

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Biaya produksi

###### a. Pengertian Biaya produksi

Biaya produksi / Biaya Produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis: biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (*imputed cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Pengeluaran yang tergolong sebagai biaya tersembunyi antara lain adalah pembayaran untuk keahlian keusahawanan produsen tersebut, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan dan bangunan perusahaan yang dimilikinya.<sup>1</sup>

###### b. Dampak Produksi Bagi Seorang Muslim

Bagi pengusaha muslim berproduksi merupakan bagian dari sikap syukur atas nikmat Allah. Anugerah Allah yang berupa alam beserta seisinya diberikan kepada manusia untuk menciptakan keharmonisan dalam hidup dan kehidupan ini. Keharmonisan akan menjadikan suansana yang lebih kondusif dalam melakukan usaha.

---

<sup>1</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 205.

Ada beberapa dampak yang timbul bila seorang muslim melakukan usaha sesuai dengan ajaran Islam, yaitu:

- 1) Menimbulkan sikap syukur atas segala nikmat yang Allah berikan kepadanya. Sikap syukur ini timbul atas kesadaran bahwa apapun yang ia temui bisa digunakan sebagai input produksi. Karena Allah tidak mungkin menciptakan sesuatu di bumi ini sesuatu yang tidak bermanfaat. Kenyataan belum bermanfaatnya sumber input produksi menunjukkan manusia belum dapat memanfaatkannya.
- 2) Ajaran Islam menjadikan manusia tidak mudah putus asa dalam produksi karena suatu alasan tidak terpenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga produksi dalam Islam akan mendorong seorang muslim untuk melakukan usaha yang lebih kreatif. Seorang muslim meyakini bahwa Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri.
- 3) Seorang muslim akan menjauhi praktek produksi yang merugikan orang lain atau kepentingan-kepentingan sesaat, misalnya riba. Secara teoritik menunjukkan praktek riba mendorong efisiensi terbukti tinggi biaya yang dikenakan untuk produksi dibandingkan dengan sistem bagi hasil dan output yang dikeluarkannya pun lebih kecil dibanding dengan sistem bagi hasil.
- 4) Keuntungan dikenakan didasarkan atas keuntungan yang tidak merugikan produsen atau konsumen yang lain. Keuntungan didasarkan atas upaya untuk menstimulir pasar. Oleh karena itu, keuntungan pengusaha muslim didasarkan atas prinsip kemanfaatan (masalah).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar Edisi Pertama*, Ekonisia, Yogyakarta, 2002, hlm. 195-196.

### c. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, upah langsung dan biaya tidak langsung pabrik atau biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku langsung dan upah langsung digabungkan dalam kelompok biaya utama (*prime cost*). Upah langsung dan *overhead* pabrik digabung dalam kelompok biaya konversi (*conversion cost*), yang mencerminkan biaya perubahan bahan baku langsung menjadi barang jadi. Berikut ini adalah unsur-unsur biaya produksi:

#### 1) Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian utama dan dapat diidentifikasi secara langsung pada produk jadi. Bahan baku langsung merupakan keseluruhan bahan baku yang diolah menjadi barang jadi dan dapat ditetapkan langsung pada harga pokok dari barang jadi. Atau dengan kata lain merupakan komponen biaya yang jumlahnya relatif besar dalam menghasilkan output dan biasanya merupakan bagian integral dari output tersebut. Biaya bahan baku langsung ini biasanya dianggap sebagai biaya variabel, yaitu biaya yang bergerak secara proporsional sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Secara teoritis, biaya bahan baku langsung terdiri dari harga pokok pembelian bahan baku langsung ditambah semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan menyiapkannya untuk memasuki proses produksi, misalnya biaya pengangkutan, biaya bongkar muat, biaya gudang dan biaya asuransi. Syarat jual beli dan potongan pembelian juga harus diperhatikan. Bahan baku tidak langsung disebut juga biaya bahan penolong, yaitu bahan baku yang jumlahnya relatif kecil untuk menghasilkan produk.

Walaupun penggunaan bahan ini relatif kecil tetapi merupakan bagian dari barang jadi.<sup>3</sup>

2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja pada fungsi produksi diklasifikasikan atas biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah jumlah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara langsung menangani pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah jumlah gaji yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara tidak langsung menangani pengolahan bahan. Pada umumnya biaya tenaga kerja langsung terdiri dari:

- a. Gaji pokok, yaitu upah yang harus dibayarkan kepada setiap buruh sesuai dengan kontrak kerja, yang dapat dibayar secara harian, mingguan atau bulanan.
- b. Upah lembur, yaitu upah tambahan yang diberikan kepada pekerja yang melaksanakan pekerjaan melebihi jam kerja yang ditentukan.
- c. Bonus, yaitu upah tambahan diberikan kepada oekerja yang menunjukkan prestasi melebihi batas yang ditentukan.

3) Biaya pabrik tidak langsung

Biaya tidak langsung merupakan biaya bahan tidak langsung, pekerja tidak langsung dan semua biaya pabrikasi lainnya tidak dapat dibebankan langsung ke pabrik tertentu. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada departemen produksi selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Adapun yang termasuk biaya tidak langsung ialah:

---

<sup>3</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, UPP STMI YKPN, Yogyakarta, 2012, hlm 343.

a) Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong bahan yang bersifat sebagai bahan pembantu untuk proses pembuatan barang jadi, nilainya relatif kecil dibanding biaya produksi.

b) Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang menangani produksi secara tidak langsung dan tidak dapat diidentifikasi dengan produk selesai. Biaya ini tidak dikeluarkan secara langsung dalam produksi barang atau jasa tertentu<sup>4</sup>

c) Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk menjaga bangunan pabrik dan mesin-mesin agar selalu siap untuk digunakan dalam proses produksi. Contoh biaya ini adalah suku cadang, pelumas, dan perlengkapan pabrik lainnya untuk menjaga pabrik dan peralatannya agar dalam kondisi siap pakai.

d) Biaya yang timbul atas penilaian aktiva tetap

Biaya ini sering disebut juga dengan penyusutan. Contoh biaya ini adalah penyusutan mesin dan penyusutan kendaraan.

e) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu

Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya yang diperhitungkan pada akhir periode. Contoh biaya ini adalah biaya asuransi bangunan pabrik, biaya asuransi mesin dan biaya lain-lain.

f) Biaya yang memerlukan pengeluaran tunai lainnya

Biaya *overhead* pabrik yang masuk dalam biaya ini ialah biaya listrik, biaya air dan biaya telepon.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 344.

