

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual menurut Achmad merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang.¹ Harga Jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya *overhead* pabrik perusahaan.

Menurut Gregory Lewis, sebagaimana dikutip Achmad, harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau *net price*. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.²

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

Fandi Tjiptono dalam Achmad mengemukakan bahwa penetapan harga jual mempunyai beberapa tujuan, yaitu:³

¹ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 51.

² *Ibid.*, hal. 47.

³ *Ibid.*, hal. 48.

- a. Tujuan berorientasi pada laba. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual yang dapat menghasilkan harga jual paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Maksimisasi laba sangat sulit dicapai karena sangat sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga jual tertentu.
- b. Tujuan berorientasi pada volume. Harga jual ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai volume penjualan (dalam ton, kg, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif).
- c. Tujuan berorientasi pada citra. Citra (*Image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga jual. Perusahaan dapat menetapkan harga jual tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.
- d. Tujuan stabilisasi harga jual. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.
- e. Tujuan-tujuan lainnya. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

b. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga Jual

Hukum *The Law of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input akan meningkat sehingga harga jual produk juga akan meningkat. Demikian halnya jika satu macam input dikurangi penggunaannya sedang input lain tetap maka output yang dihasilkan dari setiap pengurangan satu unit input akan menurun sehingga harga jual produk

juga akan menurun.⁴ Berdasarkan hukum tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan biaya produksi akan berimbas pada meningkatnya harga jual sebuah produk.

Hukum *Target Costing* yang dikemukakan oleh Blocher, dkk menunjukkan bahwa laba yang diinginkan merupakan harga jual yang ditentukan oleh pasar dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga *target earning* atau laba yang diharapkan berpengaruh terhadap harga jual sebuah produk.⁵

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan.⁶

- a. Faktor internal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
 - 1) Tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.
 - 2) Strategi bauran pemasaran. Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.
 - 3) Biaya sebagai faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada

⁴ Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Prenada Media Group, Jakarta, 2014, hal. 168.

⁵ Blocher, dkk, *Manajemen Biaya*, Diterjemahkan oleh Susty A Ambarriani, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hal. 21.

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2007, hal. 154-159.

aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.

4) Organisasi dalam hal ini manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

b. Faktor eksternal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:

1) Sifat pasar dan permintaan. Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar. Memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya akan diupayakan melalui serangkaian pertanyaan apakah pasar termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

2) Persaingan, merupakan kekuatan pokok yang memengaruhi persaingan dalam suatu industri menurut Porter (1985) ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:⁷

- a) Jumlah perusahaan dalam industri
- b) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri
- c) Diferensiasi produk
- d) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut

3) Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

⁷ *Ibid.*, hal. 156.

c. Metode Penetapan Harga Jual

Ada beberapa metode penentuan harga jual tetapi yang sering dipakai adalah lima metode sebagai berikut:⁸

a. *Gross Margin Pricing*

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut “*Mark On Persentage*” atau *Mark up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. *Persentage mark up* besarnya berbeda-beda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mempunyai resiko besar akan menentukan persentase *mark up* ini relatif lebih panjang dibanding dengan perusahaan yang risikonya tidak begitu besar. Beberapa faktor yang memengaruhi besarnya *mark up* di antaranya musiman tidaknya produksi, tinggi rendahnya biaya operasi, besar kecilnya aktiva yang digunakan, dan tajam tidaknya persaingan.

b. *Direct Cost Pricing*

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas yang menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini dikenal dengan *Marginal Income Pricing* karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan *marginal income*. *Marginal income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biayabiaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

⁸ Achmad Slamet dan Sumarli, *Op. Cit.*, hal. 49.

c. *Full Cost Pricing*

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan.

d. *Time and Material Pricing*

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. *Time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, di mana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari:⁹

- 1) Upah langsung dan premi pada karyawan
- 2) Bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja
- 3) Bagian untuk laba

Material adalah semua biaya yang dimaksudkan untuk job tertentu ditambah *handling* dari material biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari *cost material*. Dengan menentukan *Time* dan *Material* tersebut maka dengan mudah perusahaan bisa menentukan harga jual suatu produk.

d. Pengertian Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan. Volume penjualan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan atau instansi dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu turun naik. Kemungkinan turun naiknya hasil penjualan

⁹ Achmad Slamet dan Sumarli, *Op. Cit.*, hal. 49.

tersebut terjadi secara teratur sehingga perusahaan dapat memiliki pedoman yang tetap di dalam pembuatan peramalan.¹⁰

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa mempunyai tujuan akhir, yaitu untuk menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos untuk memperoleh laba.¹¹

Menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya. Penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan pendapatan usaha pokok atau pendapatan utama bagi perusahaan yang memperjualbelikan barang-barang kepada pelanggan.¹²

Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi. Penjualan merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai gantinya dengan persetujuan untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran. Keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat. Dengan kata lain, apakah usaha itu dapat laba

¹⁰ Dewa Putu, dkk, *Op. Cit.*, hal. 4.

¹¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009, hal. 57.

¹² Yayat dan Acep Komara, *Op. Cit.*, hal. 30.

atau tidak, sangat tergantung kepada keberhasilan penjualan itu. Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.¹³

Pada perusahaan dagang, penjualan barang dagangan dicatat dengan mendebit akun kas atau piutang dagang dan mengkredit akun penjualan. Penjualan adalah nama akun yang digunakan dalam perusahaan dagang, seperti halnya akun pendapatan dalam perusahaan jasa. Akun penjualan hanya digunakan untuk mencatat penjualan barang dagangan dan tidak untuk penjualan selain barang dagang.¹⁴

e. Penetapan Harga Jual Menurut Islam

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad.¹⁵

Hadits yang menunjukkan bahwa Rasulullah tidak menetapkan harga, namun menyerahkannya kepada pasar yaitu dalam Hadits yang diriwayatkan abu dawud dari abu hurairah bahwa ada seseorang berkata kepada Nabi SAW :¹⁶

هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ فَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ

وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

¹³ Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, hal. 57.

