

## ANALISIS INFORMASI AKUNTANSI PENUH DALAM PENENTUAN HARGA JUAL JASA PADA PT. HASJRAT ABADI MANADO MAIN DEALER YAMAHA KAROMBASAN

### *Analysis Of Full Accounting Information In Determining The Selling Price Of Services On PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan*

Arpinus A. Bokolan<sup>1</sup>, Winston Pontoh<sup>2</sup>, Natalia Y.T. Gerungai<sup>3</sup>

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam

Ratulangi, Jl. Kampus Bahu, Manado, 95115, Indonesia

E-mail : [arpinkolan@gmail.com](mailto:arpinkolan@gmail.com)<sup>1</sup>,

**Abstrak:** Penentuan harga jual jasa pada PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan menggunakan analisis informasi akuntansi penuh merupakan metode yang tepat. Dimana perusahaan tersebut bergerak dalam bidang layanan jasa. Karena untuk setiap layanan yang diberikan memiliki biaya-biaya produksi dan jasa yang berbeda. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode statistik deskriptif, yaitu metode yang dilakukan dengan menggumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan membandingkan pengetahuan teknis (data primer) dengan keadaan yang sebenarnya. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa analisis akuntansi penuh sudah tepat.

**Kata Kunci :** Informasi Akuntansi Penuh dan Harga Jual Jasa

**Abstract:** Determination of the selling price of services at PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan using full accounting information analysis is the right method. Where the company is engaged in service sector. Because each service provided has different production and service costs. In this study, the authors use descriptive statistical methods, namely methods the are carried out by collecting data related to the problems encountered and comparing technical knowledge (primary data) with the actual situation. The results of the study can be concluded that the full accounting analysis is correct

**Keywords :** Full Accounting Information and Selling Prices of Services

## PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang teknologi maupun pengetahuan sangat berdampak dalam semua aspek kehidupan di zaman modern. Dalam pemenuhan kebutuhan semua mengharapkan hasil yang maksimal. Untuk mencapai hasil kerja yang diinginkan diperlukan juga mobilitas yang dapat mengatasinya. Kebutuhan konsumen untuk kendaraan bermotor baik itu roda dua dan roda empat. Namun seperti yang diketahui bahwa untuk jenis barang yang bermesin sering mengalami kendala dalam perawatannya. Semakin banyak pemakaian kendaraan tersebut semakin perlu juga jasa perawatan kendaraan maka permintaan untuk jasa perawatan mesin kendaraan juga meningkat. Hal inipun dipandang sebagai lahan usaha baik oleh perusahaan penyedia layanan jasa. Tentunya dalam penyediaan jasa tersebut terdapat harga jual jasa atau harga pelayanan. Karena masing-masing dari perusahaan penyedia layanan jasa memiliki perhitungan penentuan harga jual untuk jasa yang disediakan.

Hal yang diperhatikan oleh perusahaan saat menentukan harga jual jasa atau layanan berdasarkan dari biaya produksi yang meliputi harga suku cadang, biaya karyawan yang bekerja serta biaya non-produksi contohnya, jumlah persen laba yang diinginkan, biaya perawatan lain-lain. Meski demikian tiap perusahaanpun memiliki kebijakan tersendiri dalam proses menentukan harga jual jasa, tergantung dari tujuan perusahaan tersebut. Dalam rangka untuk mengelola strategi bisnis secara ekonomi,

sudah ada peningkatan permintaan alat pengambilan keputusan yang kuat untuk mengukur dan menginformasikan manajer tentang konsekuensi ekonomi, lingkungan, dan sosial dari setiap keputusan yang dibuat. Disini peran dari manajer sangat penting dalam keberlangsungan perusahaan, dimana setiap manajer perusahaan memikirkan tentang masa depan dari perusahaan tersebut. Ada berbagai macam upaya yang dilakukan oleh setiap manajer, yang semuanya itu memerlukan dana yang tidak sedikit jumlahnya serta waktu yang cukup lama.

Untuk dapat mengatasi masalah yang muncul dalam perusahaan, para manajer membutuhkan suatu informasi akuntansi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Akuntansi yang dimaksud adalah informasi akuntansi penuh. Salah satu manfaat dari informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa yang akan datang adalah penentuan harga jual jasa. Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar.

