

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung pesat. Satu dari banyaknya sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Perkembangan industri pariwisata mengakibatkan terbukanya kesempatan kerja bagi masyarakat, meningkatnya pendapatan dan taraf hidup masyarakat. Aktifnya industri seperti kerajinan tangan, cinderamata, penginapan, dan transportasi juga diakibatkan oleh perkembangan industri pariwisata ini.

Indonesia sebagai negara kepulauan mempunyai sektor pariwisata yang sangat potensial, yang dapat menarik para wisatawan baik domestik maupun wisatawan dari mancanegara. Melihat hal diatas maka sektor pariwisata, merupakan andalan Indonesia sebagai salah satu penyumbang devisa negara non-migas terbesar, setelah tekstil dan kayu. Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sapt Nirwandar, menyatakan pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia tahun 2014 mencapai 9,39 persen lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Angka itu di atas pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,7 persen. (indonesia.go.id, diakses 24 September 2015 pukul 20.00)

Indonesia yang merupakan negeri yang memiliki beragam destinasi wisata sehingga menarik banyaknya wisatawan untuk datang ke Indonesia, khususnya wisatawan mancanegara. Berikut tabel 1.1 merupakan data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2009-2013:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia pada Tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2009	6.323.730 Orang
2010	7.002.944 Orang
2011	7.649.731 Orang
2012	8.044.462 Orang
2013	8.802.129 Orang

Sumber : www.bps.go.id (2015, data diolah)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini disebabkan mulai banyaknya para wisatawan mancanegara yang mulai mengetahui potensi-potensi pariwisata yang berada di Indonesia.

Peluang besar dengan selalu meningkatnya kunjungan wisata ke Indonesia, menjadi angin segar bagi para pelaku usaha dalam industri hotel ini untuk meningkatkan bisnis mereka. Tingkat kunjungan tamu hotel baik dari lokal maupun mancanegara tiap tahunnya menunjukkan peningkatan. Hal ini dibuktikan oleh data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistika pada tahun 2015 tentang jumlah kunjungan tamu hotel.

Tabel 1.2
Data Jumlah Kunjungan Tamu Hotel pada Tahun 2010-2014

Wisatawan	Jenis Hotel	2010	2011	2012	2013	2014
Lokal	Bintang	18.560.200	22.672.400	24.802.900	38.167.900	41.396.300
Asing		5.175.500	5.313.400	5.854.400	9.500.700	10.184.700
Lokal	Non	28.025.457	37.670.547	38.874.483	41.174.559	46.322.501
Asing	bintang	1.736.908	2.352.366	2.444.695	2.484.757	2.519.409

Sumber : www.bps.go.id (2015 ,data diolah)

Kini dengan hadirnya rencana pemerintah untuk mengembangkan lebih dari 560 destinasi wisata baru di 19 provinsi Indonesia, disambut antusias oleh

pelaku bisnis dan industri perhotelan. Hal tersebut merangsang para pelaku bisnis untuk melakukan pengembangan terhadap hotel-hotel mereka. Pembangunan hotel semakin intensif terjadi pada 2015-2018 di Jakarta dan Bali sebagai wilayah acuan (*benchmark*). (Kompas.com, diakses 25 September 2015 pukul 20.00)

Dengan meningkatnya pertumbuhan industri pariwisata, perkembangan industri perhotelan pun semakin pesat. Sebab, Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan industri pariwisata, karena hotel menyediakan sarana, akomodasi dan pelayanan bagi para wisatawan, maka ini adalah suatu peluang pasar yang harus dikelola lebih profesional.

Hotel menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif :

Hotel adalah suatu bangunan atau sebagian daripadanya yang khusus disediakan untuk setiap orang agar dapat menginap dan makan serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran atau mempunyai restoran yang berada dibawah manajemen hotel tersebut. Kelas hotel ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Dirparda).

Menjadi sebuah usaha yang menjanjikan untuk dikembangkan di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menjelaskan tentang usaha hotel :

Usaha Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa hotel merupakan suatu tempat yang menyediakan pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya dimana pelayanan dan fasilitas tersebut diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan tujuan dan dikelola secara komersial.

