

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Dewasa ini, bidang perhotelan sedang ramai diperbincangkan oleh khalayak ramai. Sejatinya, hotel dapat dikatakan sebagai suatu bangunan yang didirikan dengan tujuan untuk mengakomodasi para wisatawan yang sedang berkunjung ke daerah wisata tersebut. Bidang usaha perhotelan merupakan penunjang yang penting bagi kelangsungan kepariwisataan di setiap daerah wisata. Wisatawan dapat memilih hotel yang sesuai dengan kebutuhannya. Mulai dari hotel dengan jenis *guest house* sampai hotel berbintang 6 dapat dinikmati oleh para wisatawan.

Menurut SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77, hotel dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Hotel berbintang 1, hotel tersebut sekurang-kurangnya memiliki 15 kamar, satu suite room, memiliki restoran dan bar.
2. Hotel berbintang 2, hotel tersebut sekurang-kurangnya memiliki 20 kamar dengan dua suite room, memiliki restoran dan bar.
3. Hotel berbintang 3, hotel tersebut minimal memiliki 30 kamar, tiga suite room, memiliki restoran dan bar.

4. Hotel berbintang 4, hotel tersebut memiliki minimal 50 kamar dengan empat suite room dan memiliki restoran dan bar.
5. Hotel berbintang 5, hotel tersebut memiliki minimal 100 kamar dengan lima suite room dan memiliki restoran dan bar.

Saat ini kota Bandung menjadi salah satu kota tujuan wisata, terbukti dengan padatnya kota Bandung terutama saat akhir pekan. Dengan tersedianya fasilitas jalan tol Cipularang yang selesai dibangun pada akhir April 2005, membuat kota Bandung lebih mudah untuk dikunjungi oleh wisatawan dari arah Jakarta, dan juga dengan dibukanya penerbangan dari bandara Husein Sastranegara ke daerah lainnya di Indonesia seperti Bali, Pekanbaru, Surabaya dan lainnya membuat Kota Bandung mudah untuk dikunjungi.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) JaBar, sedikitnya 15.417 wisatawan tercatat masuk melalui Bandara Husein Sastranegara sepanjang Juni 2012. Angka ini merupakan lonjakan sebesar 22,39% dibandingkan dengan posisi Mei 2012 yang mencapai 12.597 wisatawan. Lonjakan kunjungan tersebut, menurut BPS tidak terlepas dari semakin mudahnya akses masuk menuju Kota Bandung ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)).

Ratusan mobil dari luar kota memasuki kota Bandung saat akhir pekan, dengan jumlah sekitar 200.000 kendaraan ([www.infopublic.org](http://www.infopublic.org)). Maka hotel di kota Bandung pun perlu mendapat perhatian yang lebih, agar dapat menunjang kebutuhan para wisatawan yang berlibur di kota Bandung ini. Berbagai macam hotel tersedia, seperti *guest house*, hotel melati maupun hotel berbintang. Menurut ketua Perhimpunan Hotel

dan Restoren Indonesia (PHRI), okupansi hotel di Bandung pada tahun 2012 akan ditingkatkan dari 62% menjadi 70% ([www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com)). Jumlah hotel di kota Bandung adalah sebanyak 84 hotel berbintang dan 190 hotel melati. Maka dengan ketatnya persaingan antar hotel ini, selain fasilitas tentunya pengendalian dalam setiap aktivitas hotel pun perlu diperhatikan agar dapat memuaskan para pelanggannya.

Perkembangan kepariwisataan seperti saat ini membuat hotel semakin diperlengkapi dengan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti, kolam renang, *fitness center*, *spa*, *laundry* dan fasilitas lainnya. Selain kenyamanan dan keamanan tentunya fasilitas penunjang tersebut mempengaruhi daya tarik pengunjung dan daya ukur mewahnya sebuah hotel. Banyaknya fasilitas yang ditawarkan, tentunya berbanding lurus dengan sistem internal hotel tersebut. Dalam artian, semakin luas aktivitas dari hotel tersebut, maka semakin banyak pula pengendalian yang diperlukan dalam setiap aktivitasnya.