Secara umum biaya *overhead* dibedakan atas:

- Biaya *overhead* tetap yaitu biaya *overhead* pabrik yang jumlahnya tetap walaupun volume produksinya bervariasi.
- Biaya *overhead* variabel yaitu biaya *overhead* pabrik yang jumlahnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi.

Dari beberapa jenis dan sifat biaya *overhead* di atas akan menambah kesulitan dalam pengalokasian pembebanan biaya *overhead* yang sebenarnya adalah pada proses produksi. Oleh karena itu, untuk menetapkan harga pokok produksi yang tepat perlu ditentukan suatu sistem pembebanan biaya *overhead* yang ditetapkan di muka, sehingga kesulitan di atas dapat diatasi. Biaya *overhead* yang diterapkan di muka itu dibebankan kepada proses produksi secara tepat dengan dihitung secara taksiran yang disebut dengan *applied overhead*.<sup>5</sup>

#### **d. Berbagai Pengertian Biaya**

Dalam menganalisis biaya produksi dibedakan menjadi dua jangka waktu, yaitu: Jangka pendek, yaitu waktu di mana sebagian factor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya, dan jangka panjang, jangka waktu di mana semua factor produksi dapat mengalami perubahan.

##### **1) Biaya produksi jangka pendek**

Analisis mengenai biaya produksi jangka pendek akan memperhatikan tentang biaya produksi rata-rata yang meliputi biaya produksi total, biaya produksi tetap rata-rata dan biaya produksi berubah rata-rata; dan biaya produksi marginal yaitu tambahan biaya produksi yang harus dikeluarkan untuk menambah satu unit produksi.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm. 345.

<sup>6</sup> Heri Sudarsono, *Op. Cit.* hlm. 180.

a) Biaya total atau *total cost* (TC)

Yaitu keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya produksi total didapat dari menjumlahkan biaya tetap total atau *total fixed cost* (TFC) dan biaya berubah total atau *total variable cost* (TVC). *Total cost* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

b) Biaya tetap rata-rata atau *average fixed cost* (AFC)

Yaitu, apabila biaya tetap total untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut. AFC dapat diformulasikan, sebagai berikut:

$$AFC = TFC / Q$$

c) Biaya variable atau *average variable cost* (AVC)

Yaitu apabila biaya berubah total (TVC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut. AVC dapat diformulasikan, sebagai berikut:

$$AVC = TVC / Q$$

d) Biaya total rata-rata atau *average cost* (AC)

Yaitu apabila biaya total (TC) untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, AC dapat diformulasikan, sebagai berikut:

$$AC = TC / Q$$

e) Biaya marginal atau *marginal cost* (MC)

Yaitu kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit. MC dapat diformulasikan, sebagai berikut:<sup>7</sup>

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

---

<sup>7</sup> Heri Sudarsono, *Ibid.*, hlm. 181.

## 2) Biaya produksi jangka panjang

Dalam jangka panjang perusahaan dapat menambah semua factor produksi yang akan digunakan. Dengan demikian, biaya produksi tidak perlu lagi dibedakan diantara biaya tetap dan biaya berubah. Di dalam jangka panjang, tidak ada biaya tetap; semua pengeluaran pengusaha merupakan biaya berubah. Karena dalam jangka panjang perusahaan boleh berubah kapasitas produksinya ia harus menentukan berapakah besarnya kapasitas perusahaan yang akan meminimumkan biaya produksi. Dalam analisis ekonomi kapasitas pabrik digambarkan oleh biaya total rata-rata (AC). Dengan demikian analisis mengenai bagaimana pengusaha menganalisa kegiatan produksinya dalam usahanya meminimumkan biaya dapat dilakukan dengan memperhatikan kurva AC untuk kapasitas yang berbeda-beda.<sup>8</sup>

## 3) Biaya Iklan

Perusahaan barang konsumsi biasanya mengeluarkan biaya lebih besar untuk iklan diikuti promosi penjualan, penjualan perorangan, dan yang terakhir humas. Lain pula dengan perusahaan barang industri yang akan mengandalkan ikhtiarnya pada penjualan perorangan, promosi penjualan, periklanan, dan humas. Secara umum penjualan perorangan digunakan untuk barang-barang yang mahal dan beresiko dengan pembeli yang lebih sedikit tetapi lebih besar keuntungannya.<sup>9</sup>

## 2. Harga jual

Salah satu keputusan sulit yang dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menetapkan harga. Biaya, permintaan pasar, situasi persaingan, jangkauan waktu, dan strategi merupakan hal-hal yang

<sup>8</sup> Heri Sudarsono, *Ibid.*, hlm. 184.

<sup>9</sup> Nembah F. Harimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, CV YRAMA WIDYA, Bandung, 2012. Hlm. 195.

harus dipertimbangkan, dan semuanya penting. Permintaan merupakan sisi lain dari persamaan harga, dan penawaran di sisi lainnya. Karena pendapatan harus menutupi biaya agar perusahaan memperoleh laba, banyak perusahaan memulai penetapan harga dari biaya. Mereka menghitung biaya produksi dan menambahkan keuntungan yang diinginkan. Mekanisme pendekatan ini langsung sifatnya. Biasanya terdapat basis biaya dan kenaikan harga. Kenaikan harga merupakan persentase yang diterapkan terhadap biaya basis, termasuk di dalamnya adalah keuntungan yang diinginkan dan setiap biaya yang tidak termasuk dalam biaya basis. Perusahaan-perusahaan yang melakukan penawaran untuk pekerjaan, secara rutin mendasarkan biaya tawar-menawar ini pada biaya.