Berdasarkan kualitas pelayanannya, hotel diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu Hotel Bintang dan Hotel Non-bintang. Menurut data statistik yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015, jumlah kamar hotel, baik untuk hotel bintang maupun hotel non-bintang mengalami kenaikan tiap tahunnya. Tercatat jumlah kamar hotel di Indonesia sampai tahun 2014 tersedia sebanyak 469.277 kamar dengan rincian 195.886 kamar untuk hotel bintang dan 273.391 kamar untuk hotel non-bintang. Jumlah kamar hotel pada tahun 2014 ini meningkat dari tahun 2013 sebesar 8,9% yang total kamar

berjumlah 430.793 kamar dengan rincian 171.432 kamar hotel bintang dan 259.361 hotel non-bintang. Pada tahun 2012 jumlah kamar hotel yang tersedia adalah sebanyak 405.778 kamar dengan rincian 155.740 kamar hotel bintang dan 250.038 kamar hotel non-bintang. Pada tahun 2011 jumlah kamar hotel yang tersedia adalah sebanyak 381.457 kamar dengan rincian 142.481 kamar hotel bintang dan 238.976 kamar hotel non-bintang. Pada tahun 2010 jumlah kamar hotel yang tersedia adalah sebanyak 353.138 kamar dengan rincian 124.789 kamar hotel bintang dan 228.349 hotel non-bintang.

Tabel 1.3
Jumlah Kamar Hotel di Indonesia

Tahun	Hotel Bintang	Hotel Nonbintang	Jumlah
2010	124.789	228.349	353.138
2011	142.481	238.976	381.457
2012	155.740	250.038	405.778
2013	171.432	259.361	430.793
2014	195.886	273.391	469.277

Sumber : www.bps.go.id (2015, data diolah)

Meningkatnya jumlah kamar hotel setiap tahunnya menandakan pula pembangunan hotel di Indonesia terus berjalan. Pertumbuhan hotel ini juga dapat terlihat pengaruhnya pada tingkat penghunian kamar hotel, pada tahun 2014 untuk hotel bintang tingkat huniannya hanya sebesar 52,22% dan untuk hotel non-bintang juga hanya sebesar 35,87%. Begitu juga pada tahun sebelum-sebelumnya, pada tahun 2013 tingkat huniannya sebesar 52,22% untuk hotel bintang dan 37,34% untuk hotel non-bintang. Pada tahun 2012 tingkat hunian hotel sebesar 51,55% untuk hotel bintang dan 38,22% untuk hotel non-bintang. Pada tahun 2011 tingkat hunian hotel sebesar 51,25% untuk hotel bintang dan 38,74% untuk hotel non-bintang. Pada tahun 2010 tingkat hunian hotel sebesar 48,86% untuk hotel bintang dan 35,98% untuk hotel non-bintang.

Tabel 1.4
Tingkat Hunian Hotel

Tahun	Hotel Bintang	Hotel Nonbintang
2010	48,86%	35,98%
2011	51,25%	38,74%
2012	51,55%	38,22%
2013	52,22%	37,34%
2014	52,56%	35,87%