¹⁴ Losina Purnastuti dan Rr. Indah, *Ekonomi untuk SMA/MA Kelas XII*, Grasindo, Jakarta, 2014, hal. 3.

¹⁵ Rachmat Syafei sebagaimana dikutip Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam, MAZAHIB*, Vol. IV, No. 1, Juni 2007, hal. 93.

¹⁶ Anita Rahmawaty, *Op. Cit.*, hal. 143.

Artinya : *“Sesungguhnya Allah lah yang menentukan pergerakan harga, yang melapangkannya, yang menyempitkannya, sedangkan aku berharap untuk menghadap kepada Allah dan tidak seorangpun yang menuntutku dengan satu kedzaliman, baik dalam urusan jiwa (darah) atau harta kekayaan. (HR Abu Dawud).*

Hadits di atas menjelaskan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tidak ada seorang pun yang dapat mempengaruhi pasar karena pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Muhammad:

“Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Tas’ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan.”¹⁷

Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menurut Qardhawi, jika pedagang menahan suatu barang, sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat harga pertama. Dalam kasus ini, para pedagang secara suka rela harus menerima penetapan harga oleh pemerintah. Pihak yang berwenang wajib menetapkan harga itu. Dengan demikian, penetapan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagaimana diminta oleh Allah.

¹⁷ Ibnu Taimiyah sebagaimana dikutip Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam, MAZAHIB*, Vol. IV, No. 1, Juni 2007, hal. 93.

Sedang menurut Adiwarman Karim "Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran". Dari definisi tersebut jelaslah bahwa yang menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk /jasa dari para pengusaha/pedagang, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli, duopoli, oligopoli, dan persaingan sempurna. Apapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan *ridha* dan para penjual juga memberikan *ridha*. Jadi para pembeli dan para penjual masing-masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga.¹⁸

Salah satu masalah yang penting dari teori produksi adalah bagaimana menentukan harga dari factor produksi. Dalam teori produksi konvensional, masalah penetapan harga ini terkait dengan upaya pencapaian tingkat keuntungan perusahaan. Salah satu pendekatan yang populer dipergunakan dalam *factor pricing* adalah pendekatan produktivitas marginal.¹⁹

Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua

¹⁸ Adiwarman Karim sebagaimana dikutip Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam, MAZAHIB*, Vol. IV, No. 1, Juni 2007, hal. 93.

¹⁹ Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2008, hal. 123.

belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan²⁰

2. Laba

a. Pengertian Laba

Perkiraan laba yang diinginkan, merupakan perkiraan keuntungan yang diharapkan dari penjualan barang produksi dari biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut, variabel ini diukur dengan data rasio.²¹

Suwarto sebagaimana dikutip Achmad, mengemukakan yang dimaksud dengan laba adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh penerimaan tersebut. Laba adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya total yang digunakan untuk memproduksi suatu barang.²²

Sedangkan menurut Belkaoui dalam, Harahap, dalam buku Teori Akuntansi definisi tentang laba ini mengandung lima sifat yaitu:²³

- 1) Laba akuntansi didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi.
- 2) Laba akuntansi didasarkan pada postulat periodik laba.

²⁰ Birusman Nuryadin, *Harga dalam Perspektif Islam*, MAZAHIB, Vol. IV, No. 1, Juni 2007, hal. 93.

²¹ Achmad Slamet dan Sumarli, *Op. Cit.*, hal. 51.

²² *Ibid.*, hal. 50.

²³ Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2005, hal. 145-146.

- 3) Laba akuntansi didasarkan pada prinsip revenue
- 4) Laba akuntansi memerlukan perhitungan terhadap biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan.
- 5) Laba akuntansi didasarkan pada prinsip matching.

Laba akuntansi merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan, yaitu :²⁴

- 1) Perhitungan pajak
- 2) Untuk menghitung deviden yang akan diberikan kepada pemilik yang akan ditahan dalam perusahaan.
- 3) Sebagai pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan.
- 4) Sebagai pedoman dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi mendatang.

Proses menganalisis perusahaan, di samping dilakukan dengan melihat laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Dari sudut pandangan investor, salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa yang akan datang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan.

Laba merupakan tujuan perusahaan, di mana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Laba atau korporasi diperoleh dari penjualan dikurangi semua biaya operasional. Dari definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa laba diperoleh dari hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya. Jadi untuk meningkatkan laba, perusahaan harus mampu meningkatkan penjualan, atau menekan biaya, atau kalau sanggup kedua faktor tersebut diusahakan secara

²⁴ *Ibid.*, hal. 146.

bersama-sama. Laba didefinisikan oleh Skounse sebagai ukuran dari kinerja suatu perusahaan sama dengan pendapatan dikurangi biaya-biaya tersebut. Pengertian laba menurut Safri adalah *gains* (laba) adalah naiknya nilai *equity* dari transaksi yang sifatnya insidental dan bukan kegiatan utama entity dan dari transaksi atau kejadian lainnya yang memengaruhi entity selama satu periode tertentu kecuali yang berasal dari hasil atau investasi dari pemilik.²⁵

Laba adalah selisih antara penerimaan atau pendapatan total dan jumlah seluruh biaya. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan. Laba perusahaan dalam hal ini dapat dilakukan dijadikan sebagai ukuran dari efisiensi dan efektifitas dalam sebuah unit kerja dikarenakan tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, laba suatu perusahaan khususnya pada pusat laba atau unit usaha yang menjadikan laba sebagai tujuan utamanya merupakan alat yang baik untuk mengukur prestasi pimpinan atau manajer atau dengan kata lain efisiensi dan efektifitas dari perusahaan dapat dilihat dari laba yang diraih unit tersebut.²⁶

Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau yang terjadi dari suatu badan usaha. Dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang memengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang timbul dalam pendapatan (*Revenue*) atau investasi pemilik. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan usaha,

²⁵ Yonnade Arga, *Op. Cit.*, hal. 4.