Penaikan harga (*mark up pricing*) sering digunakan oleh pedagang eceran dan biasanya mereka menaikkan harga sampai 100% dari biaya. 100% kenaikan harga (*mark up*) ini tidak murni merupakan laba, ia juga menunjang biaya gaji pekerja administrasi, pembayaran untuk ruang dan peralatan (mesin kas, dll), perlengkapan, biaya iklan, dan lain sebagainya. Keuntungan utama dari kenaikan harga (*mark up pricing*) adalah bahwa metode ini mudah diterapkan.<sup>10</sup>

Islam memberi kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual harta miliknya. Karena itu, penentuan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Walau demikian, biasanya ada beberapa aspek yang mempengaruhi pedagang atau pembeli dalam menentukan harga. Di antaranya:

- Tingkat kesulitan dan lama waktu produksi barang.
- Biaya produksi barang.
- Fungsi barang bagi masyarakat umum.
- Fungsi barang bagi pembeli atau penjual, misal barang-barang antik dan yang serupa.
- Penawaran dan permintaan (*supply and demand*).

---

<sup>10</sup> Hansen, dan Mowen. *Manajemen Biaya*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 638.

### a. Pengertian Harga jual

Harga jual adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta layanannya.<sup>11</sup>

### b. Penetapan Harga Jual

Harga dapat ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui suatu proses tawar-menawar yang terjadi diantara keduanya sehingga dapat disepakati harga yang sesuai dan dapat diterima oleh kedua belah pihak. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dalam pengambilan keputusan untuk penetapan harga, perusahaan harus memastikan bahwa harga jual produk atau jasanya merupakan harga yang kompetitif dan menguntungkan baik untuk pelanggan maupun perusahaan itu sendiri.

Eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi. Sedangkan dalam pengabaianya akan menimbulkan kerusakan dalam kehidupan masyarakat.

Rasul SAW pernah bersabda, yang artinya: Dari Anas bin Malik, ia berkata: *”Telah melonjak harga (di pasar) pada masa Rasulullah SAW. Mereka (para sahabat) berkata: “Wahai Rasulullah, tetapkanlah harga bagi kami”.* Rasulullah SAW menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ  
وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah-lah yang menguasai (harga), yang memberi rizki, yang memudahkan, dan yang menetapkan harga. Aku sungguh berharap bertemu dengan Allah dan tidak seorangpun (boleh) memintaku untuk melakukan suatu kezaliman dalam persoalan jiwa dan harta”.* (Riwayat Abu Daud).

<sup>11</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 249.

Adanya praktek banting harga (*dumping*) dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga pasar. Hal ini pernah dipraktikkan oleh Umar bin Khattab ketika mendapati seorang pedagang kismis menjual barang dagangannya dibawah harga pasar. Ia memberikan pilihan kepada pedagang tersebut, apakah menaikkan harga sesuai dengan standar yang berlaku atau pergi dari pasar.

**c. Keadilan dan penetapan harga**

Standar komunitas terhadap keadilan berperan penting terhadap harga-harga. Misalnya, haruskah toko mainan meningkatkan harga kereta salju pada saat badai salju terjadi? Tentu saja mereka dapat melakukannya, tapi biasanya mereka tidak melakukannya. Para pelanggan percaya bahwa kenaikan harga pada saat semacam itu merupakan keuntungan yang tidak adil. Apakah kita mencirikan keseganan toko tersebut untuk menaikkan harga sebagai tindakan yang adil atau sebagai tindakan yang akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, hasilnya akan sama.<sup>12</sup>

Pemahaman akan standar komunitas terhadap keadilan berdasarkan keyakinan bahwa kedua pihak yang bertransaksi harus menerima keuntungan karena pertukaran tersebut. Keuntungan yang berhak diterima pihak-pihak yang melakukan pertukaran dijelaskan dalam peristilahan transaksi referensi. Transaksi referensi merupakan transaksi yang relevan, yang membimbing pengharapan seseorang dengan rasa hormat terhadap harga yang pantas dibebankan dan jumlah keuntungan yang pantas untuk dihasilkan.

Karena transaksi referensi memasukkan keuntungan, terdapat situasi dimana kenaikan harga dapat diterima oleh para pembeli. Ciri-ciri kenaikan harga yang dapat diterima dan tidak dapat diterima oleh para pembeli adalah:

---

<sup>12</sup> Hansen dan Mowen, *Op, Cit*, hlm. 649

1) Menghindari pengurangan laba

Sangat menarik untuk diperhatikan bahwa keadilan bukan berarti kemurahan hati. Seseorang berhak menerima keuntungan. Namun jika situasinya berubah, dimana tidak terdapat kenaikan biaya, tapi kondisi pasar sedang meningkat dan ini terjadi di seluruh komunitas, banyak pihak memandang kenaikan harga ini tidak adil.

