

## ABSTRAK

Salon Belle yang terletak di Jalan Buah Batu No. 220, Bandung, merupakan salah satu bentuk perusahaan jasa yang memberikan jasa perawatan kesehatan dan kecantikan untuk tubuh. Salon ini ingin melakukan promosi untuk meningkatkan penjualannya pada hari-hari kerja (senin-jum'at), karena pada hari-hari tersebut penjualan salon ini hanya 30%-60% dari kapasitas maksimumnya yaitu sebanyak 40 pelanggan per hari.

Untuk mewujudkan hal tersebut, salon tersebut ingin melakukan promosi. Produk *treatment* yang menjadi fokus promosi adalah gunting cuci blow, cuci blow, cuci blow catok, dan creambath cuci catok. Beberapa alternatif promosi yang mungkin untuk dilakukan, yaitu menerbitkan voucher potongan harga; menerbitkan voucher gratis *treatment* refleksi; dan menerbitkan voucher gratis *treatment* manicure dan padicure.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi setiap alternatif promosi dengan menggunakan konsep *relevant cost*. Dengan menggunakan konsep *relevant cost* diharapkan dapat membantu pemilik salon untuk mengambil keputusan yang lebih akurat, karena yang akan diperhitungkan hanyalah biaya yang berbeda dan biaya yang akan muncul jika alternatif keputusan dilakukan.

Hasil penelitian ini memperlihatkan alternatif promosi menerbitkan voucher *discount* dapat memberikan total *incremental profit* per hari sebesar Rp.251.577. Alternatif promosi menerbitkan voucher gratis *treatment* refleksi untuk setiap permintaan keempat *treatment* yang dipromosikan akan memberikan total *incremental profit* per hari sebesar Rp.303.896,33. Alternatif promosi menerbitkan voucher gratis *treatment* manicure-padicure untuk setiap permintaan keempat *treatment* yang dipromosikan akan memberikan total *incremental profit* per hari sebesar Rp.249.871,33. Peneliti berkesimpulan alternatif promosi yang layak untuk direalisasikan adalah alternatif promosi dengan menerbitkan voucher gratis refleksi untuk setiap permintaan keempat *treatment* yang dipromosikan karena alternatif promosi ini memberikan total *incremental profit* yang paling besar diantara alternatif lainnya, yaitu sebesar Rp.303.896,33.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, peneliti menyarankan kepada pemilik salon agar mengaplikasikan *relevant cost* dalam proses pengambilan keputusan. Karena selama ini pemilik salon menghitung seluruh biaya dalam pengambilan keputusan untuk melakukan promosi. Sehingga menimbulkan kemungkinan pengambilan keputusan yang tidak akurat dengan memperhitungkan biaya yang telah dikeluarkan dan yang cenderung tetap atau tidak berubah pada alternatif keputusan.

## ABSTRACT

Salon Belle that located in Buah Batu Street 220, Bandung, is one of service corporate form that give health treatment service and beauty for body. This Salon want to conducts promotion to improve its sale at working days (senin-jum'at), because at days referred this salon sale only 30%-60% from maximum capacities its that is 40 customers every day.

To realize that, salon want to conducts promotion. Product treatment that become promotion focus is scissors gunting cuci blow, cuci blow, cuci blow catok, dan creambath cuci catok. Some promotion alternatives that maybe for conducted, that is publish discount voucher; publish refleksi treatment free voucher; and publish manicure and pedicure treatment free voucher.

This Research bent on be for evaluation every promotion alternative by using concept of relevant cost. By using concept of relevant cost are expected can help salon owner to take more accurate decision, because that will be calculated is only different cost and opportunity cost.

This research result shows promotion alternative publishes voucher discount can give totalize incremental profit every day as high as Rp.251.577. Promotion Alternative publishes treatment reflexi free voucher will give totalize incremental profit every day as high as Rp.303.896,33. Promotion Alternative publishes treatment manicure and padicure free voucher will give totalize incremental profit every day as high as Rp.249.871,33. Researcher competent promotion alternative for implemented is promotion alternative by publish treatment reflexi free voucher because this promotion alternative gives biggest incremental profit from other alternative, that is as high as Rp.303.896,33.

