

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teroris

1. Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Secara umum penggolongan biaya disesuaikan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dan kemudian biaya dikenal dengan konsep “*diferent cost for diferent purposes*”.¹ Menyatakan bahwa biaya dapat digolongkan menurut:

a. Objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah gaji, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan gaji disebut biaya gaji.

b. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan terdapat tiga fungsi pokok:

- 1) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja baik yang langsung maupun yang tidak langsung.
- 2) Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.
- 3) Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy.

¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi kelima (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2015), 13.

Dalam Akuntansi Biaya terdapat Elemen Biaya produksi yaitu biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan² :

a. Biaya dalam hubungan dengan produk

Biaya dalam hubungan dengan produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1) Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

a) Bahan baku langsung

Bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh: Kayu dalam pembuatan mebel, Kain dalam pembuatan pakaian, Karet dalam pembuatan ban, Minyak mentah dalam pembuatan bensin, Kulit dalam pembuatan sepatu, Tepung dalam pembuatan kue.

b) Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contoh: Upah koki kue, Upah tukang serut dan potong kayu dalam pembuatan mebel, Tukang jahit bordir pembuatan pola dalam pembuatan pakaian, Operator mesin jika menggunakan mesin.

c) Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya *overhead* dapat dikelompokkan menjadi elemen:

² Bastian Bustami N, *Akuntansi biaya*, Edisi 4 (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 12-13

- (1) Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Contoh: Amplas, Polakertas, Oli dan minyak pelumas, Paku, sekrup, dan mur, Staples, Asesoris pakaian, Vanili, garam, pelembut, pewarna, pewangi pada kue.

- (2) Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolah produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh: Gaji satpam pabrik, Gaji pengawas pabrik, Pekerja bagian pemeliharaan, Gaji operator telepon pabrik, Pegawai pabrik, Pegawai bagian gudang pabrik, Gaji resepsionis pabrik, Pegawai yang menangani barang.

- (3) Biaya tetap tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung lain adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh: Pajak bumi dan bangunan pabrik, Listrik pabrik, Air dan telepon pabrik, Sewa pabrik, Asuransi pabrik, Penyusutan pabrik, Peralatan pabrik, Pemeliharaan mesin dan pabrik, Gaji akuntan publik, Refreshing karyawan publik, Reparasi mesin dan peralatan pabrik

- 2) Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan biaya komersial atau biaya operasi. Biaya komersial atau biaya operasi ini juga digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya yang dapat

dihubungkan dengan internal waktu. Biaya non produksi mencakup³:

a) Beban pemasaran

Beban pemasaran atau biaya penjualan adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ketangan konsumen.

b) Beban administrasi

Beban administrasi adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan kegiatan penentu kebijakan, pengarahannya, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

c) Beban keuangan

Beban keuangan adalah biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan

b. Biaya Dikaitkan Dengan Volume Produksi

1) Biaya variabel (*variabel costs*)

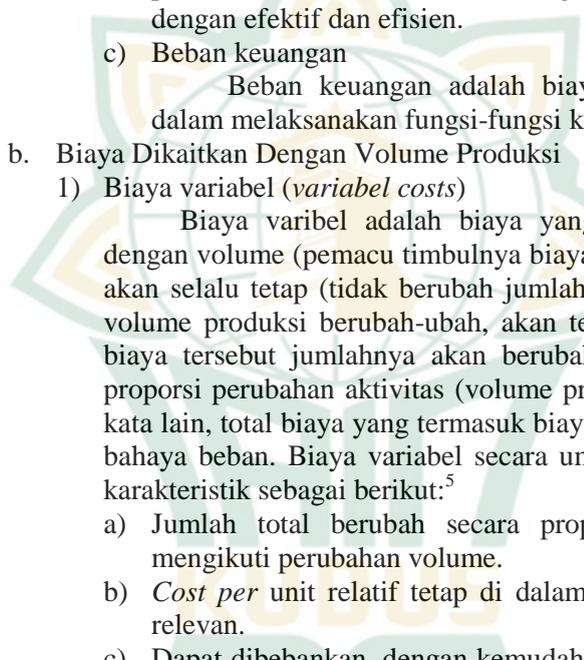
Biaya variabel adalah biaya yang bila dikaitkan dengan volume (pemacu timbulnya biaya) secara per unit akan selalu tetap (tidak berubah jumlahnya).⁴ Meskipun volume produksi berubah-ubah, akan tetapi secara total biaya tersebut jumlahnya akan berubah sesuai dengan proporsi perubahan aktivitas (volume produksi). Dengan kata lain, total biaya yang termasuk biaya variabel adalah biaya beban. Biaya variabel secara umum mempunyai karakteristik sebagai berikut:⁵

a) Jumlah total berubah secara proposional dengan mengikuti perubahan volume.