Masalah yang seringkali timbul para manajer keliru dalam menghitung biaya yang telah digunakan digunakan oleh produk dan jasa yang dihasilkan. Manajer tidak boleh salah paham dalam menetapkan harga jual jasa, karena kesalahan didalam menetapkan harga jual jasa akan berdampak langsung terhadap keberhasilan perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi akan harga jual jasa yaitu, biaya penuh untuk memproduksi barang atau jasa yang diprediksikan.

### **2.1.1 Pengertian Akuntansi**

Menurut Warren, dkk (2018:9) Akuntansi adalah suatu sistem informasi yang menyediakan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Kieso, dkk (2018:2) menyatakan bahwa akuntansi adalah serangkaian proses kegiatan ekonomi yang pada akhirnya menghasilkan laporan keuangan yang digunakan oleh pihak internal maupun eksternal. Dimana laporan keuangan tersebut harus memuat informasi yang mewakili keadaan perusahaan sebenarnya.

Akuntansi terdiri dari tiga kegiatan mendasar menurut Kieso, dkk (2018:2) yaitu identifikasi, pencatatan dan pengkomunikasian peristiwa ekonomi suatu organisasi kepada pihak yang berkepentingan. Perusahaan mengidentifikasi peristiwa ekonomi sesuai dengan kegiatan usahanya yang mencatat peristiwa tersebut untuk menyediakan catatan kegiatan keuangan. Pencatatan dilaksanakan secara sistematis, kronologis setiap peristiwa dalam satuan mata uang. Akhirnya pada pengkomunikasian kumpulan informasi tersebut kepada pemangku kepentingan dalam bentuk laporan akuntansi atau bisa disebut laporan keuangan.

Menurut Sumarno dan Eddy (2021:1) Akuntansi dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, pengklasifikasian dan pengikhtisaran transaksi keuangan secara sistematis dan kronologis dalam bentuk laporan keuangan yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan. Kegiatan pencatatan ini sering disebut dengan penjualan. Kegiatan klasifikasi adalah kegiatan yang mengelompokkan akun-akun dalam buku besar untuk menampung peristiwa atau transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan berdasarkan bukti-bukti transaksi.

Hartono dan Rahmi (2018:2) Akuntansi merupakan seni karena menuntut kerapian, ketelitian dan kebersihan. Akuntansi adalah seni pencatatan, pengklasifikasian, pengikhtisaran dan pelaporan dengan cara yang baik, dalam unit keuangan moneter atas transaksi dan peristiwa lain yang berkaitan dengan keuangan perusahaan, dan menafsirkan hasil dari catatan tersebut.

### **2.1.2 Akuntansi Manajemen**

Menurut Firmansyah, Saepuloh dan Susetyo (2020:2) akuntansi manajemen merupakan jaringan koneksi sistematis dimana para pemimpin perusahaan menyajikan informasi yang berguna dan bermakna untuk membantu mereka mencapai tujuan perusahaan yang ditetapkan. Adapun proses pokok yang dilakukan oleh manajemen untuk

menjalankan kegiatan perusahaan sebagai berikut :

1. Perencanaan (planning). Manajemen organisasi menentukan tujuan dan mengidentifikasi strategi serta metode untuk mencapai tujuan tersebut.
2. Pengorganisasian (organizing). Pengorganisasian melibatkan pengelolaan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan dan strategi yang ditetapkan, termasuk mengembangkan struktur perusahaan untuk menetapkan tanggung jawab, kewajiban, dan wewenang ke setiap bagian.
3. Pengarahan dan Pemberian Motivasi (directing/leading). Proses ini mencakup kegiatan operasional sehari-hari untuk menjaga aktivitas organisasi berjalan lancar seperti memberikan tugas kepada karyawan, menyelesaikan konflik dan berkomunikasi secara efektif.
4. Pengendalian (controlling). Pengendalian berfungsi untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi. Kegiatan manajemen ini mengawasi pelaksanaan rencana dan mengambil tindakan korektif yang diperlukan. Pengendalian biasanya dicapai dengan menggunakan umpan balik. Umpan balik adalah informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki langkah-langkah yang diambil untuk mengimplementasikan rencana.
5. Pengambilan Keputusan (*decision making*). Adalah proses memilih alternatif terbaik yang tersedia. Proses pengambilan keputusan dimulai dengan mengidentifikasi masalah, mengidentifikasi alternatif yang tersedia, menimbang manfaat dan biaya dari setiap alternatif, dan memutuskan alternatif terbaik.