2) Membebankan biaya untuk barang-barang tertentu

Standar komunitas terhadap keadilan membuat perusahaan dapat menaikkan harga jika memang biaya-biaya mereka meningkat, namun demikian, kenaikan harga tersebut harus terikat pada barang-barang yang pembiayaannya memang naik. Misalnya, di tahun 1970-an, harga gula meningkat karena adanya pembatasan dalam penawaran. Toko-toko kecil menaikkan harga gula. Hal ini merupakan keharusan bisnis untuk toko-toko tersebut, karena mereka menggunakan kas yang diterima dari penjualan stok yang ada saat ini untuk membeli stok pengganti. Kenaikan harga ini tetap dianggap tidak adil oleh para pelanggan karena stok-stok gula yang ada saat ini pada dasarnya dibeli dengan harga yang lebih murah.<sup>13</sup>

3) Meningkatkan efisiensi

Skenario penetapan biaya-plus menunjukkan bahwa para pelanggan percaya bahwa adil bagi para penjual untuk meneruskan kenaikan biaya. Tapi apakah hal ini selaras, apakah para penjual diharapkan untuk melanjutkan penurunan biaya atau efisiensi? Tidak, standar komunitas akan keadilan hanya mensyaratkan bahwa para pelanggan tidak dibawa ke situasi yang lebih buruk. Oleh karena itu, jika suatu perusahaan mampu meningkatkan efisiensinya ketika ia memproduksi suatu barang,

---

<sup>13</sup> Hansen dan Mowen, *Ibid.*, hlm. 650.

tidak berarti ia harus meneruskan tabungan dengan harga yang lebih rendah.

Dengan cara yang sama, jika biaya bahan baku dan tenaga kerja perusahaan menurun, ini tidak perlu direfleksikan dalam harga. Situasi ini diketahui para pelanggan, dan terdapat pengakuan penyesalan terhadap hal tersebut. Misalnya, pada Agustus 1992, ketika Saddam Husein melakukan invasi terhadap Kuwait, harga bensin di pabrik langsung naik. Semua media mengajukan protes dan berteriak. Ini tidak adil, karena yang ada saat itu di pom bensin di proses dengan harga sebelumnya, dan itu berarti lebih rendah. Saat itu ditunjukkan bahwa yang semestinya terjadi adalah yang sebaliknya, yaitu jika harga minyak mentah akan jatuh, maka penurunan harga bensin akan butuh waktu berbulan-bulan.<sup>14</sup>

#### 4) Mengeksploitasi kekuatan pasar

Suatu prinsip dasar ekonomi adalah peningkatan persaingan akan menurunkan harga dan bahwa kekuatan monopoli memungkinkan produsen membebaskan harga yang lebih tinggi. Penjatahan (*rationing*) sering kali diacu dalam ekonomi sebagai ciri penting dari harga. Namun demikian kita jarang melihat contoh-contoh dari penjatahan harga (*price rationing*). Misalnya, seorang dokter spesialis anak sudah mapan dalam suatu komunitas dan dikenal sebagai seorang dokter yang hebat oleh para orang tua. Dalam waktu singkat, ia memiliki banyak pasien, lebih dari yang dapat ia tangani. Seorang ahli ekonomi akan menyarankan untuk menaikkan tarif, setidaknya terhadap pasien-pasien baru. Namun demikian, cara yang lazim dilakukan oleh seorang dokter adalah dengan tidak lagi menerima pasien. Standar komunitas mengenai keadilan dapat mengenai “datang pertama,

---

<sup>14</sup> Hansen dan Mowen, *Ibid.*, hlm. 651

akan dilayani pertama kali” lebih baik daripada dengan cara penjatahan harga.

5) Penipuan harga

Penipuan harga dikatakan timbul ketika perusahaan yang memiliki kekuatan pasar menetapkan harga produk “terlalu tinggi”. Seberapa tinggi “terlalu tinggi” itu? Tentu saja yang menjadi pertimbangan adalah biaya. Setiap kali yang ditetapkan hanya untuk menutupi biaya, penipuan tidak terjadi. Itu sebabnya mengapa banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk menjelaskan biayanya dan menunjukkan biaya-biaya yang mungkin saja sebenarnya tidak ada. Ketika suatu harga tinggi secara jelas tidak didukung oleh biaya, para pembeli akan melakukan perlawanan.

6) Etika

Ketika sebuah perusahaan dapat mempraktikkan perilaku yang tidak etis dalam menerapkan biaya, ia dapat menipu dalam penetapan harga. Adalah mudah untuk melihat bahwa biaya sebagai justifikasi harga medasari standar komunitas akan keadilan. Etika dibangun di atas rasa keadilan. Jadi, perilaku tidak etis dalam penetapan harga berkaitan dengan pengambilan keuntungan yang tidak adil terhadap para pelanggan. Harga yang berkaitan dengan biaya meningkat merupakan pembelaan terbaik dalam menghadapi pemberontakan para konsumen.<sup>15</sup>

**d. Metode-metode penetapan harga**

Ada dua pendekatan pokok dalam penentuan harga jual yaitu:

1) Pendekatan biaya

- Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost-Plus Pricing Method*)

Dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit

---

<sup>15</sup> Hansen dan Mowen, *Ibid.*, hlm. 652.

tersebut (disebut marjin). Jadi, harga jual produk itu dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{BIAYA TOTAL} + \text{MARJIN} = \text{HARGA JUAL}$$

- Penetapan Harga Mark-Up (*Mark-Up Pricing Method*)

Pada pokoknya, penetapan harga mark-up ini hamper sama dengan penetapan harga biaya-plus, hanya saja para pedagang atau perusahaan perdagangan lebih banyak menggunakan penetapan harga mark-up. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark-up.

$$\text{HARGA BELI} + \text{MARK UP} = \text{HARGA JUAL}$$

- Penetapan Harga Break-even (*Break-even Pricing*)

Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya adalah penetapan harga break-even. Perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan break-even bilamana penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah tertentu. Menurut metode ini, perusahaan akan mencapai laba bilamana penjualan yang dicapai berada di atas titik brek-even (titik pas-pasan) jika penjualan berada di bawah titik break even, maka perusahaan akan mederita rugi.

