

Nurhaini Zulvana

NIM. 15/381971/EK/20552

Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

nurhaini.zulvana@mail.ugm.ac.id

INTISARI

Penelitian ini menganalisis perencanaan laba yang dilakukan oleh Wisma MM UGM, terutama untuk lini layanan kamar. Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif yang tergolong dalam penelitian studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya per tipe kamar dan mengetahui titik impas penjualan setiap tipe kamar pada tingkat laba tertentu pada Wisma MM UGM. Sejauh ini mekanisme perencanaan laba Wisma MM UGM masih sederhana. Manajemen hotel belum mengetahui total biaya untuk setiap tipe kamar. Akibatnya, penetapan harga menjadi kurang akurat. Penetapan harga yang kurang akurat berimbas pada perhitungan titik impas penjualan yang kurang handal. Oleh karena itu, manajemen hotel belum bisa menetapkan target penjualan pada saat musim sepi pengunjung dan ramai pengunjung dengan handal agar dapat menutup biaya operasional dan mencapai target laba hotel. Perencanaan laba selama ini menyebabkan kinerja keuangan hotel menjadi kurang maksimal dan menimbulkan kerugian.

Untuk dapat merencanakan target laba dan penjualan yang handal, manajemen dapat menggunakan alat analisis biaya-volume laba. Analisis ini dapat memberikan panduan kepada manajemen untuk menentukan target penjualan setiap tipe kamar hotel dalam rentang waktu bulanan dan tahunan, baik ketika musim sepi pengunjung maupun ramai pengunjung.

Kata kunci: perencanaan laba, analisis biaya-volume laba, bauran produk, titik impas, layanan hotel, Wisma MM UGM

Nurhaini Zulvana

NIM. 15/381971/EK/20552

Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

nurhaini.zulvana@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

This study analyzes the profit planning conducted by Wisma MM UGM, especially for the room service line. This research uses a descriptive study method which is classified as case study research. This study aims to determine the cost per room type and the selling point of each room type at a certain profit level at Wisma MM UGM. So far, the profit planning mechanism at Wisma MM UGM is still simple. Hotel management doesn't not know the total cost for each room type. Consequently, pricing become less accurate. Less accurate pricing impact on less reliable breakeven point calculation on sales. Therefore, the management of the hotel is not able to set the sales target during the low season and peak season in order to cover operational cost and achieve hotel profit targets. So, the current profit planning mechanism has caused the hotel's financial performance to be less than maximized and the management should face losses.

To be able to plan a reliable profit and sales target, management can use the cost-volume profit analysis tool. This analysis can guide the management to determine the sales target of each hotel room type in a monthly and yearly period, whether during low season and peak season.

Keywords: profit planning, cost-volume profit analysis, product mix, breakeven point, hotel service, Wisma MM UGM