²⁶ Yonnade Arga, *Op. Cit.*, hal. 4.

untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba adalah pendapatan (*revenue*) dikurangi biaya-biaya (*cost*).²⁷

b. Peranan Laba dalam Perusahaan

Peranan laba dalam perusahaan adalah sebagai berikut:²⁸

- 1) Menerapkan laba sebagai tujuan perusahaan yang paling utama untuk setiap usaha dan sebagai dasar untuk menekan tingkat biaya, sehingga dapat memaksimalkan laba penjualan karena dengan meminimalkan biaya produksi maka laba yang maksimal akan tercapai.
- 2) Sebagai kompensasi dari dan yang ditanamkan perusahaan maupun oleh pihak investor untuk melakukan kegiatan perusahaan baik dibidang produksi ataupun penjualan.
- 3) Laba yang diterima dalam periode atau tahun sebelumnya dikembalikan dalam bentuk dana usaha yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan menuju kearah kemajuan yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.
- 4) Laba digunakan sebagai jaminan sosial untuk para karyawan yang mendukung kegiatan kerjanya, agar mereka bekerja dengan tenang karena kesejahteraan mereka telah dijamin oleh perusahaan dan mereka membalasnya dengan produktifitas kerja.
- 5) Merupakan salah satu daya tarik untuk para investor baru untuk menanamkan modalnya kedalam perusahaan yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan agar lebih maju dan lebih bersaing.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa laba selain sebagai tujuan utama perusahaan juga bisa digunakan sebagai alat daya tarik para investor lain atau pihak ketiga untuk menanamkan modalnya pada

²⁷ Nurul Aini, *Analisis Penentuan Harga Jual Perkemasan Produk terhadap Laba Yang Dihasilkan pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang*, Jurusan Akuntansi Politeknik PalComTech Palembang, 2013, hal. 3.

²⁸ Nurul Aini, *Op. Cit.*, hal. 4.

perusahaan. Selain sebagai daya tarik, laba juga digunakan sebagai alat menggefesienkan kegiatan usaha yang akan dijalankan.

c. Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah proses pembuatan rencana kerja untuk jangka waktu satu tahun, yang dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan kuantitatif yang lain. Suatu anggaran laba dapat digunakan untuk hal-hal berikut ini:²⁹

- 1) Untuk perusahaan secara keseluruhan
 - a) Alokasi sumber daya dalam mencapai sasaran menurut anggaran
 - b) Perencanaan dan pengkoordinasian kegiatan perusahaan
 - c) Tanggung jawab dari setiap manajer serta kontribusinya terhadap perusahaan
- 2) Digunakan manajer puncak
 - a) Penilaian alat prestasi keuangan untuk tahun yang akan datang
 - b) Merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh aktifitas perusahaan
 - c) Berperan serta dalam perencanaan divisi
 - d) Pengendalian terhadap kegiatan divisi

Perencanaan atau anggaran laba menyajikan tingkat agregat laba yang diharapkan suatu perusahaan. Perencanaan laba yang baik dan cermat tidak mudah karena teknologi berkembang dengan cepat dan faktor sosial, ekonomi, dan politik berpengaruh kuat dalam dunia usaha.

d. Penentuan Posisi Laba Secara Islami

Di dalam Islam, penentuan posisi laba, perilaku rasional dalam maksimisasi laba pada dasarnya dikondisikan oleh tiga faktor, yaitu (1) pandangan Islam tentang bisnis; (2) perlindungan kepada konsumen; dan (3) bagi hasil di antara faktor yang mendukung. Semua faktor itu akan mempengaruhi tingkat kurve penerimaan dan

²⁹ *Ibid.*, hal. 5.

biaya untuk menentukan ‘*profit space*’ sedemikian rupa sehingga usaha maksimisasi tidak melanggar norma-norma perilaku Islam. Bahkan, hal ini cenderung mendorong pertumbuhan yang adil dan berusaha mengharmoniskan kepentingan-kepentingan individu dan sosial.³⁰

عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَظَاهُ دِينَارٌ يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً
فَاشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ فَدَعَا لَهُ
بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ وَكَانَ أَوْ اشْتَرَى التَّرَابَ لَرْبَحٍ فِيهِ

Artinya : “Dari Urwah al Bariqi Radhiyallahu anhu, bahwasanya Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam memberinya satu dinar uang untuk membeli seekor kambing. Dengan uang satu dinar tersebut, dia membeli dua ekor kambing dan kemudian menjual kembali seekor kambing seharga satu dinar. Selanjutnya dia datang menemui Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. (Melihat hal ini) Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam mendoakan keberkahan pada perniagaan sahabat Urwah, sehingga seandainya ia membeli debu, niscaya ia mendapatkan laba darinya. [HR. Bukhâri, No. 3443].

Pada kisah ini, sahabat Urwah Radhiyallahu anhu dengan modal satu dinar, ia mendapatkan untung satu dinar atau 100 %. Pengambilan untung sebesar 100% ini mendapat restu dari Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam . Dan bukan hanya merestui, bahkan Beliau Shallallahu ‘alaihi wa sallam berdo’a agarperniagaan sahabat Urwah Radhiyallahu anhu senantiasa diberkahi. Sehingga sejak itu, beliau Radhiyallahu anhu semakin lihai berniaga.

³⁰ Muhamad, *Maksimalisasi Laba Usaha: Perspektif Konvensional Dan Islam*, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta, 2014, hal. 5.