Dengan kegiatan operasi hotel yang luas, tidak memungkinkan jika hanya mengandalkan manajer pusat yang memantau seluruh kegiatan hotel tersebut. Menerapkan pengendalian akuntansi pertanggungjawaban merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh hotel untuk menjaga hotelnya tetap terkendali dan berjalan sesuai harapan pimpinan. Namun, hotel dengan kegiatan yang kompleks dan luas yang akan lebih membutuhkan peran akuntansi pertanggungjawaban. Dengan adanya akuntansi pertanggungjawaban tersebut tentunya biaya hotel pun akan lebih terorganisir dengan baik dan tujuan hotel akan lebih mudah untuk dicapai.

Mulyadi (2001:188) mengatakan bahwa:

“Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan dan pelaporan biaya dan penghasilan dilakukan dengan bidang pertanggungjawaban dalam organisasi, dengan tujuan agar dapat ditunjuk orang atau kelompok yang bertanggungjawab terhadap penyimpangan dari biaya dan penghasilan yang dianggarkan.”

Pengendalian dengan penerapan akuntansi pertanggungjawaban adalah salah satu pengendalian dengan cara mengelompokkan tanggung jawab dan menggariskan secara jelas hubungan satu bagian dengan bagian lainnya dalam perusahaan, disertai dengan pertanggungjawaban dari masing-masing tingkatan secara terinci. Dalam akuntansi pertanggungjawaban terdapat pusat-pusat pertanggungjawaban, dimana terdapat pemisahan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang tegas antar tingkatan manajemen pada setiap pusat pertanggungjawaban. Terdapat beberapa pusat pertanggungjawaban dalam akuntansi pertanggungjawaban ini, yaitu pusat biaya (*cost center*), pusat pendapatan (*revenue center*), pusat laba (*profit center*) dan pusat investasi (*investment center*).

Dalam sebuah hotel, terdapat biaya operasional dan biaya pemasaran. Biaya operasional terdiri dari biaya gaji pegawai, biaya listrik operasional hotel, dan lainnya. Sedangkan biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk (Mulyadi,2010:15). Dimana produk dalam hotel adalah merupakan penyewaan kamar dan fasilitas-fasilitas lainnya. Contoh biaya pemasaran misalnya seperti, biaya iklan, biaya promosi. Pengendalian biaya-biaya tersebut tentunya

akan sangat berpengaruh terhadap kinerja operasional hotel, terlebih biaya pemasaran yang dikeluarkan hotel harus seimbang dengan manfaat yang didapat oleh hotel.

Pengendalian terhadap biaya pemasaran tersebut sangat dibutuhkan peranan manajer, terutama manajer pada pusat biaya. Tingkat kemampuan pusat biaya dalam mencapai target pemasaran perlu diperhatikan, sehingga dapat memaksimalkan kinerja pusat biaya. Hasil kinerja dari manajer pun perlu dievaluasi agar tidak terjadi penurunan kinerja dan penyimpangan yang terjadi dapat terdeteksi sejak dini.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN PUSAT BIAYA TERHADAP EFEKTIVITAS PENGENDALIAN BIAYA PEMASARAN”** (Survei pada hotel bintang 4 dan bintang 5 di kota Bandung).

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, pembahasan akan dititikberatkan pada masalah :

Apakah terdapat hubungan antara penerapan akuntansi pertanggungjawaban dengan efektivitas pengendalian biaya pada hotel bintang 5 di kota Bandung?

## **1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan keterangan yang menunjang mengenai bahan yang dibahas, yaitu berupa penyebaran kuesioner. Dimana kuesioner tersebut akan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya dengan efektivitas pengendalian biaya pemasaran.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Meneliti apakah akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya telah diterapkan pada hotel bintang 5 di kota Bandung.
2. Meneliti ada tidaknya hubungan antara penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya dengan pengendalian biaya pemasaran.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

- Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam bidang pengendalian biaya pemasaran perusahaan.

- Bagi penulis

Dapat dijadikan bahan perbandingan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lapangan.

- Bagi pembaca

Dapat menambah pengetahuan mengenai penerapan akuntansi pertanggungjawaban pusat biaya terhadap pengendalian biaya pemasaran.