b) *Cost per unit* relatif tetap di dalam kisaran volume relevan.

c) Dapat dibebankan, dengan kemudahan dan ketetapan yang layak ke departemen operasi.

d) Terkendali oleh kepala departemen tertentu



³ Bastian Bustami N, *Akuntansi biaya*, 14.

⁴ Daljono, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*, edisi 3 cetakan ke dua (Semarang: BP UNDIP, 2011), 17.

⁵Surjadi, L. 2013. *Akuntansi Biaya: Dasar-dasar Perhitungan Harga Pokok*, Cetakan Pertama. (Jakarta: PT Indek,) 7.

2) Biaya tetap (*fixed costs*)

Biaya tetap adalah biaya yang secara total, biaya tersebut tidak berubah jumlahnya meskipun aktivitas (jumlah produksi) berubah. Jumlah biaya tetap per unit akan menurun jika aktivitasnya meningkat. Contoh lain adalah biaya asuransi gedung.⁶ Biaya tetap mempunyai karakteristik sebagai berikut:⁷

- a) Jumlah total tidak berubah dalam kisaran volume tertentu.
- b) Per unit berubah dalam kisaran relevan.
- c) Dapat dibebankan ke departemen-departemen dengan dasar keputusan manajemen atau metode alokasi biaya arbitrer.
- d) Tanggungjawab pengendalian berada di tangan manajemen eksekutif dari supervisor operasional.

3) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel merupakan campuran antara biaya variabel dengan biaya tetap. Biaya semi variabel memiliki sifat: meskipun tidak ada aktivitas, biaya telepon, biaya listrik, biaya air. Biaya telepon dalam satu bulan selalu ada jumlah diatas nol. Meskipun dalam satu pemakaian pulsa jumlahnya nol. Hal tersebut dikarenakan dalam telepon dikenal adanya beban tetap.⁸

2. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.⁹

⁶ Daljono, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*, 19.

⁷ Surjadi, L. *Akuntansi Biaya: Dasar-dasar Perhitungan Harga Pokok*, 8.

⁸ Daljono, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*, 20.

⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 65.

b. Fungsi Harga pokok produksi

1) Menentukan Harga Jual Produk

Biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain seta informasi nonbiaya.

2) Memantau Realisasi Biaya Produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3) Menghitung Laba atau Rugi Periodik

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.¹⁰

c. Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu :¹¹

1) Metode Harga Pokok Pesanan (*job order cost method*).

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Pengolahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langganan/pembeli melalui dokumen pesanan penjualan. yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan.

¹⁰ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 65.

¹¹ Supriyono, *Akuntansi Biaya 1 Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Edisi 2 (Yogyakarta: BPF, 2015), 36.

2) Metode Harga Pokok Proses (*process cost method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semester, tahun. Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Kegiatan produksi perusahaan ditentukan oleh budget. Produksi atau skedul produksi untuk satuan waktu tertentu yang sekaligus di pakai dasar oleh bagian produksi untuk melaksanakan produksi.

3. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

a. Pengertian penentuan harga pokok produksi *full costing* dan *variabel costing*

1) *Full costing*

Full costing Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya seperti table 2.1

Tabel 2.1 Perhitungan Kos Produksi *Full Costing*

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	XXX
Kos produksi	XXX

2) *Variabel costing*

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* variabel.¹²

Dengan demikian kos produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya seperti table 2.2

¹² Mulyadi, *Akuntansi biaya*, 17.