### **2.1.3 Tujuan Akuntansi Manajemen**

Manfaat akuntansi manajemen yaitu sebagai berikut

1. Menghasilkan informasi keuangan, untuk kepentingan manajemen (pihak internal perusahaan) dalam usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Informasi tersebut diperlukan oleh manajemen untuk suatu bahan pertimbangan pengambilan keputusan manajemen serta melihat atau menilai hasil-hasil yang sudah didapatkan suatu perusahaan.
2. Proses pengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi keuangan, Untuk memungkinkan adanya suatu penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi manajemen yang menggunakan suatu informasi tersebut dimana titik sentralnya untuk pihak-pihak didalam sebuah organisasi perusahaan.
3. Salah satu bidang akuntansi yang tujuan utamanya yaitu untuk menyajikan suatu laporan-laporan sebagai satuan usaha untuk kepentingan pihak internal dalam rangka untuk melaksanakan proses manajemen yang meliputi suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

### **2.1.4 Fungsi-Fungsi Akuntansi Manajemen**

1. Manajer Keuangan  
Membutuhkan informasi terkait dengan suatu aktivitas keuangan perusahaan seperti dalam pendanaan modal kerja, beban biaya cost of fund terhadap sejumlah modal, rasio keuangan dan lain sebagainya.
2. Manajer Produksi  
Membutuhkan data informasi tentang mengenai rincian biaya cost of good sold atau harga pokok produksi misalnya seperti total biaya produksi, biaya per unit produk, beban tenaga kerja langsung, serta dalam biaya overhead lainnya yang secara langsung mempunyai peran dalam proses produksi.
3. Manajer Pemasaran  
Membutuhkan data informasi semua komponen biaya terkait dalam suatu penetapan harga jual produk, penentuan sistem penjualan yang secara kredit atau tunai, beban komisi penjualan, marketing fee, serta informasi nilai discount untuk produk tertentu dalam suatu rangka peningkatan volume penjualan.
4. Pihak Top Manajemen

Mebutuhkan suatu informasi ini terkait dalam pengambilan kebijakan strategis perusahaan misalnya didalam penyusunan anggaran, ekspansi usaha, diversifikasi produk, maupun kebijakan investasi lainnya

## 2.2 Informasi Akuntansi Penuh

Informasi akuntansi penuh adalah informasi mengenai seluruh aktiva yang digunakan, seluruh pendapatan yang diperoleh dan seluruh sumber daya yang dikorbankan suatu obyek informasi. Unsur pembentukan informasi adalah total aktiva, total pendapatan dan total biaya. Jika informasi akuntansi penuh berupa aktiva, maka informasi ini disebut aktiva penuh (*full asset*). Jika informasi akuntansi berupa pendapatan (*full revenues*), maka informasi ini disebut pendapatan penuh dan jika informasi ini mengenai sumber daya, maka informasi ini merupakan informasi biaya penuh (*full cost*).

a.) Aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan obyek informasi ditambah dengan bagian yang adil aktiva tidak langsung yang menjadi tanggung jawab obyek informasi tersebut.

b.) Pendapatan penuh adalah pendapatan langsung suatu obyek informasi ditambah dengan bagian yang adil pendapatan tidak langsung yang menjadi hak obyek informasi tersebut.

c.) Biaya penuh adalah biaya langsung obyek informasi ditambah bagian yang adil dari biaya tidak langsung yang menjadi beban obyek informasi tersebut.

Informasi akuntansi penuh menyajikan informatika mengenai pendapatan total, biaya total, dan aktiva total baik di masa lalu maupun di masa yang akan datang. Dalam hubungannya kesatuan usaha tertentu. Informasi akuntansi penuh dapat berupa informasi biaya penuh (*full cost information*), informasi aktiva penuh (*full asset information*), dan informasi pendapatan penuh (*full revenue information*).