- Penetapan Harga dalam Hubungannya dengan Pasar

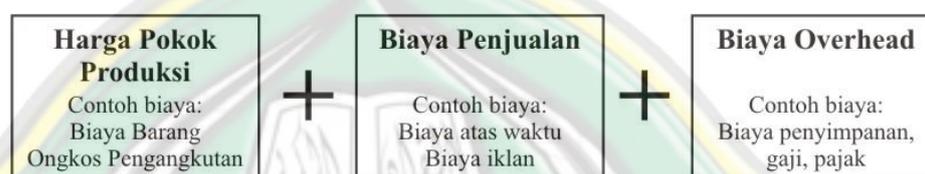
Dalam hal ini, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau

dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.<sup>16</sup>

#### e. Penentuan Biaya bagi Penetapan Harga

Bagi sebuah bisnis yang akan berhasil, penetapan harga harus menutup total biaya ditambah sejumlah profit margin. Oleh karena itu, penetapan harga harus didasarkan pada sebuah pemahaman akan perilaku dasar biaya. Seperti yang diilustrasikan pada gambar 2.1 dibawah:

Gambar 2.1



Total biaya meliputi tiga komponen.

Komponen pertama adalah biaya dari barang yang ditawarkan untuk dijual. Sebagai contoh, pengecer peralatan harus memasukkan dalam harga jualnya, biaya peralatan dan ongkos pengangkutannya.

Komponen kedua adalah biaya penjualan yang memasukkan biaya langsung dari waktu yang digunakan wiraniagannya (gaji ditambah komisi), sama baiknya dengan biaya dari kegiatan penjualan lainnya, seperti periklanan dan promosi penjualan.

Komponen ketiga adalah biaya penyimpanan digudang, perlengkapan kantor, fasilitas, pajak, dan gaji. Semua klasifikasi biaya ini harus dimasukkan dalam proses penetapan harga.<sup>17</sup>

#### f. Prinsip Dasar Penentuan Harga dalam Islam

Ajaran Islam menggunakan 2 pedoman dalam menentukan harga *output*, sebagaimana dikemukakan oleh Anto, yaitu:

<sup>16</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo W, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 2002, hlm 2015-220.

<sup>17</sup> Justin G. Longenecker, *et.al*, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 377.

- 1) Selama pasar berjalan dengan normal, maka harga sepenuhnya ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran. Kenaikan dan penurunan harga akibat mekanisme pasar ini dianggap sebagai suatu hal yang wajar sehingga tidak boleh ada intervensi pemerintah.
- 2) Pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan penetapan harga, jika mekanisme pasar terdistorsi oleh faktor-faktor yang tidak bersifat alami, seperti: *Ihtikar*, *bai an-najasy*, dan sebagainya.

Menurut Sadeq terdapat 2 prinsip dasar yang dijadikan pedoman dalam penentuan harga faktor produksi, yaitu:

- 1) Nilai keadilan (*justice*), maksudnya penentuan harga faktor produksi harus adil sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua yang Islami, bahkan keadilan seringkali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam. Pengertian adil dalam suatu transaksi adalah proporsional, artinya mendapatkan sesuatu sesuai dengan kontribusi yang telah diberikan. Suatu harga faktor produksi dapat dikatakan adil jika ada faktor produksi tersebut mendapatkan hak/imbalan yang tidak sama atau proporsional dengan kontribusinya terhadap kegiatan produksi.
- 2) Pertimbangan kelangkaan (*scarcity*), kelangkaan mengacu pada kondisi relatif antara permintaan suatu barang atau jasa terhadap penawarannya. Jika penawaran suatu komoditas relatif lebih sedikit dibandingkan dengan penawarannya, maka harga akan cenderung tinggi, demikian seterusnya. Mekanisme pasar akan menghasilkan harga yang mencerminkan kelangkaannya karena ia terjadi akibat interaksi permintaan dan penawaran. Pertimbangan kelangkaan dalam penentuan harga faktor produksi berarti penempatan harga pasar sebagai harga dari faktor produksi tersebut.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Anita Rachmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, Nora Media Interprise, Kudus, 2011, hlm. 125.

### 3. Pendapatan

#### a. Pengertian Pendapatan

Dalam standar akuntansi keuangan (2002), IAI mengadopsi definisi pendapatan dari IASC yang menempatkan pendapatan (*revenue*) sebagai unsur penghasilan (*income*) sebagai berikut:

*Income is increase in economic benefits during the accounting period in the form of inflows or enhancements of assets or decrease of liabilities that result in increase in equity, other than those relating to equity participants.*<sup>19</sup>

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

#### b. Saat Pengakuan Pendapatan

Kalau kriteria terealisasi dan terbentuk keduanya harus dipenuhi, kapan keduanya dipenuhi sehingga pendapatan dapat diakui? Masalah ini berkaitan dengan saat (*timing*) pengakuan pendapatan. Berikut ini dibahas berbagai kaidah pengakuan (*recognition rule*) dan masalah teoritisnya:

1) Pada saat kontrak penjualan

Dapat terjadi saat perusahaan telah menandatangani kontrak perusahaan dan bahkan sudah menerima kas untuk seluruh nilai kontrak tetapi perusahaan belum mulai memproduksi barang.

2) Selama proses produksi secara bertahap

Dalam industri tertentu, pembuatan produk memerlukan waktu yang cukup lama. Misalnya dalam industri konstruksi bangunan seperti jembatan layang, jalan raya, dan bendungan serta dalam konstruksi alat berat seperti lokomotif, kapal, dan pabrik. Biasanya produk semacam itu diperlakukan sebagai proyek dan dilaksanakan atas dasar kontrak sehingga pendapatan telah terealisasi untuk

---

<sup>19</sup> Suwardjono, *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*, BPFE, Yogyakarta, 2005, hlm 353.

seluruh periode kontrak tetapi mungkin belum cukup terbentuk pada akhir tiap periode akuntansi. Dalam hal ini, pengakuan pendapatan dapat dilakukan secara bertahap (per periode akuntansi) sejalan dengan kemajuan proses produksi atau sekaligus pada saat proyek selesai atau diselesaikan.<sup>20</sup>

3) Pada saat produksi selesai

Pengakuan pendapatan atas dasar saat produk selesai diproduksi dapat dianggap layak untuk industri ekstratif (pertambangan) termasuk pertanian. Bahan dasar seperti timah, tembaga, gandum, beras, emas, dan sebagainya biasanya mempunyai pasar yang luas dan harga yang sudah pasti. Kondisi ini memungkinkan untuk menaksir dengan cukup tepat nilai jual yang dapat direalisasi suatu persediaan barang jadi ada pada tanggal tertentu. Jadi, kondisi ini dapat mengganti kriteria cukup pasti terealisasi (*realizable*) sehingga pada saat selesainya produksi kedua kriteria pengakuan dianggap telah terpenuhi.