Tabel 2.2 Perhitungan Kos Produksi *Variabel costing*

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>XXX</u>
Kos produksi	<u>XXX</u>

b. Perbedaan perhitungan metode *full costing* dengan metode *variabel costing*

- 1) Perbedaan pokok antara metode *full costing* dengan *variabel costing* terletak pada perlakuan terhadap biaya *overhead* pabrik tetap untuk metode *variabel costing* tidak menghitung biaya *over head* pabrik tetap tetapi hanya biaya *over head* pabrik variabel saja berbeda dengan metode *full costing* yang menjumlahkan keseluruhan baik variabel maupun tetap.
- 2) Bila volume penjualan konstan dan volume produksi berubah, maka laporan laba rugi *variabel costing* menunjukkan laba atau rugi yang konstan karena laba atau rugi tidak di pengaruhi oleh perubahan persediaan, sedangkan laporan laba rugi *full costing* akan menunjukkan laba atau rugi yang berubah karena di pengaruhi oleh perubahan persediaan.
- 3) Bila volume produksi konstan, kedua metode tersebut akan menunjukkan laba yang berubah sesuai dengan penjualannya yaitu bila volume penjualan naik maka laba akan naik, dan sebaliknya apabila volume penjualan turun maka laba akan turun. Tetapi perubahan laba dalam kedua metode tersebut tidak sama karena di dalam *full costing* perubahan nya di pengaruhi oleh perubahan persediaan.¹³

c. Kelebihan metode penentuan harga pokok produksi *full costing* dan *variabel costing*

- 1) Dalam perencanaan laba jangka pendek
Untuk kepentingan laba jangka pendek, manajemen memerlukan informasi biaya yang di pisahkan menurut perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Dalam jangka pendek biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan sehingga hanya biaya variabel yang perlu di pertimbangkan oleh manajemen dalam mengambil keputusannya, oleh karena itu metode

¹³ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 208.

variabel costing yang menghasilkan laporan laba rugi dan yang menyajikan informasi biaya variabel yang terpisah dari informasi biaya tetap dapat memenuhi kebutuhan manajemen untuk jangka pendek. Laporan laba rugi *variabel costing* menyajikan dua ukuran penting pertama laba kontribusi kedua operating leverage.¹⁴

2) Dalam pengendalian biaya

Dalam *full costing* biaya *overhead* pabrik tetap di perhitungkan dalam tarif biaya *overhead* pabrik dan di bebankan sebagai unsur produksi. Oleh karena itu pengendalian biaya untuk mendapatkan hasil yang akurat bisa menggunakan metode *full costing*.

3) Dalam pengambilan keputusan

Dalam hal ini *variabel costing* menyajikan data yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka pendek. Dalam pembuatan keputusan jangka pendek yang menyangkut mengenai perubahan volume kegiatan. Untuk *full costing* yang berkaitan dengan biaya *overhead* pabrik tetap tidak relevan karena tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Sedangkan untuk keputusan jangka panjang metode *full costing* lebih relevan karena sudah menjumlahkan keseluruhan biaya seperti biaya over head pabrik tetap.¹⁵

d. Kekurangan metode *full costing* dan *variabel costing*

- 1) Metode *variabel costing* di anggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim karena jika perhitungan biaya over head pabrik tetap tidak di perhitungkan dalam harga pokok persediaan dan harga pokok penjualan akan menghasilkan harga pokok yang tidak wajar.
- 2) Harga jual *full costing* akan lebih tinggi di dibandingkan dengan *variabel costing* karena *full costing* memperhitungkan biaya variabel dan biaya tetap dan menganggap bahwa konsumen bersedia membayar berapapun harga nya untuk mendapatkan produk.
- 3) Dalam metode *variabel costing* naik turunnya Laba di hubungkan dengan perubahan-perubahandalam penjualannya. Untuk perusahaan yang kegiatan usahanya

¹⁴ H. N. Samsul, " Perbandingan Harga Pokok Produksi *Full Costing* dan *variabel Costing* untuk Harga Jual CV pyramid," *Jurnal EMBA* 3671, no. 3 (2013), 9.