Akuntansi penuh merupakan alat yang baik bagi manajemen untuk melaksanakan tugasnya sebagai pengelola perusahaan dalam mengambil keputusan, khususnya keputusan mengenai harga jual. Pengambilan keputusan harga jual penting bagi perusahaan, karena harga jual sangat berpengaruh terhadap pendapatan dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap laba perusahaan.

## 2.3 Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan hal penting dalam suatu perusahaan karena merupakan dasar dalam penentuan keuntungan yang diharapkan. Penentuan harga jual juga mempengaruhi kehidupan perusahaan. Penentuan harga jual yang lebih tinggi akan menyebabkan konsumen beralih pada perusahaan pesaing yang menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas barang atau jasa yang relatif sama. Hal ini menyebabkan perusahaan memperoleh kerugian jangka panjang yaitu kehilangankonsumen yang secara otomatis akan mengurangi perolehan laba perusahaan. Sedangkan penentuan harga jual yang terlalu rendah menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual barang atau jasa tidak bisa menutupi seluruh biaya produksi.

Keputusan penentuan harga jual merupakan suatu fungsi manajer yang penting. Namun sebelum membahas lebih jauh mengenai bagaimana menentukan harga jual, perlu diketahui dahulu pengertian harga jual. Menurut Supriyono (2001:314), harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan. Penentuan harga jual berhubungan dengan :

### 1. Kebijakan Penentuan Harga Jual (*pricing policies*)

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.

### 2. Keputusan Penentuan Harga Jual (*pricing decision*).

Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga produk dan jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

### 2.3.1 Harga Jual

Menurut Kotler (2019), bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang di tukar konsumen untuk manfaat- manfaat yang di terima karena menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga seringkali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu :

1. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya beli pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang di kehendaki.
2. Peranan informasi dari harga menurut yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif.

Menurut Hansen dan Mowen (2001:633), mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau di serahkan.

### 2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual. Menurut Supriyono (2001:314- 315), faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *return on investement* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya, khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produk atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah.
8. Tindakan atau reaksi pesaing.
9. Tipe pasar yang dihadapi.
10. Trend ekonomi.
11. Gaya manajemen.
12. Tujuan nonlaba (nirlaba).
13. Tanggung Jawab sosial perusahaan.

## 2.4. Jasa

### 2.4.1 Pengertian Jasa

Menurut Didin dan Anang (2019:7) Jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dan satu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Dalam pengertian yang lain, jasa adalah kegiatan yang diidentifikasi, yang bersifat tidak dapat diraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen.

### 2.4.2 Karakteristik Jasa

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:2) beberapa karakteristik yang perlu diperhatikan dalam pemasaran jasa adalah sebagai berikut :

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha yang menyebabkan jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Jasa bersifat *inseparability* artinya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian di produksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Barang biasanya di produksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Variability/Heterogenity/Inconsistency* (keanekaragaman)

Jasa bersifat sangat *variability* karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana saja tersebut diproduksi atau dihasilkan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Untuk karakteristik ini menjelaskan bahwa jasa tidak dapat disimpan dan juga tidak tahan lama. Ini tidak akan menjadi masalah apabila permintaannya tetap karena mudah untuk menyikapi pelayanan permintaan tersebut sebelumnya. Apabila terjadi permintaan yang berfluktuasi, ini menyebabkan masalah yang berkaitan dengan kapasitas menganggur dan pelanggan tidak akan terlayani dengan baik.

## 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu

Tumalun, Pangerapan, (2019). Tentang Analisis sistem informasi akuntansi penjualan kredit di PT. Nusantara Sakti Cabang Manado. Hasil yang didapat sistem informasi akuntansi penjualan kredit di PT. Nusantara Sakti Cabang Manado masih belum baik.

Putri, Efriyenti, (2020). Tentang Analisis sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian internal piutang pada PT. Anugrah Bintang Trijaya.. Hasil penelitian menunjukkan sistem informasi akuntansi piutang di PT. Anugrah Bintang Trijaya masih menggunakan sistem berbasis manual.