Base result obtained, researcher suggests to salon owner in order to apply relevant cost in course of decision making. Because currently salon owner calculated all costs in decision making to conduct promotion. Causing inaccurate decision making possibility by count the costs that has been released and that not differ between decision alternative.

## DAFTAR ISI

---

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xi

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1. Latar belakang penelitian.....	1
1.2. Identifikasi masalah.....	4
1.3. Maksud dan tujuan penelitian.....	4
1.4. Rerangka pemikiran.....	5
1.5. Metoda penelitian.....	7
1.5.1. Metoda pengumpulan data.....	7
1.5.2. Metoda analisis.....	8
1.6. Lokasi dan waktu penelitian.....	9
1.6.1. Lokasi Penelitian.....	9
1.6.2. Waktu Penelitian.....	9

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Pengertian akuntansi manajemen.....	11
2.2. Kos.....	12
2.2.1. Pengertian kos.....	12
2.2.2. Klasifikasi kos.....	14
2.3. Biaya untuk pengambilan keputusan.....	15
2.3.1. <i>Relevant cost</i> .....	15

2.3.2. <i>Irrelevant cost</i> .....	19
2.3.3. Pengambilan keputusan jangka pendek.....	21

### **BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN**

3.1. Objek	
penelitian.....	25
3.1.1. Sejarah singkat salon Belle.....	25
3.1.2. Aktivitas Salon.....	26
3.2. Metoda	
penelitian.....	27
3.2.1. Metoda yang digunakan.....	27
3.2.2. Metoda pengumpulan data.....	27
3.2.3. Rencana analisis.....	28

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Tinjauan umum biaya produksi.....	30
4.1.1. Biaya operasional.....	31
4.1.2. Biaya komisi.....	34
4.1.3. Biays produk.....	34
4.2. Alternatif promosi dan penerapan <i>relevant cost</i> .....	37
4.2.1. Alternatif promosi.....	38
4.2.2. <i>Relevant cost</i> .....	39
4.2.1.1 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> gunting cuci blow.....	39
4.2.1.2 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> cuci blow.....	40
4.2.1.3 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> cuci blow catok.....	41
4.2.1.4 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> creambath cuci catok....	41
4.2.1.5 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> refleksi.....	42
4.2.1.6 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> manicure.....	43
4.2.1.7 <i>Relevant cost</i> untuk <i>treatment</i> padicure.....	43
4.3. Perhitungan <i>incremental profit</i> dari masing-masing alternatif promosi.....	44

4.3.1. Menerbitkan voucher potongan harga.....	44
4.3.2. Memberikan <i>treatment</i> refleksi secara gratis.....	49
4.3.3. Memberikan <i>treatment</i> manicure dan padicure secara gratis....	54
4.4. Perhitungan <i>incremental profit</i> per hari dari masing-masing alternatif Promosi.....	60
4.5. Pembahasan.....	64

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
5.3 Kelemahan penelitian.....	69

## DAFTAR BAGAN

---

Bagan 1.1 Rerangka pemikiran.....	6
Bagan 2.1 Proses pengambilan keputusan Abdul Halim dan Bambang Supomo.....	22
Bagan 2.2 Proses pengambilan keputusan Ronald W. Hilton.....	23