¹⁵ Ahmad Nur Al Yudha, "Penentuan Harga Pokok Produksi Percetakandengan Menggunakan Metode Full Costing Pada CV. Global Sejahtera," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2012). 8.

musim an seperti usaha jasa hujan akan menyajikan kerugian yang berlebih lebih dalam periode tertentu karena tidak ada biaya tetap yang di tunda pembebanannya sebagai harga pokok persediaan. Dalam keadaan demikian laporan laba rugi bulanan yang di sajikan dalam metode *variabel costing* di ragukan manfaat nya di banding *full costing*.¹⁶

4. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi uang ataupun barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.¹⁷

Harga jual yang tepat sangat ditentukan oleh keberhasilan dalam menentukan biaya produk yang tepat. Sehingga diharapkan harga jual produk yang ditawarkan dapat menutupi semua biaya dan mampu menghasilkan laba. pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh di tambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up Tujuan Penetapan Harga Jual Di samping untuk mengetahui lingkungan pasar dimana harga-hargaitu akanditetapkan, manager pemasaran haruslah mengumumkandengan jelastujuan-tujuan perusahaannya antara lain

- 1) Penetapan harga untuk mencapai suatu target *return on invesment*(pengembalian atas ivetasi).
- 2) Stabilitas harga dan margin
- 3) Penetapan harga untuk penetapan target market share (bagian pasar).
- 4) Penetapan harga untuk menepati atau mencengah persaingan.
- 5) Penetapan harga untuk mamaksimumkan laba

Penentuan harga adalah suatu alat untuk mencapai tujuan dan bukan tujuan itu sendiri. Harus pula diakui fakta

¹⁶ Mulyadi, *Akuntansi biaya*, 144-145.

¹⁷ Salman, *Akuntansi biaya*, cetakan pertama (Jakarta Barat: Akademi permata, 2013), 10

bahwa jarang suatu perusahaan yang hanya mengejar satu tujuan tunggal. Pada umumnya saran-saran itu adalah suatu kombinasi, misalnya perusahaan berusaha mempertahankan atau memperbaiki bagian pasarnya sementara pada waktu yang sama bertujuan untuk mencapai target pengembalian atas modal yang ditanamkan. Kombinasi pasaran demikian dapat dilukiskan dengan tujuan-tujuan dari sebuah perusahaan otomobil yang besar seperti general motors.

b. Peranan harga jual

- 1) Harga yang dipilih berpengaruh langsung pada tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlampau mahal atau sebaliknya terlalu murah berpotensi menghambat perkembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensitivitas harga amat diperlukan.
- 2) Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
- 3) Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan kontribusi pada *positioning* merek dalam evoked set konsumen potensial. Konsumen menjadikan harga sebagai indikator kualitas, khususnya dalam pasar produk konsumen.
- 4) Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.
- 5) Strategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi

c. Prosedur penetapan harga jual

- 1) Perusahaan tersebut memilih tujuan penetapan harganya. Semakin jelas tujuan suatu perusahaan, maka semakin mudah dalam menetapkan harga. Ada lima tujuan utama perusahaan, dari kelima tersebut perusahaan dapat mengharapkan satu dalam menetapkan harga: kelangsungan hidup, laba maksimum sekarang, pangsa pasar maksimum, menguasai pasar secara maksimum, atau kepemimpinan mutu produk.
- 2) Menentukan permintaan Perusahaan harus memperkirakan kurva permintaannya, kemungkinan kuantitas harga yang akan dijualnya dengan masing-masing kemungkinan harga.

- 3) Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya-biaya berbeda-beda pada tingkat keluaran yang berbeda, pada tingkat akumulasi pengalaman produksi, dan untuk tawaran pasar yang terdiferensiasi.
- 4) Perusahaan tersebut mempelajari biaya, harga, dan tawaran pesaing. Dalam hal ini perusahaan yang pertama harus dilakukan adalah mempertimbangkan harga pesaing terdekat.¹⁸

5. Konsep Penetapan Harga dalam pandangan Islam

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual-beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al Quran surat Al-Baqarah ayat 275 yaitu :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukkan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datangnya larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah

¹⁸ Philipkotler dan Kevinlane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2007), 84.

penghuni-penghuni neraka mereka kekal didalamnya.
(QS.Al-Baqarah (2) : 275 ¹⁹)

Berdasarkan ayat diatas dilihat bahwa jual beli jelas dihalalkan dalam Islam. Keterangan lain menyebutkan penjualan islami baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama dan prike-manusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih. Ketahuilah bahwa berdagang adalah usaha manusia untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatannya dengan mengembangkan properti yang dimilikinya, dengan cara membeli komoditi dengan harga murah dan menjualnya dengan harga mahal, baik barang tersebut berupa tepung atau hasil-hasil pertanian, binatang ternak, maupun kain. Jumlah nilai yang tumbuh dan berkembang itulah yang dinamakan laba.