Jermias, (2016). Tentang Analisa sistem informasi akuntansi gaji dan upah pada PT. Bank Sinarmas Tbk. Manado. Hasil dari penelitian disimpulkan sistem akuntansi penggajian yang diterapkan oleh PT. Bank Sinarmas Tbk. Manado telah mempunyai sistem yang baik dan efektif serta memenuhi unsur-unsur pengendalian intern sehingga meningkatkan kinerja manajerial.

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Hal ini dikarenakan penelitian ini mengungkapkan fakta atau kejadian dan keadaan yang sedang terjadi dalam perusahaan dan untuk mendapatkan kesimpulan yang berguna bagi perusahaan.

### 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha yang berlokasi di Jl. Sam Ratulangi No. 505, Karombasan Kecamatan Wanea Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan September 2020 sampai dengan selesai.

### 3.3 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis Data.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu

gambaran umum obyek penelitian, meliputi : sejarah singkat berdirinya, letak geografis objek, visi dan misi, struktur organisasi, dan keadaan pegawai.

- b. Data Kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah pegawai, jumlah sarana, dan prasarana dan hasil angket.

### 3.3.2 Sumber Data.

Data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer yakni data yang dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari objek penelitian berupa data mentah yang masih harus diolah melalui wawancara dengan narasumber. Data mentah yang penulis peroleh adalah catatan pengambilan keputusan dalam memutuskan menerima atau menolak pesanan khusus

### 3.3.3 Metode Pengumpulan Data.

Dalam usaha pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan terdiri dari :

- Observasi yaitu suatu proses mengamati variabel yang berkaitan dengan yang menjadi objek penelitian. Observasi dalam hal penelitian ini yaitu: mengamati proses transaksi pelayanan yang terjadi di PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan .
- Dokumentasi yang didapat dari pengumpulan data dan informasi melalui buku-buku, jurnal, dan informasi dari internet dengan melakukan penelitian terhadap catatan atau dokumen yang ada seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan prosedur produksi.
- Wawancara yang berupa pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mengajukan beberapa pertanyaan mengenai keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada kepala cabang atau karyawan PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan.

## 3.4 Metode dan Proses Analisis

### 3.4.1 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data sehingga diperoleh gambaran yang cukup jelas tentang masalah yang dihadapi, kemudian ditarik suatu kesimpulan sesuai keadaan yang sebenarnya

### 3.4.2 Proses Analisis

Proses analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan permulaan pengamatan dan peninjauan dengan melakukan studi literature baik studi kepustakaan maupun sumber dari internet serta observasi proses kerja yang terjadi di PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan.
2. Melakukan penelitian terhadap masalah, merumuskan, menetapkan tujuan, dan manfaat penelitian.
3. Membatasi masalah ke luas subjek yang disesuaikan dengan penelitian ini.
4. Persiapan survey pada objek penelitian yang diteliti.
5. Pengumpulan data baik primer maupun sekunder.
6. Melakukan pengolahan data, baru dibahas kemudian menarik kesimpulan dan memberikan saran-saran guna melengkapi penelitian.
7. Menguji data yang sudah diteliti.
8. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil yang telah didapatkan.

### 3.4.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas

objek/subjek yang berhubungan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampel dari Daftar Harga Layanan Jasa yang disediakan oleh PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Hasjrat Abadi merupakan perusahaan swasta yang ada di Manado, yang bergerak dalam bidang perdagangan umum. PT. Hasjrat Abadi dahulunya adalah berbentuk CV. Hasjrat Abadi yang beridiri sejak tanggal 31 Juli 1952 yang bertempat di Jakarta dengan notaris Sie Kwan Djlen No. 12 tahun 1952. PT Hasjrat Abadi pada tahun 1956 pada mulanya menjual bahan bangunan yang berupa semen, besi, tripleks dan lain-lain.

Setelah berkembangnya perekonomian dan teknologi yang bergerak dalam bidang perdagangan yang semakin luas maka permintaan barang dari konsumen untuk memenuhi hidup yang semakin bertambah, dengan alasan itu CV. Hasjrat Abadi membuka hidup yang bercabang di kota Manado untuk melayani kebutuhan masyarakat khususnya kendaraan beroda empat dengan merk “TOYOTA” berdasarkan Akte Notaris No 124 tahun 1952 sebagai jaminan usaha, maka didirikan dijalan Sisingamangaraja No. 09 Calaca Manado, dengan keputusan Menteri Kehakiman RI tertanggal 2 November 1981 No. 5/43/13.