4) Pada saat penjualan

Pengakuan ini merupakan dasar yang paling umum karena pada saat penjualan kriteria penghimpunan dan realisasi telah terpenuhi. Kendati saat penjualan menjadi standar umum pengakuan pendapatan, terdapat beberapa hal yang sering diajukan sebagai keberatan terhadap dasar tersebut.<sup>21</sup>

**c. Penilaian Pendapatan**

Standar akuntansi memberikan pedoman dasar penilaian yang dapat digunakan untuk menentukan berapa rupiah yang diperhitungkan dan dicatat pertama kali dalam suatu transaksi atau berapa rupiah yang harus diletakkan pada suatu akundalam laporan keuangan.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm 369-370.

<sup>21</sup> *Ibid*, 376-377.

Ada empat dasar dalam penilaian pendapatan antara lain sebagai berikut:

- 1) Biaya Historis
- 2) Biaya kini
- 3) Biaya realisasi atau penyelesaian
- 4) Nilai sekarang.<sup>22</sup>

#### **d. Peningkatan Pendapatan**

Pembangunan dibidang ekonomi merupakan masalah yang sangat penting dan medasar, karena dengan pembangunan di bidang ekonomi diharapkan mampu mengatasi masalah kemiskinan, pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk dapat melaksanakan pembangunan dibidang dekonomi perlu melibatkan berbagai pihak, termasuk di dalamnya para pengusaha kecil, karena mereka terbukti mempunyai kemampuan untuk menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang banyak, juga berperan besar dalam menganeka ragamkan produk-produk ekspor indonesia.<sup>23</sup>

Selain itu dalam rangka mewujudkan aspek pemerataan hasil-hasil pembangunan, sektor usaha kecil menduduki peran strategis dalam pembangunan nasional, baik dilihat dari segi kuantitas maupun dari segi kemampuannya dalam meningkatkan pendapatan penyerapan hasil-hsil pembangunan.

Pemerintah telah menetapkan bahwa usaha memeratakan hasil pembangunan mencakup program untuk memberikan kesempatan pada sektor usaha kecil. Dengan demikian usaha kecil diberi tanggung jawab yang lebih besar untuk memperluas dan meningkatkan usahanya.

---

<sup>22</sup> Soemarso. SR, *Akuntansi Suatu Pengantar Jilid 2 Edisi 5*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm. 203-206.

<sup>23</sup> Fasisal Basri, *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*, 1995.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, yaitu:

- 1) Faktor penawaran (termasuk faktor sosio – cultural serta kelembagaan) yang lebih penting dan dominan dalam rangka panjang.
- 2) Faktor permintaan
- 3) Faktor alokasi.<sup>24</sup>

Rumus menentukan laba

Laba operasi

$$\text{Laba operasi} = \text{HPP} - \text{BPV} - (\text{BP} + \text{AT})$$

Keterangan: HPP = Harga pokok produksi

BPV = Biaya produksi variabel

BP = Biaya produksi

AT = Administrasi tetap

$$\text{Laba bersih} = \text{Laba operasi} - \text{pajak.}^{25}$$

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zaini (2014) mahasiswa Universitas Mulawarman jurusan Agribisnis fakultas pertanian dengan judul pengaruh biaya produksi dan penerimaan terhadap pendapatan petani padi sawah di loa gagak kabupaten kutai kertanegara. Dalam penelitian ini dapat diperoleh hasil secara simultan biaya produksi, dan penerimaan berpengaruh terhadap pendapatan petani padi sawah di loa gagak kabupaten kutai kertanegara dan diperoleh hasil secara parsial biaya produksi dan penerimaan berpengaruh positif terhadap pendapatan petani padi sawah di loa gagak kabupaten kutai kertanegara. Hasil perhitungan regresi dari pengolahan data primer diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,686 + 2,717 X_1 - 0,208X_2 + 0,031 X_3 - 0,240 X_4 - 1,049 X_5 - 0,466 X_6$$

---

<sup>24</sup> Faried Wijaya M, *Seri Pengantar Ekonomikamakro Edisi 3*, BPFE, Yogyakarta, 2008, Hlm. 299-304.

<sup>25</sup> Hansen, dan Mowen. *Manajemen Biaya*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 667.

Dari hasil perhitungan sidik ragam diketahui F hitung sebesar 29,258. Nilai F tabel (2,79) dengan  $\alpha = 0,05$ , sehingga F hitung  $>$  F tabel. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya biaya produksi dan penerimaan sama-sama berpengaruh terhadap pendapatan usaha tani padi sawah<sup>26</sup>

Penelitian lain dari Novita Djamilu (2012), mahasiswa jurusan akuntansi, fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Gorontalo dengan judul pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2010-2012, menghasilkan bahwa hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya diketahui  $t_{hitung}$  untuk variabel biaya produksi adalah sebesar 2,367 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0201. Jika dibandingkan dengan nilai signifikansi yang digunakan sebesar 5% (0,05) maka nilai signifikansi yang diperoleh ini masih lebih kecil dari alpha sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari biaya produksi yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur yang diamati terhadap jumlah laba bersih yang berhasil diperoleh perusahaan.<sup>27</sup>

Dari hasil penelitian dari Sayyida (2014) dosen fakultas ekonomi, Universitas Wiraraja Sumenep Madura dengan judul pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan, biaya bahan baku ( $X_1$ ), biaya tenaga kerja langsung ( $X_2$ ), dan biaya *overhead* pabrik ( $X_3$ ) merupakan variabel bebas sedangkan laba (Y) variabel terikat, berkesimpulan bahwa variabel bahan baku berpengaruh signifikan terhadap laba hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  dengan demikian biaya bahan baku berpengaruh terhadap laba. Variabel tenaga kerja langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap laba hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan sebesar  $0,51 > 0,05$  dengan demikian biaya tenaga kerja langsung tidak berpengaruh terhadap laba.