Orang yang berusaha mendapatkan keuntungan tersebut, mungkin dengan menimbun komoditi tersebut ketika nilainya di pasar murah dan mengeluarkannya di kemudian hari ketika pasar membutuhkannya sehingga diperoleh keuntungan yang melimpah, dan mungkin juga dengan mengeksportnya ke daerah atau kerajaan lain dimana komoditi tersebut dihargai lebih tinggi dibandingkan dalam negeri dimana komoditi tersebut berasal, sehingga akan diperoleh keuntungan yang melimpah. Hukum dalam menentukan harga adalah apabila penguasa atau wakilnya atau siapa saja yang memimpin umat Islam memerintahkan pelaku pasar untuk tidak menjual barangnya kecuali dengan harga tertentu, maka dilarang untuk menambah atau menguranginya untuk kemaslahatan.²⁰

Agama Islam senantiasa mendorong para produknya untuk melakukan berbagai kegiatan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dalam rangka menegakkan agama yang rahmatan lilalamin. Salah satunya adalah transaksi ekonomi berupa barang dan jasa yang mengakibatkan adanya transaksi ekonomi berupa barang dan jasa yang mengakibatkan adanya permintaan dan penawaran yang pada akhirnya menghadirkan sebuah kegiatan yang bernama pasar. Hal ini akan dapat membuat pasar memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian. Disamping itu, pasar juga memiliki fungsi strategis, yaitu sebagai sebuah tempat bertemunya para pedagang dan pembeli atau

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2005),36.

²⁰ DR. Jariban bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar,2006),611.

produsen dan konsumen dalam kegiatan perdagangan. Kedua pihak tersebut akan saling menentukan dan mempengaruhi harga. Sebelum menetapkan harga ada beberapa konsep dalam Ekonomi Islam yang perlu diperhatikan, yaitu :

a. Harga yang Adil Dalam Islam

Ajaran Islam memberikan jalan tengah untuk berbagai segala aspek kehidupan. Misalnya antara dunia dan akhirat, antara rasio dan hati, antara rasio dan norma, antara idealisme dan fakta, antara individu dan masyarakat dan sebagainya. Ajaran Islam mengacu berbagai sumber yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan As-sunnah. Penentuan harga harus adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang islami. Keadilan merupakan nilai paling sesuai dalam Ekonomi Islam.

Menegakkan keadilan dan pemerantas kezaliman adalah tujuan utama risalah para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam maqasyid syari'ah.

b. Laba (Keuntungan)

Laba adalah selisih lebih atas penjualan bersih dari harga pokok biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikan bahwa keuntungan/laba merupakan selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan yakni harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi.

c. Larangan Ikhtikar (Penimbunan)

Praktik ikhtikar, yaitu secara sengaja menahan atau menimbun (hoarding) barang, terutama pada saat terjadi kelangkaan, dengan tujuan untuk menaikkan harga dikemudian hari. Praktik ikhtikar akan menyebabkan mekanisme pasar terganggu, dimana produsen kemudian akan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Penjual akan mendapatkan untung besar, sedangkan konsumen akan menderita kerugian. Jadi, akibat ikhtikar maka masyarakat luas dirugikan oleh sekelompok kecil yang lain. Maka pemerintah dapat melakukan berbagai upaya menghilangkan penimbunan ini (misalnya, dengan penegekkan hukum), bahkan juga dengan intervensi harga. Namun, tidak termasuk dalam ikhtikar adalah menumpukkan

yang dilakukan pada situasi ketika pasokan melimpah, misalnya ketika pasar membutuhkannya.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung materi di dalam penelitian ini berikut akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini :

Tabel 2.3 Penelitian terdahulu

No.	Nama peneliti, tahun	Judul	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Ilham nurrizki fadli,Rizka ramayanti (2020)	Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode <i>full costing</i> studi kasus pada UKM digital printing prabu	Metode yang diterapkan yaitu metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode <i>full costing</i> menunjukkan angka yang lebih tinggi dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode UKM Digital Printing Prabu.Hal ini disebabkan UKM Digital Printing Prabu hanya memasukkan biaya bahan baku flexi china saja, biaya tenaga kerja dan biaya <i>overhead</i> listrik saja. Dan tidak memasukkan biaya bahan baku lainnya
2.	Ni Kadek Yuniari,Made Arie Wahyuni	Analisis ketepatan perhitungan harga pokok	Penelitian ini menggunakan metode analisis	Perhitungan menggunakan metode perusahaan menghasilkan nilai