**4.2 Hasil Analisa Data**

**4.2.1 Proses Bisnis yang Dijalankan Perusahaan**

Umumnya untuk PT. Hasjrat Abadi memprioritaskan Proses Bisnis dalam Bidang Jasa dan Servis untuk kendaraan bermotor. Berikut adalah Layanan Jasa yang ditawarkan pada PT. Hasjrat Abadi Karombasan.

- |                        |                                |                         |
|------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 1. Servis Berkala      | 6. Ganti Oli Mesin             | 11. Ganti Kabel Gas     |
| 2. Servis Besar        | 7. Ganti Air Radiator          | 12. Ganti Kabel Kopleng |
| 3. Over Houl           | 8. Ganti Filter Oli            | 13. Ganti Busi          |
| 4. Over Houl CVT       | 9. Service Fuel Injection (FI) | 14. Ganti Kabel Cok     |
| 5 Ganti Kanvas Kopleng | 10. Ganti Saringan Udara (FU)  | 15. Ganti Kabel RPM     |

Adapun jenis kendaraan motor yang dilayani

Tabel 4.1 Jenis Sepeda Motor yang Dilayani

No	Jenis Sepeda Motor	Tipe Mesin Motor
1	2021 (Mio Series FreeGo/Gear 125)	MATIC <125 CC
2	2021 (Jupiter Series & Vega Series)	MOPED <135 CC
3	2021 (MX Series/ Vixion Series)	SPORT >135 CC
4	2021 (R15/MT15)	CBU >150 CC
5	2021 (R25/MT25/ X-MAX)	CBU >150 CC
6	2021 (NMAX/ AEROX/LEX)	CBU >150 CC

Sumber : PT. Hasjrat Abadi Main Dealer Yamaha Karombasan 2022

**4.2.2 Hasil Analisis Data Penelitian**

Dibawah ini adalah daftar harga jasa layanan pada PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan yang telah didapatkan setelah dilakukan Analisis Data Penelitian dengan perhitungan menggunakan pendekatan *Full Costing*.

Tabel 4.2 Daftar List Harga Jual Jasa Layanan

	Jenis Sepeda



No	JenisKerja	Motor					
		MATILC <125 CC	MOPED <135 CC	SPORT >135 CC	CBU >150 CC		
		2021 (Mio Series Freego /Gear 125)	2021 (Jupiter Series & Vega Series)	2021 (MX Series/ Vixion Series)	2021 (R15/M T15)	2021 (R25/ MT25/ X-MAX)	2021 (NMA X/ AERO X/LEX)
1	Serv. Berkala	80,000	80,000	80,000	115,000	185,000	115,000
2	Serv.Besar	170,000	170,000	170,000	170,000	295,000	170,000
3	OverHoul	300,000	300,000	300,000	350,000	520,000	350,000
4	OverHoulCVT	160,000				200,000	
5	Ganti Kanvas Kopling		90,000	90,000	113,000	146,000	
6	Ganti OliMesin	15,000	15,000	15,000	15,000	27,000	15,000
7	Ganti AirRadiator	25,000	25,000	25,000	25,000	31,000	25,000
8	Ganti Filter Oli		15,000	15,000	15,000	25,000	
	Service Fuel Injection(FI)	55,000	55,000	75,000	85,000	140,000	85,000
10	Ganti Saringan Udara	15,000	15,000	15,000	15,000	25,000	15,000
11	GantiKabelGas	30,000	30,000	30,000	30,000	36,000	30,000
12	Ganti Kabel Kopling		30,000	30,000	30,000	36,000	
13	GantiBusi	25,000	25,000	25,000	25,000	35,000	25,000
14	GantiKabelCok	30,000	30,000	30,000			
15	GantiKabelRPM	30,000	30,000	30,000			

Sumber : PT. Hasjrat Abadi Main Dealer Yamaha Karombasan 2022

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual ini didapat dengan Metode perhitungan .Berikut adalah penjelasan dari perhitungan tersebut.