---

<sup>26</sup> Ahmad Zaini, *pengaruh biaya produksi dan penerimaan terhadap pendapatan petani padi sawah di loa gagak kabupaten kutai kertanegara*, 2010, Jurnal EPP VOL. 7, NO. 1.

<sup>27</sup> Novita Djamilu, *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 -2012*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Gorontalo.

Variabel biaya *overhead* pabrik tidak berpengaruh signifikan terhadap laba hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan sebesar  $0,137 > 0,05$  dengan demikian biaya *overhead* tidak berpengaruh terhadap laba.

Secara bersama-sama atau serentak (uji F) variabel bebas yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu laba pada tingkat kepercayaan sampai dengan 0,05. Dengan demikian hipotesis H1 yang menyatakan semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersama-sama, dapat diterima.<sup>28</sup>

Dari hasil penelitian dari Syanti, Yulihardi, Dan Dina Amaluis Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera dengan judul pengaruh biaya produksi dan harga jual tandan buah segar (TBS) kelapa sawit terhadap pendapatan petani di kud lingkup aur II kecamatan pasaman kabupaten pasaman barat, hasil analisa diperoleh penelitian nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel biaya produksi, harga jual tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dan pendapatan petani adalah sebesar 7,695 dan untuk membandingkannya dengan  $F_{tabel}$ , maka dilihat melalui rumus :

$dk = n - k - 1$  pada  $p/value = 0,05$  dan  $df = k$  sehingga diperoleh nilai  $F_{tabel}$  3,490. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa biaya produksi dan harga jual tandan buah segar (TBS) terhadap pendapatan petani berpengaruh signifikan karena menunjukkan  $F_{hitung}$  sebesar  $7,695 >$  dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,490 dan angka signifikan 0,003. Oleh karena itu angka signifikan  $0,003 <$  dari 0,005. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa secara simultan bahwa biaya produksi dan harga jual tandan buah segar (TBS) kelapa sawit berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan petani. Disimpulkan bahwa berdasarkan hasil temuan empiris yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

---

<sup>28</sup> Sayyida, *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan*, 2014, *Jurnal Performance Bisnis dan Akuntansi* Vol. 4, No. 1.

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan biaya produksi terhadap pendapatan petani. Hal ini dapat diartikan apabila biaya produksi meningkat maka pendapatan petani meningkat.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga jual terhadap pendapatan petani. Hal ini berarti apabila harga jual tandan buah segar (TBS) kelapa sawit meningkat pendapatan juga meningkat.
3. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya produksi dan harga jual terhadap pendapatan petani. Hal ini berarti apabila biaya produksi dan harga jual tandan buah segar (TBS) meningkat maka pendapatan petani meningkat. Disamping itu nilai  $R^2$  sebesar 42,3%, menunjukkan varian variabel-variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 42,3% terhadap pendapatan petani. Sedangkan sisanya sebesar 57,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini seperti luas usaha, tingkat produksi, pilihan dan kombinasi, identitas perusahaan pertanaman.<sup>29</sup>

Dari hasil penelitian Tanrigiling Rasyid, Sofyan Nuridin Kasim, dan Muh. Erik Kurniawan Mahasiswa dan Alumni Universitas Hasanuddin Makasar Fakultas Peternakan dengan judul pengaruh harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang pengumpul ayam potong, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi harga jual terhadap pendapatan sebesar 0,327 atau 32,7%, dan kontribusi volume penjualan terhadap pendapatan sebesar 0,896 atau 89,6 %. Disimpulkan bahwa harga jual dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengumpul ayam potong di kota makasar.<sup>30</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni penulis belum

---

<sup>29</sup> Syanti Yulihari Dan Dina Amaluis, *Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Terhadap Pendapatan Petani di KUD Lingkung Aur II Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Bara*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat.

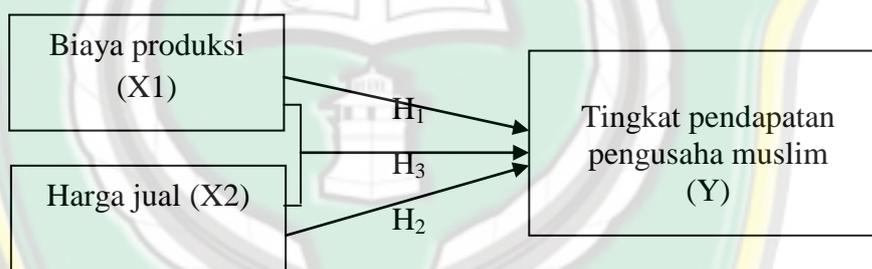
<sup>30</sup> Tanrigiling Rasyid, Sofyan Nuridin Kasim, dan Muh. Erik Kurniawan, *Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Pengumpul Ayam Potong (Studi Kasus di Kota Makasar)*, 2012, Jurnal Ilmiah Mahasiswa dan Alumni Universitas Hasanuddin.

menemukan penelitian sejenis yang juga memaparkan teori dalam bentuk perspektif Islam. Sehingga nilai-nilai luhur dari teori yang mengandung unsur ilmu agama ini bisa member nilai positif dalam hasil penelitian.