	<p>,putu Eka Dianiata (2017)</p>	<p>produksi berdasarkan metode <i>full costing</i> sebagai dasar dalam menentukan harga jual ukiran sanggah pada usaha sari Uma dukuh sidemen</p>	<p>deskriptif kualitatif</p>	<p>harga pokok produksi sebesar Rp9.574.500, sedangkan menurut metode <i>full costing</i> harga pokok produksinya sebesar Rp9.766.073. Perbedaan tersebut dikarenakan perhitungan yang dilakukan perusahaan belum mengakui seluruh biaya yang berkaitan dengan proses produksi. Maka apabila perhitungan hargapokok produksi yang dilakukan perusahaan kurang tepat, akan mengurangi laba yang seharusnya diterima akibat dari harga jual yang ditetapkan tidak tepat.</p>
3.	<p>Lintang Arini (2017)</p>	<p>Analisis penentuan harga pokok produksi untuk menetapkan harga jual menggunakan metode <i>full costing</i> pada CV purnama</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa harga pokok produksi terdiri dari 3 (tiga) unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya <i>overhead</i> pabrik. Dari perhitungan harga</p>

		onix		<p>pokok produksi (HPP) dengan metode <i>full costing</i> (kasus pada CV. Purnama Onix) dengan metode perusahaan menunjukkan bahwa metode perusahaan yang lebih rendah dari perhitungan <i>full costing</i>. Hal ini disebabkan ada beberapa unsur biaya yang belum diperhitungkan. Kecermatan dalam memperhitungkan harga pokok produksi sangat mempengaruhi ketepatan penetapan harga jual produk.</p>
4.	Rania Puspitasari, Sri nuringWahyu, Dadang krisdianto (2019)	Penerapan metode variabel <i>costing</i> dalam menentukan harga jual produk sosis studi kasus pada rumah sosis di kota batu Jawa Timur	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) melalui metode studi kasus dengan pendekatan kuantitatif deskriptif	berdasarkan hasil analisa yang diadakan penulis maka penentuan harga jual perusahaan lebih rendah dibandingkan penentuan harga jual menggunakan metode variabel <i>costing</i> . Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Rumah Sosis Bandung didalam penentuan harga jual masih belum