$$\text{Total Biaya produksi} + \text{Total biaya Non Produksi} = (\text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya TenagaKerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Tetap} + \text{Biaya Overhead Variabel}) + \text{Biaya Administrasi \& Umum} + \text{Biaya Pemasaran}$$

Total biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi dalam proses pengadaan jasa dimana proses tersebut yaitu, biaya tenaga kerja langsung yaitu ongkos kerja karyawan yang mengerjakan servis tersebut, dan biaya nantinya juga akan berbeda sesuai jenis motor yang akan di servis, semakin besar jenis kendaraan maka semakin besar tingkat kesulitan yang dihadapi oleh karyawan. Biaya produksi selanjutnya yang mempengaruhi penentuan harga jual juga adalah jenis suku cadang yang diperlukan. Karena setiap kendaraan memiliki suku cadang yang berbeda-beda yang membedakan pula harga jasa nantinya. Dibawah ini merupakan uraian total biaya produksi

#### Total Biaya Produksi: meliputi

$$\text{Biaya Bahan Baku ( Suku Cadanang, Peralatan kerja)} =$$

+ Biaya Tenaga kerja Langsung ( Ongkos kerja karyawan yang mengerjakan servis)  
 + Biaya Overhead Tetap + Biaya Overhead Variabel

**Total Biaya Non Produksi :**

Untuk biaya non-produksi adalah biaya administrasi yakni biaya dalam menjalankan bisnis, serta Biaya Pemasaran yang

+ Biaya Administrasi & Umum + Biaya Pemasaran mencakup biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam memasarkan produk, serta perhitungan laba yang diharapkan.

**4.3.2 Analisis Harga Jual Jasa Untuk Beberapa Layanan yang disediakan**

Untuk setiap layanan yang disediakan oleh perusahaan terdapat tarif atau harga jual jasa yang berbeda-beda tergantung jenis pekerjaan serta jenis kendaraan yang akan dilakukan pekerjaan. dengan pendekatan *Full Costing* maka didapat hasil perhitungan dibawah ini

**Analisis Harga Jual Jasa Untuk Servis Berkala.**

Tabel 4.3 Daftar Harga Jual Jasa untuk Servis Berkala

Jenis Motor	Biaya Produksi				Biaya Non Produksi		Markup	Harga Jasa (Biaya Produksi + Markup)
	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Overhead Variabel	Biaya Overhead Tetap	Biaya Admin	Biaya Pemasaran		
1	20,000	10,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	80000
2	20,000	10,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	80000
3	20,000	10,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	80000
4	45,000	20,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	115000
5	115,000	20,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	185000
6	45,000	20,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	115000

Sumber : Diolah Tahun 2022

**Analisis Harga Jual Jasa Untuk Over Houll**

Untuk tarif dari layan jasa Over Houll dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Untuk jenis motor matic pada urutan 1-3 mempunyai biaya produksi dengan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang sama. Sedangkan untuk motor dengan kapasitas lebih besar memerlukan biaya yang lebih besar pula.

Tabel 4.4 Daftar Harga Jual Jasa untuk Over Houll

Jenis Motor	Biaya Produksi				Biaya Non Produksi		Mark up	Harga Jasa (Biaya Produksi + Markup)
	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Over head Variabel	Biaya Overhead Tetap	Biaya Admin	Biaya Pemasaran		
1	200,000	50,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	300000
2	200,000	50,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	300000
3	200,000	50,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	300000
4	200,000	100,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	350000
5	370,000	100,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	520000

6	200,000	100,000	7,000	3,000	10,000	20,000	10,000	350000
---	---------	---------	-------	-------	--------	--------	--------	--------

Sumber : Diolah Tahun 2022

**Analisis Harga Jual Jasa Untuk Ganti Busi**

Untuk layanan ganti busi berlaku pada semua jenis motor dengan biaya tarif yang sama dan untuk motor CBU >150 CC 2021 (R25/MT25/ X-MAX) memerlukan biaya produksi sedikit lebih mahal.