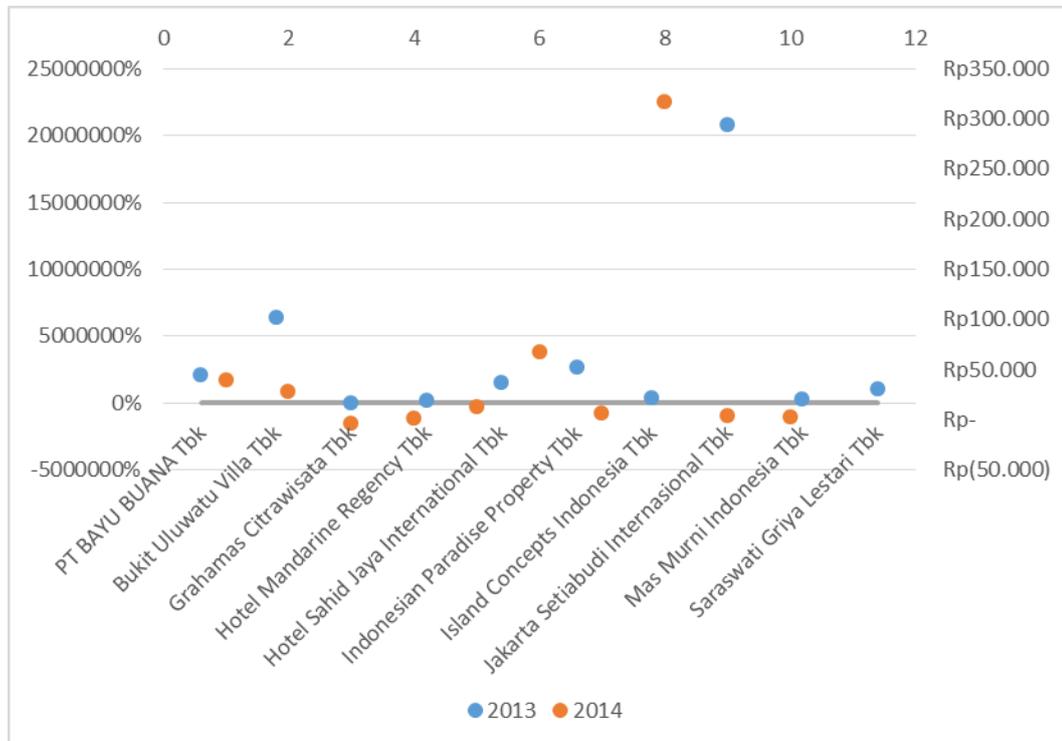
Sumber : www.bps.go.id (2015,data diolah)

Melihat data tersebut, tingkat hunian hotel dari data 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Hotel non-bintang mengalami kenaikan pada tahun 2011 namun tahun-tahun berikutnya mengalami penurunan tingkat hunian, sedangkan hotel bintang mengalami sedikit kenaikan pada setiap tahunnya. Walau tingkat hunian hotel bintang mengalami peningkatan, namun peningkatan tingkat hunian hotelnya tidak signifikan bila dibandingkan dengan pertumbuhan jumlah kamar hotel yang terjadi.

Permasalahan tingkat hunian hotel ini ternyata berlanjut hingga pertengahan tahun 2015, ditandai dengan anjloknya tingkat hunian sebesar 18,6% secara nasional. Begitu juga terjadi di kota-kota besar seperti, Kota Bandung menurut riset properti komersial Bank Indonesia (BI), mengalami penurunan tingkat hunian hotel hingga 3,41%, Kota Surabaya mengalami penurunan tingkat hunian hotel sebesar 7,42% pada kuartal ke dua tahun 2015 ini, Kota Palembang mengalami penurunan tingkat hunian hotel hingga 15%. Hal ini senada dengan kota-kota lainnya di Indonesia.

Menurunnya tingkat hunian hotel ini terjadi dikarenakan terbitnya kebijakan pemerintah yang melarang pegawai negeri sipil untuk melaksanakan kegiatan atau rapat di hotel. Belum tuntas derita karena banyak paket pertemuan dibatalkan, pelaku usaha industri perhotelan ini kembali harus menelan pil pahit lantaran pemerintah menaikkan tarif batas bawah tiket pesawat terbang menjadi 40 persen. Sehingga menyebabkan penurunan tingkat hunian hotel secara nasional.