Dalam konsep jual beli dan perolehan laba Islami, memberikan tuntunan pada manusia dalam perilakunya untuk memenuhi segala kebutuhannya dengan keterbatasan alat kepuasan dengan jalan yang baik dan alat kepuasan yang tentunya halal, secara zatnya maupun secara perolehan-nya. Prinsip keridhoan, ta'āwun, kemudahan, dan transparansi, dalam jual beli Islam mencegah usaha-usaha eksploitasi kekayaan dan serta mengambil keuntungan dari kerugian pihak lain. Konsep laba dalam Islam, secara teoritis dan realita tidak hanya berasaskan pada logika semata-mata, akan tetapi juga berasaskan pada nilai-nilai moral dan etika serta tetap berpedoman kepada petunjuk-petunjuk dari Allah .

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ

فِيهِ وَلَا خَلَّةٌ وَلَا شَفْعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٥٤﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.” (Q.S Al Baqarah:254).³¹

Harga berpengaruh langsung terhadap laba usaha. Laba usaha diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga per unit dikalikan kuantitas yang terjual. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya Total}$$

³¹ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 254, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 5.

3. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Garrison, Ray H., Eric W. Noreen, Peter C. Brewer yang diterjemakan oleh Hinduan “Biaya produksi adalah: biaya produksi itu sendiri mencakup semua biaya yang terkait dengan pemerolehan atau pembuatan suatu produk”.³²

Hansen dan Mowen dalam terjemahan Fitriasari dan Kwary juga menyatakan bahwa: “Biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa”. Biaya produksi dapat diklasifikasikan sebagai biaya produksi langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.³³

Biaya produksi merupakan perkiraan semua biaya yang harus diperhitungkan dalam rangka proses produksi sebuah barang. Biaya produksi ini diindikasikan dengan perkiraan biaya produksi dengan skala rasio.³⁴

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk membuat produk, baik barang maupun jasa.

Biaya produksi merupakan sebagian keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk. Dalam kegiatan perusahaan, biaya produksi dihitung berdasarkan jumlah produk yang siap dijual. Biaya produksi

³² Yuke Oktalina dan Lili Syafitri, Analisis Pengendalian Biaya Produksi dan Pengaruhnya Terhadap Laba Pabrik Penggilingan (PP) Srikandi Palembang, *Jurnal Akuntansi*, STIE MDP, 2012, hal. 2.

³³ *Ibid.*

³⁴ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 51.

sering disebut ongkos produksi. Berdasarkan pengertian tersebut, biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk hingga produk itu sampai di pasar, atau sampai ke tangan konsumen.³⁵

Biaya merupakan unsur penting dalam suatu perusahaan yang merupakan objek yang tercatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Biaya (*cost*) merefleksikan pengukuran moneter dari sumber daya yang dibelanjakan untuk mendapatkan sebuah tujuan seperti membuat barang atau mengantarkan jasa. Akan tetapi, istilah biaya harus ditetapkan secara lebih spesifik sebelum biaya dari sebuah produk atau jasa dapat ditentukan dan dikomunikasikan kepada orang lain.

Proses adalah cara atau metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan menghasilkan barang atau meningkatkan nilai guna suatu barang dan jasa. Pengertian produksi adalah pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang ataupun jasa. Jadi berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan proses produksi adalah cara atau metode dan teknik bagaimana sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) diberdayakan untuk untuk menciptakan atau menambah guna atas suatu benda sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia.³⁶

Full costing merupakan metode penentuan cost produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

³⁵ Bambang Widjajanta, dkk, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, CV. Citra Praya, Bandung, 2007, hal. 35.

³⁶ Yayat dan Acep Komara, *Op. Cit.*, hal. 29.

Dapat dikatakan bahwa metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok yang memasukan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada biaya overhead sesungguhnya. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *full costing* sebagai berikut:³⁷

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variable	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Harga pokok produksi	xxx
Biaya Administrasi & Umum	xxx
Biaya Pemasaran	xxx
Biaya Komersil	<u>xxx +</u>
Total Harga Pokok Produk	xxx

b. Pembagian Biaya

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang. Biaya produksi adalah harga pokok yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Penggolongan biaya, adalah: ³⁸

- a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran. Penggolongan ini misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik.
- b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan
 - 1) Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual.

³⁷ Amelia A.A Lambajang, *Analisis Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Costing PT. Tropica Cocoprime*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 673-683.

³⁸ Achmad Slamet dan Sumarli, *Op. Cit.*, hal. 49.

- 2) Biaya pemasaran. Biaya ini terjadi untuk melakukan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya pengangkutan, biaya gaji bagian pemasaran.
 - 3) Biaya administrasi dan umum. Biaya ini dipakai untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya: biaya gaji karyawan bagian akuntansi, bagian keuangan, bagian personalia, dan bagian hubungan masyarakat.
- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dapat dibiayai dapat berupa produk atau departemen.³⁹
- 1) Biaya langsung terdiri dari biaya produksi langsung dan biaya langsung departemen.
 - 2) Biaya tidak langsung meliputi biaya produksi tidak langsung (bop) dan biaya tidak langsung departemen, yaitu biaya yang terjadi dalam departemen tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.
- d. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini digolongkan menjadi: biaya variabel, biaya semi-variabel, biaya semi-tetap, dan biaya tetap.
- e. Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya.
- 1) Pengeluaran modal, yaitu biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.
 - 2) Pengeluaran pendapatan, yaitu biaya yang mempunyai manfaat pada periode selama terjadi pengeluaran tersebut.

c. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Ada beberapa unsur-unsur biaya produksi yaitu sebagai berikut :⁴⁰

³⁹ Amelia A.A Lambajang, *Op. Cit.*, hal. 683.