## DAFTAR TABEL

---

Tabel 1.1	Waktu penelitian.....	9
Tabel 1.2	Aktivitas Penelitian.....	10
Tabel 3.1	Langkah-langkah rencana analisis.....	28
Tabel 4.1	Biaya operasional salon Belle periode Oktober 2008.....	32
Tabel 4.2	Biaya gaji karyawan per bulan.....	32
Tabel 4.3	Biaya komisi karyawan per <i>treatment</i> .....	34
Tabel 4.4	Produk biasa.....	35
Tabel 4.5	Produk Wella.....	35
Tabel 4.6	Produk Sariayu.....	35
Tabel 4.7	Produk Biokos.....	36
Tabel 4.8	Produk Loreal.....	36
Tabel 4.9	Produk Prosil.....	36
Tabel 4.10	Produk Makarizo.....	37
Tabel 4.11	Produk Azarine.....	37
Tabel 4.12	Asumsi penggunaan voucher.....	38
Tabel 4.13	Biaya relevan <i>treatment</i> gunting cuci blow.....	40
Tabel 4.14	Biaya relevan <i>treatment</i> cuci blow.....	40
Tabel 4.15	Biaya relevan <i>treatment</i> cuci blow catok.....	41
Tabel 4.16	Biaya relevan <i>treatment</i> creambath cuci catok (pendek).....	41
Tabel 4.17	Biaya relevan <i>treatment</i> creambath cuci catok (panjang).....	41
Tabel 4.18	Biaya relevan <i>treatment</i> refleksi.....	42
Tabel 4.19	Biaya relevan <i>treatment</i> manicure.....	43
Tabel 4.20	Biaya relevan <i>treatment</i> padicure.....	43
Tabel 4.21	Harga promosi <i>treatment</i> .....	45
Tabel 4.22	Haega normal <i>treatment</i> .....	45
Tabel 4.23	<i>Incremental profit</i> promosi voucher gunting cuci blow pendek.....	45
Tabel 4.24	<i>Incremental profit</i> promosi voucher gunting cuci blow panjang.....	46
Tabel 4.25	<i>Incremental profit</i> promosi voucher cuci blow pendek.....	46
Tabel 4.26	<i>Incremental profit</i> promosi voucher cuci blow panjang.....	47
Tabel 4.27	<i>Incremental profit</i> promosi voucher cuci blow catok pendek.....	47
Tabel 4.28	<i>Incremental profit</i> promosi voucher cuci blow catok panjang.....	48
Tabel 4.29	<i>Incremental profit</i> promosi voucher creambath cuci catok pendek.....	48
Tabel 4.30	<i>Incremental profit</i> promosi voucher creambath cuci catok panjang.....	49
Tabel 4.31	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi gunting cuci blow pendek.....	50
Tabel 4.32	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi gunting cuci blow panjang.....	50
Tabel 4.33	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi cuci blow pendek.....	51
Tabel 4.34	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi cuci blow panjang.....	51
Tabel 4.35	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi cuci blow catok pendek.....	52
Tabel 4.36	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi cuci blow catok panjang.....	52
Tabel 4.37	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi creambath cuci catok pendek.....	53
Tabel 4.38	<i>Incremental profit</i> promosi gratis refleksi creambath cuci catok panjang.....	54
Tabel 4.39	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure gunting cuci blow pendek.....	55
Tabel 4.40	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure gunting cuci blow panjang.....	55
Tabel 4.41	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure cuci blow pendek.....	56
Tabel 4.42	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure cuci blow panjang.....	57
Tabel 4.43	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure cuci blow catok pendek.....	57

Tabel 4.44	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure cuci blow catok panjang.....	58
Tabel 4.45	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure creambath cuci catok pendek.....	59
Tabel 4.46	<i>Incremental profit</i> promosi gratis manicure padicure creambath cuci catok panjang.....	59
Tabel 4.47	Estimasi waktu jasa <i>treatment</i> per kepala.....	60
Tabel 4.48	Asumsi penjualan per hari untuk <i>idle capacity</i> alternatif promosi menerbitkan voucher <i>Discount</i> Asumsi penjualan alternatif promosi menerbitkan voucher <i>discount</i> .....	61
Tabel 4.49	<i>incremental profit</i> per hari alternatif promosi menerbitkan voucher <i>discount</i> .....	62
Tabel 4.50	Asumsi penjualan penjualan per hari untuk <i>idle capacity</i> alternatif promosi menerbitkan voucher gratis refleksi.....	62
Tabel 4.51	<i>incremental profit</i> per hari alternatif promosi menerbitkan voucher gratis refleksi.....	63
Tabel 4.52	Asumsi penjualan penjualan per hari untuk <i>idle capacity</i> alternatif promosi menerbitkan voucher gratis manicure-padicure.....	63
Tabel 4.53	<i>incremental profit</i> per hari alternatif promosi menerbitkan voucher gratis manicure-padicure.....	64
Tabel 4.54	Perbandingan <i>incremental profit</i> per hari.....	65