Menurunnya tingkat hunian hotel berpengaruh terhadap laba pada hotel. Berikut merupakan grafik perkembangan laba (rugi) bersih perusahaan jasa hotel yang terdaftar di BEI :



Sumber : www.idx.co.id (2015, data diolah)

Gambar 1.1
Perkembangan Laba (Rugi) Bersih pada Perusahaan Jasa Hotel yang Terdaftar di BEI (dalam juta rupiah)

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa perkembangan laba (rugi) bersih pada perusahaan jasa hotel yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014 cenderung menurun. Tercatat hotel-hotel yang mengalami kenaikan laba diantaranya PT Bayu Buana Tbk naik sebesar 82,84%, Indonesian Paradise Property Tbk naik sebesar 156,26%; Island Concepts Indonesia Tbk naik sebesar 46,46%, Jakarta Setiabudi Internasional Tbk naik sebesar 52,32%, Mas Murni Indonesia Tbk naik sebesar 33,18%. Tercatat hotel-hotel yang mengalami penurunan laba diantaranya, Bukit Uluwatu Villa Tbk turun sebesar 56,56%, Hotel Mandarine Regency Tbk turun sebesar 51,89%, Hotel Sahid Jaya International Tbk turun sebesar 15,73%, Saraswati Griya Lestari Tbk turun sebesar 81,54%. Tercatat pula

hotel yang mengalami kerugian diantaranya PT Grahamas Citrawisata Tbk. Perkembangan laba (rugi) bersih ini menunjukkan bahwa tingkat okupansi yang rendah berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Menurut Dunia (2012, hlm.42), laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba ditentukan dari pengurangan pendapatan atau penjualan dengan beban-beban yang terjadi. Pendapatan disini adalah pendapatan yang didapat dari kegiatan inti perusahaan. Semakin tingginya pendapatan maka semakin baiknya kinerja manajemen perusahaan. Secara matematis ketika pendapatan ini meningkat maka akan meningkatkan laba, sebaliknya jika beban yang dikeluarkan meningkat maka akan menurunkan laba dengan asumsi faktor yang lain tetap. Ketika pendapatan lebih besar dibanding dengan beban maka perusahaan akan mengalami untung. Ketika pendapatan lebih kecil dibandingkan dengan beban maka perusahaan akan mengalami kerugian. Posisi lain adalah ketika pendapatan sama dengan beban, maka perusahaan akan ada pada posisi titik impas (*break event point*). Dengan kata lain ketika terjadi kenaikan biaya, maka harus dibarengi dengan kenaikan pendapatan. Begitu sebaliknya ketika terjadi penurunan pendapatan maka harus dibarengi dengan penurunan biaya.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, adalah tugas dari manajemen untuk merencanakan strategi perusahaannya, agar sedapat mungkin semua kesempatan dan kemungkinan di masa yang akan datang telah disadari dan telah direncanakan cara menghadapinya sedini mungkin. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah pengambilan keputusan dalam pemilihan berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan.

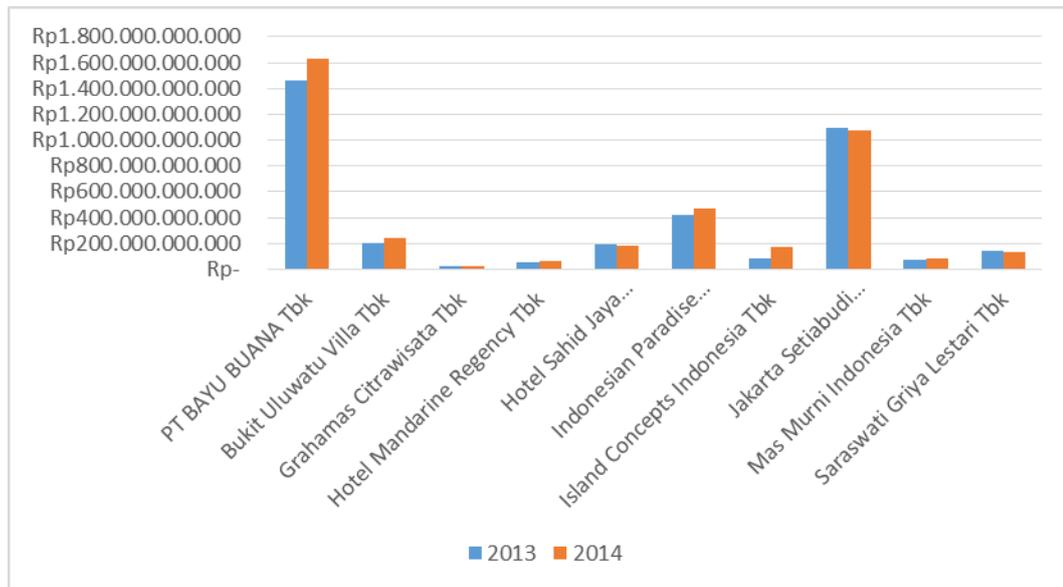
Adapun ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh. Agar dapat tetap *survive* dan berkembang maka suatu perusahaan dituntut untuk dapat memperoleh laba dari operasinya. Oleh karenanya, masing-masing perusahaan saling berlomba untuk mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya, sebab dengan laba yang