⁴⁰ Achmad Slamet dan Sumarli, *Op. Cit.*, hal. 49.

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Secara teoritis, biaya bahan baku langsung harus memasukkan seluruh biaya bahan baku yang digunakan untuk memproduksi sebuah produk atau kinerja sebuah jasa

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari upah atau gaji yang dibayar untuk pegawai tenaga kerja langsung. Biaya tenaga kerja langsung harus memasukkan dasar kompensasi, bonus atas efisiensi produksi, dan saham pemberi kerja atas jaminan sosial dan pajak-pajak program kesehatan.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Overhead merupakan berbagai faktor atau biaya produksi yang tidak langsung untuk memproduksi sebuah produk atau menyediakan sebuah jasa. Maka, biaya *overhead* tidak memasukkan bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.⁴¹

d. Biaya variabel

Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktifitas.

d. Biaya Produksi Menurut Islam

Dalam sistem produksi Islam konsep kesejahteraan ekonomi digunakan dengan cara yang lebih luas. Menurut Afzalur Rahman dalam bukunya *Doktrin Ekonomi Islam*, konsep kesejahteraan ekonomi Islam terdiri dari bertambahnya pendapatan yang diakibatkan oleh meningkatnya produksi dari hanya barang-barang yang berfaedah melalui pemanfaatan sumber-sumber daya secara maksimum-baik manusia maupun benda demikian juga melalui ikut sertanya jumlah maksimum orang dalam proses

⁴¹ *Ibid.*, hal. 50.

produksi.⁴² Sehingga biaya produksi dalam Islam harus dipergunakan dengan bijak dan semestinya, sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW sebagai berikut :⁴³

عَنْ حَدِيثِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَتَى اللَّهَ عَبْدٌ مِنْ عِبَادِهِ آتَاهُ اللَّهُ مَالًا فَقَالَ لَهُ مَا عَمِلْتَ فِي الدُّنْيَا قُلْ وَلَا يَكْتُمُونَ اللَّهَ حَدِيثًا قَالَ يَا رَبِّ آتَيْتَنِي مَالًا فَكُنْتُ أَبَايَعُ النَّاسِ وَكَانَ مِنْ خُلُقِي زُلْجَوَى فَكُنْتُ أَتَيْسِرُ عَلَى الْمُسِيرِ وَأَنْظِرُ الْمُعْسِرَ فَقَالَ اللَّهُ أَنْ أَحَقُّ بِدَامِنِكَ تَجَاوَزُوا عَنْ عَبْدِي

Artinya : “Sahabat Huzaifah Radhiyallahu anhu menuturkan, Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “(pada hari qiamat kelak) Allâh mendatangkan salah seorang hamba-Nya yang pernah Ia beri harta kekayaan, kemudian Allâh bertanya kepadanya, ‘Apa yang engkau lakukan ketika di dunia? (Dan mereka tidak dapat menyembunyikan dari Allâh suatu kejadian) Iapun menjawab, ‘Wahai Rabbku, Engkau telah mengaruniakan kepadaku harta kekayaan, dan aku berjual-beli dengan orang lain, dan kebiasaanku (akhlaqku) adalah senantiasa memudahkan. Aku meringankan (tagihan) orang yang mampu dan menunda (tagihan kepada) orang yang tidak mampu. Kemudian Allâh berfirman, ‘Aku lebih berhak untuk melakukan ini daripada engkau, mudahkanlah hamba-Ku ini.” [HR Bukhari, no. 1971 dan Muslim, no. 1560].

Hadits tersebut menunjukkan bahwa manusia sebagai kholifah di bumi diperbolehkan mengeruk keuntungan dunia, dengan mendayagunakan seluruh sumber daya di bumi dengan bijaksana. Demikian halnya dengan firman Allah dalam Surat An Nahl ayat 14 sebagai berikut :

⁴² Afzalur Rahman sebagaimana dikutip El Misykatul Ma'arif, Teori Produksi, <https://radenbaguz.wordpress.com/teori-produksi-dalam-islam/>, diakses 26 September 2016.

⁴³ Muhamad, *Op. Cit.*, hal. 5.

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا
 مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاحِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ
 فَضْلِهِ ۚ وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٤﴾

Artinya : “dan Dia-lah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.” (Q.S An Nahl:14).⁴⁴

Dengan demikian, perbaikan sistem produksi dalam Islam tidak hanya berarti meningkatnya pendapatan, yang dapat diukur dari segi uang, tetapi juga perbaikan dalam memaksimalkan terpenuhinya kebutuhan kita dengan usaha minimal tetapi tetap memerhatikan tuntunan perintah-perintah Islam tentang konsumsi.⁴⁵

Oleh karena itu, dalam sebuah negara Islam kenaikan volume produksi saja tidak akan menjamin kesejahteraan rakyat secara maksimum. Mutu barang-barang yang diproduksi yang tunduk pada perintah Al Qur'an dan sunnah, juga harus diperhitungkan dalam menentukan sifat kesejahteraan ekonomi. Demikian pula kita harus memperhitungkan akibat-akibat tidak menguntungkan yang akan terjadi dalam hubungannya dengan perkembangan ekonomi bahan-bahan makanan dan minuman terlarang. Suatu negara Islam tidak hanya akan menaruh perhatian untuk menaikkan volume produksi tetapi juga untuk menjamin ikut

⁴⁴ Al-Qur'an Surat An Nahl Ayat 14, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 59.