Tabel 4.5 Daftar Harga Jual Jasa Untuk Ganti Busi

Jenis Motor	Biaya Produksi				Biaya Non Produksi		Mark up	Harga Jasa (Biaya Produksi + Markup)
	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Over head Variabel	Biaya Overhead Tetap	Biaya Admin	Biaya Pemasaran		
1	8,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	25000
2	8,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	25000
3	8,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	25000
4	8,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	25000
5	14,000	8,000	2,000	2,000	2,000	2,000	5,000	35000
6	8,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	25000

Sumber : Diolah Tahun 2022

**Analisis Harga Jual Jasa Untuk Ganti Kabel Cok**

Layanan jasa Ganti Kabel Cok hanya berlaku pada motor dengan kapasitas <125-135 CC>. Dengan tarif yang memiliki besaran yang sama. Dibawah ini adalah tabel 4.6 daftar harga jual jasa dari layanan ini.

Tabel 4.6 Daftar Harga Jual Jasa Untuk Ganti Kabel Cok

Jenis Motor	Biaya Produksi				Biaya Non Produksi		Mark up	Harga Jasa (Biaya Produksi + Markup)
	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Over head Variabel	Biaya Overhead Tetap	Biaya Admin	Biaya Pemasaran		
1	13,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	30000
2	13,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	30000
3	13,000	5,000	2,000	1,000	2,000	2,000	5,000	30000

Sumber : Diolah Tahun 2022

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Bedasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

Penentuan harga jual jasa pada PT Hasjrat Abadi Manado dengan menggunakan metode pendekatan Informasi Akuntansi Penuh terlaksana sesuai dengan ketentuan-ketentuan yakni dengan menghitung jumlah produksi biaya tenaga kerja langsung serta biaya suku cadang kendaraan yang akan dikerjakan. Serta biaya non-produksi yang meliputi biaya pemasaran, laba yang diharapkan perusahaan serta biaya administrasi.

Biaya untuk jasa perbaikan body sepeda motor yang dihasilkan dari perhitungan pada penelitian ini berbeda-beda berdasarkan jenis kerusakannya.

Manfaat dari pendekatan Informasi Akuntansi Penuh telah dilaksanakan dengan baik yang digunakan sebagai penunjang bisnis dalam menentukan harga jual jasa atau layanan di PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan penulis ada beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak perusahaan guna meningkatkan efektivitas penerapan informasi akuntansi penuh dalam penentuan harga jual jasa pada PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan Sebagai berikut :

1. Diharapkan untuk karyawan PT. Hasjrat Abadi Manado Main Dealer Yamaha Karombasan lebih meningkatkan kejujuran dalam bekerja, agar setiap pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan dengan baik.
2. Untuk perusahaan agar bisa lebih teliti dalam pengontrolan harga jual jasa untuk dapat meningkatkan daya minat dari konsumen untuk menggunakan layanan jasa di perusahaan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, D., D. Saepuloh, dan W. Susetyo. (2020). *Akuntansi Manajemen*. PT. Bidara Cendekia Ilmi Nusantara. Tangerang.
- Fatihudin, D., dan Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Hartono & Namira Ufrida Rahmi, (2018). *Pengantar Akuntansi*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Jermias R. R. W. (2016). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Gaji dan Upah Pada PT. Bank Sinarmas Tbk. Manado*. Jurnal EMBA ISSN 2303-1174 Vol. 4 No.2 Juni 2016, Hal. 814-827.
- Kotler, (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedua Belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kieso, D. E., J. J. Weygandt, dan T. D. Warfield. (2018). *Akuntansi Keuangan Menengah : Akuntansi Intermediate*. Salemba Empat. Jakarta.
- Putri, A. dan Efriyenti D. (2020). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Piutang Pada PT. Anugrah Bintang Trijaya*. Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol. 8 No. 1 Februari 2020 Hal. 649-656.
- Sumarno dan Eddy, (2021). *Pengantar Akuntansi*. Penerbit CV. Media Sains Indonesia Bandung.
- Tumalun, T. L. H, dan Pangerapan S. (2019). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit di PT. Nusantara Sakti Cabang Manado*. Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3019-3028.
- Warren, C. S, dkk. (2018). *Pengantar Akuntansi 2 : Adaptasi Indonesia*. Edisi Keempat. Salemba Empat. Jakarta.