semakin besar ini maka memungkinkan bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan mendapat perhatian dari para investor.

Menurut Hansen dan Mowen (2009, hlm. 40) biaya dapat diartikan sebagai kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi. Struktur biaya yang ada pada perusahaan jasa terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Dalam melakukan manajemen laba perusahaan salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan manajemen biaya.

Biaya-biaya yang terjadi dalam industri perhotelan menurut Muthmainnah dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) Terhadap Perencanaan Laba Pada Swiss-Belhotelpapua Jayapura “dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu; (a) Biaya Tetap. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah keseluruhannya tetap sama dalam satu periode akuntansi tanpa dipengaruhi oleh volume bisnis suatu hotel. Atau biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh hotel dalam jumlah yang sama/tetap dalam suatu periode akuntanis (setahun) serta tidak berhubungan dengan volume bisnis hotel; (b) Biaya Variabel. Biaya variabel atau tidak tetap merupakan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan pendapatan hotel; (c) Biaya Semi Variabel atau Campuran. Selain biaya tetap dan variabel, ada jenis biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Biaya ini lazim disebut dengan biaya semivariabel atau biaya campuran (*mixed cost*).

Perkembangan total biaya yang terjadi pada perusahaan jasa hotel yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014 bisa dilihat pada grafik berikut:



Sumber : www.idx.co.id (2015, data diolah)

Gambar 1.2 **Perkembangan Biaya pada Perusahaan Jasa Hotel yang Terdaftar di BEI**

Dari grafik diatas dapat dilihat perkembangan total biaya yang terjadi pada perusahaan jasa hotel yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014 cenderung naik. Island Concepts Indonesia Tbk pada tahun 2013 mengeluarkan biaya sebesar Rp 85.220.819.014, dan pada tahun 2014 mengeluarkan biaya sebesar Rp 174.434.532.944, mengalami kenaikan 104,69%. Saraswati Griya Lestari Tbk pada tahun 2013 mengeluarkan biaya sebesar Rp 139.515.572.194, dan pada tahun 2014 mengeluarkan biaya sebesar Rp 137.438.550.983, mengalami penurunan 1,49%. Ditengah tingkat okupansi yang menurun, total biaya perusahaan cenderung meningkat, ini menandakan bahwa pengelolaan biaya yang tidak efektif pada perusahaan.

Margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara mengurangi biaya variabel, baik produksi maupun non produksi dari penjualan. Margin kontribusi digunakan untuk menutup biaya tetap dan sisanya akan menjadi laba (Carter dan Usry, 2006). Dengan menggunakan margin kontribusi maka akan memisahkan unsur biaya menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya

tetap yang cenderung tidak berubah sehingga sangat sulit untuk dilakukan perubahan disana maka prioritas perhitungannya diterakhirkan, dan biaya variabel yang cenderung selalu berubah akan lebih mudah untuk dikelola. Sehingga margin kontribusi sangat penting dalam proses manajemen laba. Tentunya alokasi biaya atau beban harus memperhitungkan efektifitas dan efisiensi yang berarti alokasi biaya atau beban tertentu harus menciptakan pendapatan tertentu yang harus dialokasikan lebih tinggi dari alokasi biayanya. Salah satu metode yang saat ini sedang berkembang untuk mencapai efektifitas dan efisiensi biaya adalah dengan menerapkan *Cost Reduction System*.