### C. Kerangka Berfikir

Menurut Uma Sekaran, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>31</sup> Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka berfikir dapat dituangkan dalam gambar sebagai berikut: model kerangka pikir biaya produksi, harga jual, dan tingkat pendapatan pengusaha.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Dikembangkan dari penelitian Syanti, Yulihardi, dan Dina Amaluis (2012)

#### 1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Tingkat Pendapatan ( $H_1$ )

Biaya produksi merupakan unsur penting dalam suatu perusahaan guna untuk menentukan besarnya biaya yang dikeluarkan pada setiap aktivitas untuk membentuk produk yang efisien karena dari biaya tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan.

#### 2. Pengaruh harga jual terhadap tingkat pendapatan ( $H_2$ )

Karena barang atau jasa harus ditetapkan harganya sebelum dijual, maka penetapan harga jual adalah hal penting dalam pemasaran bisnis

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta Bandung, 2012, hlm. 88.

berskala kecil, karena nantinya akan sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang akan didapat saat penjualan barang atau jasa tersebut.

3. Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap tingkat pendapatan ( $H_3$ )  
Biaya produksi dan harga jual merupakan unsur penting dalam dunia usaha, keduanya merupakan faktor penentu besarnya tingkat pendapatan setelah barang atau jasa terjual, karena penggunaan biaya produksi secara efisien dan penentuan harga jual yang tepat dapat meningkatkan tingkat pendapatan.

#### D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir yang dikembangkan dari penelitian Syanti, Yulihardi, dan Dina Amaluis didapatkan hipotesis yang menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proposisi yang dapat diuji secara empiris.<sup>32</sup>

Berdasarkan kerangka pemikiriran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

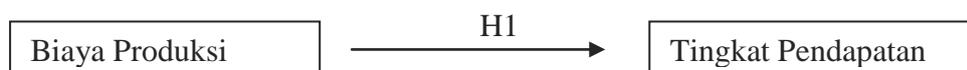
1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim.

Biaya produksi merupakan unsur penting dalam suatu perusahaan guna untuk menentukan besarnya biaya yang dikeluarkan pada setiap aktivitas untuk membentuk produk yang efisien karena dari biaya tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Dalam penelitian dari Syanti, Yulihardi, Dan Dina Amaluis Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya produksi terhadap pendapatan petani di kud lingkup aur II kecamatan pasaman kabupaten pasaman barat sebesar 0,711 dengan tingkat signifikansi 0,098. Dengan demikian biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan petani di KUD Lingkup Aur II.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Nur Indriyantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen Edisi Pertama*, BPFE-YOGYAKARTA, 1999, hlm. 73.

<sup>33</sup> Syanti Yulihari Dan Dina Amaluis, *Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Terhadap Pendapatan Petani di KUD Lingkup Aur II*



$H_1$  = Terdapat pengaruh positif biaya produksi terhadap tingkat pendapatan pengusaha muslim.

## 2. Pengaruh Harga Jual Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim.

Harga adalah spesifikasi tentang apa yang diminta oleh seorang penjual dalam pertukaran untuk memindahkan kepemilikan atau kegunaan barang atau jasa.

Karena barang atau jasa harus ditetapkan harganya sebelum dijual, maka penetapan harga jual adalah hal penting dalam pemasaran bisnis berskala kecil, karena nantinya akan sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang akan didapat saat penjualan barang atau jasa tersebut. Dalam penelitian Tanrigiling Rasyid, Sofyan Nuridin Kasim, dan Muh. Erik Kurniawan terdapat pengaruh signifikan dari variabel harga jual terhadap pendapatan pedagang pengumpul ayam potong sebesar 0,327 atau 32,7% dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pengumpul ayam potong.<sup>34</sup>



$H_2$  = Terdapat pengaruh positif harga jual terhadap tingkat pendapatan pengusaha muslim.

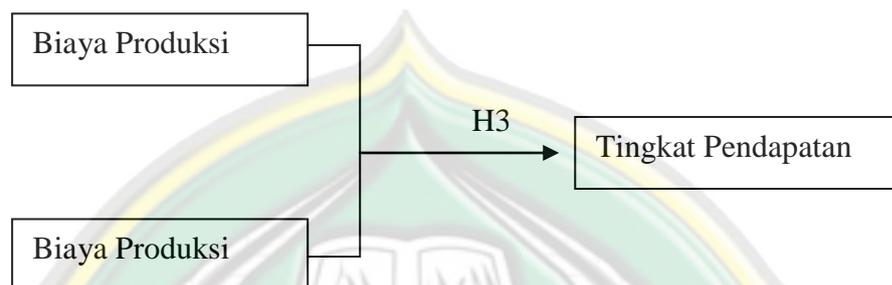
## 3. Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim.

Biaya produksi dan harga jual merupakan unsur penting dalam dunia usaha, keduanya merupakan faktor penentu besarnya tingkat pendapatan setelah barang atau jasa terjual, karena penggunaan biaya produksi secara

Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Bara), Jurnal Ilmiah Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat.

<sup>34</sup> Tanrigiling Rasyid, Sofyan Nuridin Kasim, dan Muh. Erik Kurniawan, *Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Pengumpul Ayam Potong (Studi Kasus di Kota Makassar)*, 2012, Jurnal Ilmiah Mahasiswa dan Alumni Universitas Hasanuddin.

efisien dan penentuan harga jual yang tepat dapat meningkatkan tingkat pendapatan. Dalam penelitian Syanti, Yulihardi, Dan Dina Amaluis terdapat pengaruh signifikan dari variabel biaya produksi dan harga jual secara simultan terhadap tingkat pendapatan petani di kud lingkungan II kecamatan pasaman kabupaten pasaman barat dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,695 dan memiliki nilai signifikansi 0.003.<sup>35</sup>



H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh biaya produksi dan harga jual secara bersamaan terhadap tingkat pendapatan pengusaha muslim.

---

<sup>35</sup> Syanti Yulihari Dan Dina Amaluis, *Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Terhadap Pendapatan Petani di KUD Lingkungan II Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Bara*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat.