap Harga Pokok Penginapan artinya secara bersama-sama komponen modal intelektual ini punya pengaruh bagi suatu perusahaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT dan juga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada ketua STIE KBP bapak Febryandhie Ananda, SE, MSi, juga kepada ketua program studi, pembimbing Akademik, atas bimbingan, dukungan, arahan dan motivasi kepada penulis. Penulis sangat berterimakasih karena menjadi penyemangat dan memberikan motivasi serta dukungan baik moral hingga moril yang orang tua, adik-adik, saudara, sahabat, teman kerja yang diberikan kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi Helmy Maulana. (2016). *Analisis Activity Based Costing System (ABC System) Sebagai Dasar Menentukan Harga Pokok Kamar Hotel (Studi Kasus pada Hotel Selecta Kota Batu Tahun 2014)*.
- Arifianto Teguh, D. W. (2017). *Activity Based Costing System Dalam Penentuan Harga Pokok Kamar Hotel Pondok Asri*, 6(April).
- Faiz Satwika¹, Dr.Hendratno, SE, Ak., MM2, Dr. Djusnimar Zultilisna, Dra, Ak., M. (2018). Pengaruh Haerga Pokok terhadap Biaya Administrasi. *Issn : 2355-9357*, 5(2), 2154–2163.
- Jenny Morasa, A. W. N. F. (2016). Evaluasi Penerapan Job Order Costing Method Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pada CV.Visual Komunika Mandiri. *Evaluasi Penerapan Job Order Costing Method Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pada CV.Visual Komunika Mandiri*, 16(4), 559–569.
- Kuntjojo. (2009). Metodologi Penelitian. *Metodologi Penelitian*, 51. Retrieved from <https://ebekunt.files.wordpress.com/2009/04/metodologi-penelitian.pdf>
- Mansuri. (2016). Modul Praktikum Eviews Pengantar. Modul Praktikum Eviews Analisis Regresi Linier Berganda Menggunakan Eviews.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>

- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Nanik Lestari, Patricia Dhiana P, R. A. (2017). Penerapan *Metode Activity Based Costing* Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pakan, 1–16.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. *Metodologi Penelitian Bisnis*, 106–109.
- Ratnawati, J., & Si, M. (2013). Penentuan Harga Pokok Tarif Kamar Hotel Menggunakan Metode Activity-Based Costing System Sebagai Pendekatan Baru Pada Hotel Segoro Jepara, 1–17.
- Sari, V. P. (2017). Penerapan *Metode Activity Based Costing System* Dalam Penentuan Harga Pokok Kamar Hotel Pada Hotel Grand Kartika Pontianak, 1(9).
- Surahman. (2016). Metodologi Penelitian. Modul Bahan Ajar Cetak Farmasi, 232.
- Uma Sekaran, and R. B. (2009). Metode penelitian. *Research Methods For Busines*.
- Utomo, T. (2014). Penetapan Harga Pokok Penjualan Berdasarkan Alokasi Biaya Terhadap Posisi Rumah Pada Perumahan Green Park Residence Sampang, 3(2), 2–6.