Menurut Hansen et al (2009, hlm. 178) mendefinisikan *cost reduction* sebagai perbaikan terus-menerus disertai dengan tujuan pengurangan biaya. Steve M. Bragg (2010) dalam Nikmatullah (2014) *Cost Reduction* adalah cara termudah dan paling pasti cara untuk meningkatkan keuntungan dalam jangka pendek. Hal ini juga dapat menjadi penggerak utama pertumbuhan jangka panjang, jika ditangani dengan benar. Hal tersebut dikarenakan pengurangan biaya sepenuhnya dalam kendali perusahaan. Cukup menentukan area untuk pengurangan biaya dan menerapkannya. Dalam melakukan *cost reduction* perusahaan perhotelan dapat memaksimalkan pada bagian-bagian utama biaya, seperti dalam komponen harga pokok penjualan, biaya langsung, biaya tidak langsung, dan biaya tetap. Kemudian setiap komponen tersebut dapat dianalisis melalui alat-alat *cost reduction* untuk melihat komponen biaya mana yang dapat dilakukan *cost reduction*, dengan focus pada *cost reduction areas* pada setiap komponen biayanya.

Sherlita (2000) mengungkapkan bahwa *strategic cost reduction* dapat mempengaruhi perilaku manajemen dalam melakukan *improvement* secara berkelanjutan terhadap proses pembuatan produk dan bersifat jangka panjang. *Strategic cost reduction* menjadikan pengurangan biaya bagian dari strategi untuk menempatkan perusahaan pada posisi kompetitif. Menurut Rizky Adhitya Sulaiman (2013), pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penekanan Biaya Terhadap Pengguna Jasa Pada Perencanaan Laba Perusahaan Jasa Konstruksi: Studi Pada `CV. Citra Abadi Jaya`” menemukan bahwa penekanan biaya yang dilakukan oleh CV. Citra Abadi Jaya terhadap rencana anggaran biaya Pemerintah

Kabupaten Lamandau mempengaruhi perencanaan laba perusahaan dan penetapan anggaran biaya yang dilakukan pengguna jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan laba perusahaan. Hal ini terbukti dengan terpenuhinya target laba perusahaan meskipun masih di bawah nilai persentase rasio margin kontribusi. Hal senada juga dikemukakan oleh Rizka Oktaviani dan Rizal Effendi (2013), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi Variabel Dan Efisiensi Operasi Terhadap Margin Kontribusi (Studi Kasus Pada Sumber Bangunan Palembang)”

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh *Cost Reduction* terhadap *Contribution Margin* Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Perhotelan yang terdaftar di BEI)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pada penelitian penulis ini dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai analisis *cost reduction* dengan menggunakan *Variable Cost Analysis*?
2. Bagaimana gambaran mengenai *Contribution Margin* Perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *cost reduction* terhadap *contribution margin*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diutarakan diatas, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *cost reduction* terhadap *contribution margin* perusahaan.

Secara khusus, penelitian ini dimaksudkan dan ditujukan untuk:

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai analisis *cost reduction* dengan menggunakan *Variable Cost Analysis*.
2. Untuk mengetahui gambaran mengenai *Contribution Margin* Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *cost reduction* terhadap *contribution margin* perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap hasil penelitian yang dilakukan haruslah mengandung manfaat baik secara akademis maupun praktis, khususnya bagi kami dan umumnya bagi pihak lain yang membutuhkan skripsi ini. Adapun manfaatnya adalah:

1. Aspek akademis

Manfaat akademis yaitu sebagai praktik atas ilmu yang sudah didapat di bangku kuliah dalam bidang akuntansi dan pengharapan agar penelitian ini juga dapat menjadi inspirasi dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Aspek praktis

Bagi praktisi terutama bagi subjek penelitian Perusahaan Jasa Perhotelan yang terdaftar di BEI, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai dasar pertimbangan untuk perencanaan strategik dalam mengalokasikan struktur biaya yang diharapkan mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi kinerja demi pencapaian laba yang optimal.