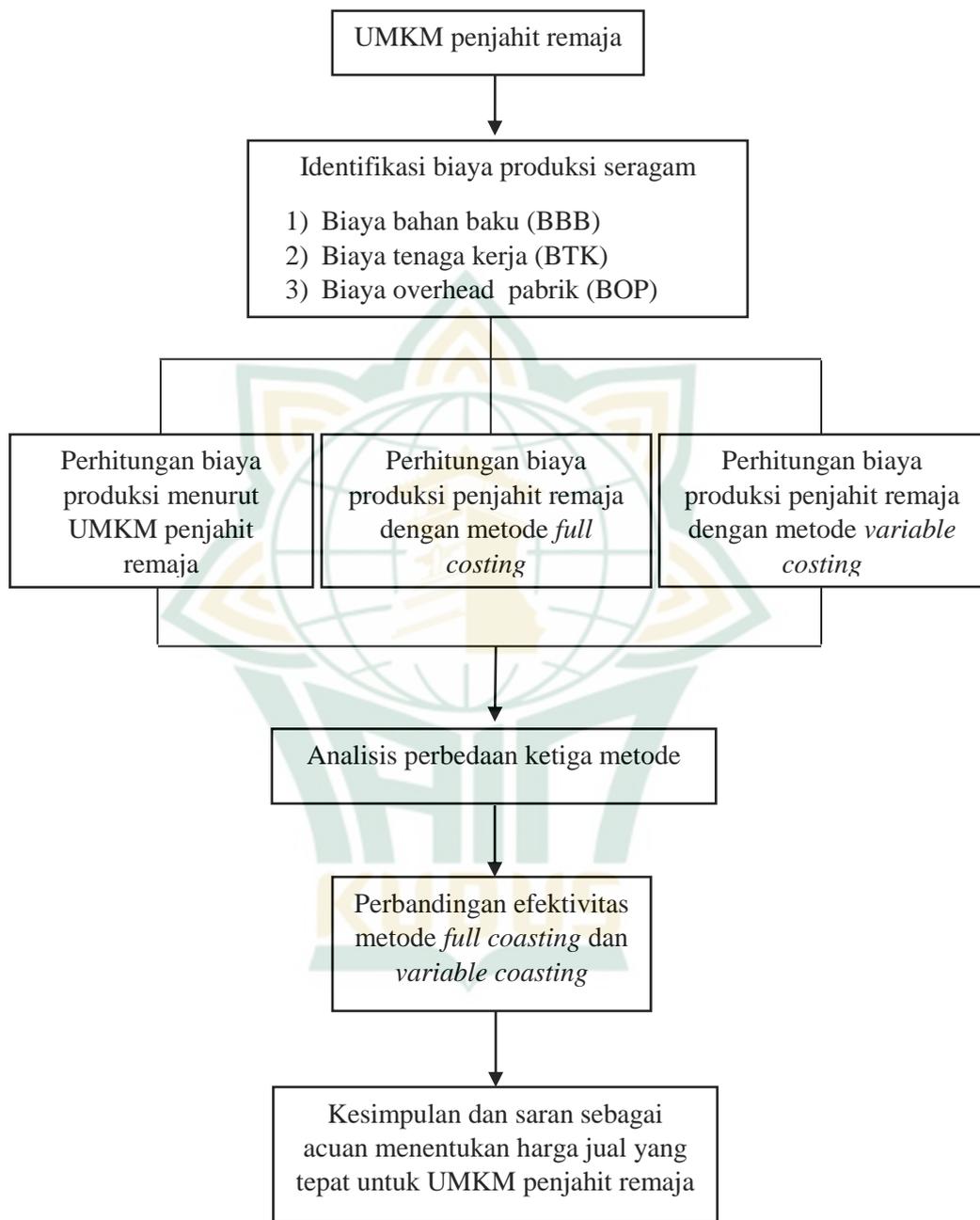
				optimal, dan sebaiknya menggunakan metode variabel <i>costing</i> . Hal ini sebaiknya diterapkan agar laba yang diharapkan dapat tercapai sesuai tujuan.
5.	Ahmad Darwis (2020)	Analisis perhitungan harga pokok produksi pada katering Putri Tonyamang	Teknik penelitian data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif	Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>variabel costing</i> dapat menambah tingkat laba yang maksimal. Hal ini karena dengan menggunakan metode variabel <i>costing</i> semua biaya dirinci secara jelas, baik itu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya <i>overhead</i> pabrik. Sedangkan pada perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan pihak pengelola katering hanya memperhitungkan biaya langsung dan biaya tidak langsung sehingga harga pokok produksi yang dihasilkan lebih tinggi dan

				laba yang diperoleh lebih rendah
--	--	--	--	----------------------------------

C. Kerangka Berfikir

Proses harga pokok produksi menggunakan sistem *full costing* dan variabel *Costing* pada penjahit remaja dapat di gambarkan dalam skema berikut :





Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Dari kerangka berfikir penelitian di atas di lakukan identifikasi biaya produksi yang ada pada UMKM penjahit remaja. Pengidentifikasiian biaya produksi yang ada pada UMKM meliputi biaya pembelian bahan baku berupa kain, biaya gaji karyawan, dan biaya *overhead* pabrik.

Setelah pengidentifikasiian biaya produksi kemudian memperhitungkan biaya produksi menurut perusahaan (penjahit remaja), perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan perhitungan harga pokok produksi dengan metode variabel *costing*. Setelah itu di lakukan analisis Perbedaan perhitungan dari ketiga metode yaitu menurut UMKM penjahit remaja, *full costing* dan *variabel costing*. Selanjutnya melakukan perbandingan efektivitas perhitungan antara metode *full costing* dan metode *variabel costing*. Dari hasil perbandingan tersebut lalu di buat kesimpulan dan saran sebagai acuan menentukan harga jual yang tepat untuk UMKM penjahit remaja.