⁴⁵ Afzalur Rahman sebagaimana dikutip El Misykatul Ma'arif, Teori Produksi, <https://radenbaguz.wordpress.com/teori-produksi-dalam-islam/>, diakses 26 September 2016.

sertainya jumlah maksimum orang dalam proses produksi. Di negara-negara kapitalis modern kita temukan perbedaan yang mencolok karena cara produksi dikendalikan oleh segelintir kapitalis.⁴⁶

Oleh karena itu, sistem produksi dalam suatu negara Islam harus dikendalikan oleh kriteria objektif dan subjektif; kriteria yang objektif akan tercermin dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi uang, dan kriteria subjektif dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi etika ekonomi yang didasarkan atas perintah-perintah kitab suci Al Qur'an dan Sunnah.

Pentingnya peranan produksi dalam memakmurkan kehidupan suatu bangsa dan taraf hidup manusia, disebutkan dalam beberapa ayat dan hadits, seperti : Surat al Qashash ayat 73 :

وَمِنْ رَحْمَتِهِ جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لِتَسْكُنُوا فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٣﴾

Artinya : “dan karena rahmat-Nya, Dia jadikan untukmu malam dan siang, supaya kamu beristirahat pada malam itu dan supaya kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya (pada siang hari) dan agar kamu bersyukur kepada-Nya”.(Q.S Qashash:73).⁴⁷

Surat ar Rum ayat 23 :

وَمِنْ آيَاتِهِ مَنَامُكُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَابْتِغَاؤُكُمْ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَسْمَعُونَ ﴿٢٣﴾

⁴⁶El Misykatul Ma'arif, Teori Produksi, <https://radenbaguz.wordpress.com/teori-produksi-dalam-islam/>, diakses 26 September 2016.

⁴⁷ Al-Qur'an Surat Qashash Ayat 73, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyibah, Kudus, 1998, hal. 215.

Artinya : *“dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah tidurmu di waktu malam dan siang hari dan usahamu mencari sebagian dari karuniaNya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang mendengarkan.(Q.S Ar Rum:23).⁴⁸*

Apabila dikaji secara terperinci dalam AlQur'an, maka kita akan mendapatkan bahwa penekanan atas usaha manusia untuk memperoleh sumber penghidupan merupakan salah satu prinsip ekonomi yang mendasar di dalam Islam.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mendukung dilaksanakannya penelitian tentang Pengaruh Laba yang Diinginkan dan Biaya Produksi terhadap Penetapan Harga Jual Produk Garam di desa Sambilawang Trangkil Pati antara lain:

1. Hasil penelitian Achmad Slamet dan Sumarli dengan judul Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres, hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial perkiraan biaya produksi berpengaruh secara positif terhadap harga jual, artinya setiap kenaikan pada perkiraan biaya produksi terhadap harga jual akan diikuti oleh kenaikan harga jual dan penurunan perkiraan biaya produksi akan diikuti oleh penurunan harga jual. Sedangkan pengaruh laba yang diinginkan terhadap harga jual berdasarkan persamaan regresi bersifat positif, artinya bahwa kenaikan laba yang diinginkan akan diikuti oleh kenaikan harga jual dan penurunan laba yang diinginkan juga akan diikuti oleh penurunan harga jual. Secara simultan antara perkiraan biaya produksi dan laba yang diinginkan terhadap harga jual mempunyai pengaruh yang bersifat positif sebesar 34,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti elastisitas permintaan, sasaran produk dan persaingan pasar. Saran yang dapat

⁴⁸ Al-Qur'an Surat Ar Rum Ayat 23, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 230.

diberikan oleh peneliti bagi industri kecil genteng pres di desa Donorojo kecamatan Mertoyudan kabupaten Magelang sebaiknya dalam perhitungan biaya produksi memasukan semua unsur biaya selama proses produksi dan menjual produknya pada bulan-bulan yang memperoleh laba maksimum.⁴⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Achmad Slamet dan Sumarli adalah jika dalam penelitian Achmad Slamet dan Sumarli, obyek penelitiannya adalah UKM Genteng maka dalam penelitian ini obyek penelitiannya adalah usaha garam. Jika dalam penelitian Achmad Slamet dan Sumarli di uji secara parsial maka dalam penelitian ini diuji secara parsial dan simultan.

2. Hasil penelitian Erawati dan Lili Syafitri, dengan judul Analisis Biaya Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual pada CV Harapan Inti Usaha Palembang, Agar dapat menghitung harga pokok produksi secara benar maka diperlukan alokasi biaya bersama dengan metode nilai jula relatif, perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing*, dan menentukan harga jual dari harga pokok produksi pesanan lemari hias medium. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengklasifikasian biaya yang kurang tepat dan adanya alokasi biaya bersama. Hal ini menyebabkan perbedaan dalam perhitungan harga pokok produksi. Harga pokok produksi pesanan 32 unit lemari hias medium berdasarkan perhitungan analisis adalah Rp 181.058.550 yaitu lebih rendah Rp 11.275.000 dari perhitungan perusahaan sebesar Rp 192.333.550.⁵⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Erawati dan Lili Syafitri adalah jika dalam penelitian Erawati dan Lili Syafitri hanya menggunakan variabel biaya produksi untuk menentukan harga jual,

⁴⁹ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 45.

⁵⁰ Erawati dan Lili Syafitri, *Analisis Biaya Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada CV Harapan Inti Usaha Palembang*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura, Vol.IV, No.2, 2014, hal. 1.

maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu biaya produksi dan laba yang diharapkan untuk menentukan harga jual sebuah produk.

3. Hasil penelitian Siska Irawati, dengan judul Analisis Penghitungan Biaya Produksi dan Laba yang Diharapkan pada Jasa Cuci Mobil Witjaksono Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penghitungan HPP dan laba yang diharapkan sehingga akan memperoleh harga jual yang tepat bagi perusahaan. Saat ini perusahaan menentukan harga jual sebesar Rp 35.000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2013 penghitungan HPP menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 33.380,42. Dari penghitungan HPP yang tepat maka diperoleh penghitungan harga jual yang seharusnya dengan menggunakan 3 metode yaitu *Direct Cost Pricing*, *Gross Margin Pricing* dan *Profit Margin Pricing*. Dari perhitungan 3 metode tersebut diperoleh harga jual yang sama yaitu sebesar Rp 48.591.⁵¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Siska Irawati adalah jika dalam penelitian Siska Irawati, obyek penelitiannya adalah Jasa Cuci Mobil Witjaksono Malang maka dalam penelitian ini obyek penelitiannya adalah usaha garam.

4. Utcik Anita, dengan judul penelitian Analisis Perhitungan Biaya Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Furniture (Studi Kasus pada PT. Hanin Designs Indonesia-*Indonesian Legal Wood*), Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual dengan metode *full costing* diperoleh hasil yang berbeda dengan metode yang dilakukan oleh perusahaan. Penetapan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* lebih tinggi dibanding dengan metode perusahaan. Hasil perhitungan harga jual dengan metode *full costing* sebesar Rp 3.400.012,69/set sedangkan dengan metode perusahaan sebesar Rp 3.146.400/set. Selisih perhitungan

⁵¹ Siska Irawati, *Analisis Penghitungan Biaya Produksi dan Laba yang Diharapkan pada Jasa Cuci Mobil Witjaksono Malang*, Jurnal Ekonomi Trikonomika, Vol XI, No.8, 2012, hal. 1.

harga jual tersebut untuk satu set sebesar Rp 253.612,69. Hal ini dikarenakan metode *full costing* memasukkan semua biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel. Diharapkan PT. Hanin Designs Indonesia menerapkan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual, karena metode *full costing* lebih akurat dibanding dengan metode perusahaan.⁵²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Utcik Anita adalah jika dalam penelitian Utcik Anita hanya menggunakan variabel biaya produksi untuk menentukan harga jual, maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu biaya produksi dan laba yang diharapkan untuk menentukan harga jual sebuah produk.

5. Yonnade Arga Putra, dengan judul Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar), Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: ada pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar; ada pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar; dan ada pengaruh biaya produksi dan penjualan secara bersama-sama terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa asumsi-asumsi dari model regresi linear klasik, penaksiran OLS memiliki varians yang terendah di antara penaksir-penaksir linear lainnya: dalam hal ini, penaksiran OLS disebut sebagai penaksir tak bias linear terbaik (*best linear unbiased estimators/BLUE*).⁵³

⁵² Utcik Anita, *Analisis Perhitungan Biaya Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Furniture (Studi kasus pada PT. Hanin Designs Indonesia - Indonesian Legal Wood)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 2013, hal. 1.

⁵³ Yonnade Arga Putra, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar)*, Integritas, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.II, No.1, 2014, hal. 1.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Yonnade Arga Putra adalah jika dalam penelitian Yonnade Arga Putra, menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan, maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu biaya produksi dan laba yang diharapkan untuk menentukan harga jual sebuah produk.

C. Kerangka Berpikir

Dalam rangka pencapaian tujuan, perusahaan harus mempunyai strategi dalam penjualan, salah satunya adalah penentuan harga jual. Faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga jual adalah: laba, biaya produksi dan faktor ekstern, seperti elastisitas produk, sasaran produk dan persaingan pasar. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara laba yang diinginkan dengan biaya untuk produksi, jika biaya produksi yang dikeluarkan tinggi, maka laba yang diinginkanpun harus disesuaikan dengan harga jual di pasaran, sebaliknya jika menginginkan laba yang tinggi, maka harus ada penekanan biaya.

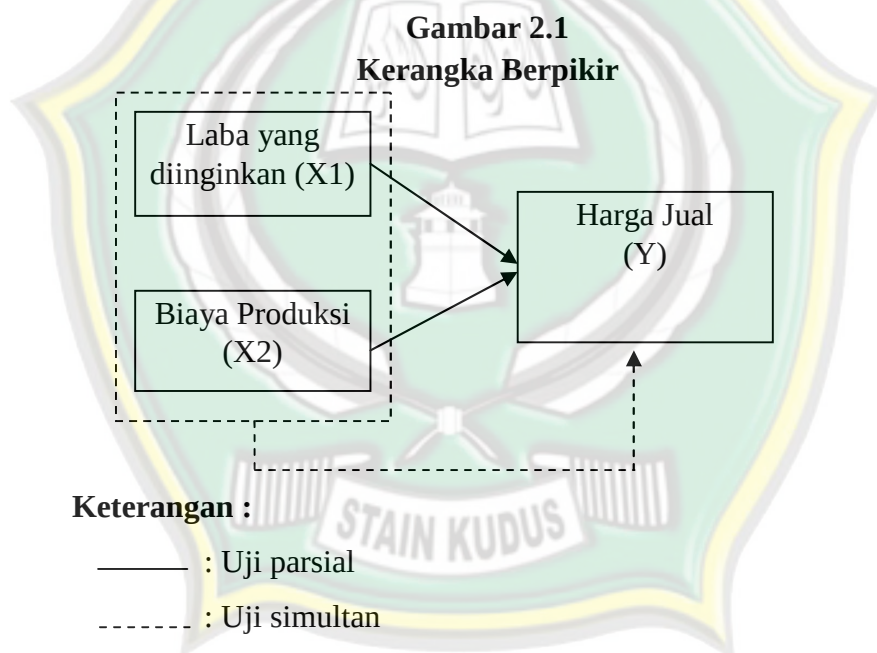
Laba yang diinginkan dan biaya produksi akan berperan dalam mempertimbangkan terbentuknya harga jual pada umumnya harga jual produk ditentukan oleh pertimbangan antara permintaan dan penawaran. Perolehan laba yang diinginkan secara maksimal pada umumnya merupakan tujuan utama dari kegiatan suatu perusahaan. Dari hal tersebut maka laba sangat berpengaruh terhadap penentuan harga jual dimana harga jual merupakan penjumlahan antara biaya produksi dengan laba yang diinginkan.⁵⁴

Biaya produksi memberikan informasi batas bawah terhadap harga jual yang akan ditentukan. Perusahaan akan mengalami kerugian bila harga jual berada dibawah harga produksi. Faktor ekstern juga harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual suatu produk. Permintaan akan

⁵⁴ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan terhadap Harga Jual pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 46.

suatu produk bisa elastis maupun inelastis kepada siapa produk itu dijual dan bagaimana kebijakan pemerintah semua itu merupakan pengaruh dari luar perusahaan dalam penentuan harga jual produk yang tidak mudah ditentukan. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan untuk penentuan harga jual di pasar.

