

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan dan biasanya tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan laba. Banyak hotel, terutama hotel berbintang memiliki kebijakan menentukan harga berbeda-beda. Hal ini merupakan salah satu strategi penjualan dari hotel tersebut. Secara umum ada dua jenis kebijakan penetapan harga/tarif kamar, yaitu *Publish rate* dan *contract rate*. *Publish rate* merupakan harga yang ditetapkan hotel untuk para wisatawan yang memesan kamar langsung ke hotel tersebut tanpa melalui perantara yaitu travel agent. Sedangkan *contract rate* adalah harga yang diberikan hotel kepada para travel agent untuk membantu menjual kamar hotel tersebut.

Madani Hotel Medan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan dan berlokasi di jalan Sisingamangaraja/Amalium No.1 Medan. Hotel ini mempunyai tiga jenis harga kamar yaitu *publish rate*, *contract rate* dan *internet rate*.

Tabel I-1

Harga Jual/Tarif Kamar Madani Hotel Medan

NO	TYPE OF ROOMS	INTERNET RATE	PUBLISH RATE	CONTRACT RATE
1.	Superior	Rp. 375.000,-/net	Rp. 522.500,-/net	Rp. 300.000,-/net
2.	Deluxe	Rp. 445.000,-/net	Rp. 605.000,-/net	Rp. 365.000,-/net

3.	Executive Deluxe	Rp. 595.000,-/net	Rp. 807.000,-/net	Rp. 480.000,-/net
4.	Executive Suite	Rp. 960.000,-/net	Rp. 1.540.000,-/net	Rp. 760.000,-/net
5.	Family Suite	Rp. 1.460.000,-/net	Rp. 2.240.000,-/net	Rp.1.085.000,-/net
6.	Madani Suite	Rp. 1.890.000,-/net	Rp. 3.010.000,-/net	Rp.1.570.000,-/net
7.	Royal Suite	Rp. 3.275.000,-/net	Rp. 5.250.000,-/net	Rp.2.985.000,-/net

Pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk itu perlu adanya penentuan harga jual yang direncanakan dengan baik melalui informasi akuntansi diferensial, agar dapat membantu manajemen menciptakan kebijaksanaan dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) dan biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pasar, laba atau return yang diinginkan. Penentuan harga jual yang salah akan berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan.

Banyak hotel, terutama hotel berbintang memiliki kebijakan menentukan harga jual/tarif kamar berbeda-beda. hal ini merupakan salah satu strategi penjualan dari hotel tersebut. Harga jual/tarif kamar hotel didefinisikan sebagai nilai jasa atau pelayanan hotel dengan sejumlah uang yang berdasarkan nilai tersebut penyedia jasa pelayanan hotel bersedia memberikan jasa pelayanannya pada tamu.