Berdasarkan konteks di atas sampai sejauh mana kontribusi biaya produksi dan laba yang diinginkan berpengaruh terhadap penentuan harga jual suatu produk. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar berikut ini.



D. Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu kata hypo dan kata thesis. Hypo berarti dibawah dan thesis adalah kebenaran.⁵⁵ Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hal. 110.

bentuk kalimat. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesa merupakan dugaan sementara yang nantinya akan diuji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisa data.⁵⁶

Dalam penelitian ini, hipotesis dikemukakan dengan tujuan untuk mengarahkan pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Apabila ternyata hipotesis tidak terbukti dan berarti salah, maka masalah dapat dipecahkan dengan kebenaran yang ditentukan dari keputusan yang berhasil dijalankan selama ini. Hipotesis ini penulis simpulkan dari beberapa penelitian terdahulu yang hasilnya signifikan dalam meneliti variabel yang hampir sama dengan variabel yang penulis teliti.

Hipotesis akan ditolak jika salah dan diterima jika fakta-fakta membenarkannya. Karena hipotesis merupakan kesimpulan yang belum final, maka harus dibuktikan dengan benar. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh laba yang diinginkan terhadap penetapan harga jual

Hukum *Target Costing* yang dikemukakan oleh Blocher, dkk menunjukkan bahwa laba yang diinginkan merupakan harga jual yang ditentukan oleh pasar dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga *target earning* atau laba yang diharapkan berpengaruh terhadap harga jual sebuah produk.⁵⁷

Suwarto sebagaimana dikutip Achmad, mengemukakan yang dimaksud dengan laba adalah selisih antara hasil penjualan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh penerimaan tersebut. Laba

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012, Cet. Ke 15, hal.hal. 96.

⁵⁷ Blocher, dkk, *Manajemen Biaya*, Diterjemahkan oleh Susty A Ambarriani, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hal. 21.

adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya total yang digunakan untuk memproduksi suatu barang.⁵⁸

Laba yang diinginkan dan biaya produksi akan berperan dalam mempertimbangkan terbentuknya harga jual pada umumnya harga jual produk ditentukan oleh pertimbangan antara permintaan dan penawaran. Perolehan laba yang diinginkan secara maksimal pada umumnya merupakan tujuan utama dari kegiatan suatu perusahaan. Dari hal tersebut maka laba sangat berpengaruh terhadap penentuan harga jual dimana harga jual merupakan penjumlahan antara biaya produksi dengan laba yang diinginkan.⁵⁹ Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Di duga terdapat pengaruh laba yang diinginkan terhadap penetapan harga jual pada Produk Garam di Kabupaten Pati.

2. Pengaruh biaya produksi terhadap penetapan harga jual

Hukum *The Law of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi akan berimbas pada meningkatnya harga jual sebuah produk.⁶⁰

Biaya produksi memberikan informasi batas bawah terhadap harga jual yang akan ditentukan. Perusahaan akan mengalami kerugian bila harga jual berada dibawah harga produksi. Faktor ekstern juga harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual suatu produk. Permintaan akan suatu produk bisa elastis maupun inelastis kepada siapa produk itu dijual dan bagaimana kebijakan pemerintah semua itu merupakan pengaruh dari luar perusahaan dalam penentuan harga jual produk yang tidak mudah ditentukan. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing merupakan

⁵⁸ *Ibid.*, hal. 50.

⁵⁹ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan terhadap Harga Jual pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 46.

⁶⁰ Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, prenada media group, jakarta, 2014, hal. 168.

contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan untuk penentuan harga jualnya di pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2 : Di duga terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penetapan harga jual pada Produk Garam di Kabupaten Pati.

3. Pengaruh laba yang diinginkan dan biaya produksi terhadap penetapan harga jual

Berdasarkan hukum *Target Costing* oleh Blocher, dkk serta hukum *The Law of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfield dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi dan laba yang diharapkan akan berimbans pada meningkatnya harga jual sebuah produk.

Fandi Tjiptono dalam Achmad mengemukakan bahwa penetapan harga jual mempunyai tujuan, yaitu tujuan berorientasi pada laba. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual yang dapat menghasilkan harga jual paling tinggi.⁶¹

Dalam rangka pencapaian tujuan, perusahaan harus mempunyai strategi dalam penjualan, salah satunya adalah penentuan harga jual. Faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga jual adalah: laba, biaya produksi dan faktor ekstern, seperti elastisitas produk, sasaran produk dan persaingan pasar. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara laba yang diinginkan dengan biaya untuk produksi, jika biaya produksi yang dikeluarkan tinggi, maka laba yang diinginkanpun harus disesuaikan dengan harga jual di pasaran, sebaliknya jika menginginkan laba yang tinggi, maka harus ada penekanan biaya. Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H3 : Di duga terdapat pengaruh laba yang diinginkan dan biaya produksi terhadap penetapan harga jual pada Produk Garam di Kabupaten Pati.

⁶¹ *Ibid.*, hal. 48.