

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung materi dalam penelitian ini berikut akan dikemukakan beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan variable yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dewi (2011)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sepatu dengan <i>Metode Full Costing</i> (studi kasus : UKM Galaksi Kampung Kabandungan Ciapus, Bogor) pada UKM yang memproduksi sepatu.	metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Berdasarkan perhitungan perusahaan untuk harga pokok produksi adalah Rp.16.029,106 (Model BM01), Rp 15.185,936 (Model BM02) dan Rp 15.429,106 (Model BM03). Metode harga pokok produksi dengan <i>full costing</i> adalah Rp 18.191,439 (Model BM01), Rp 17.233,269 (Model BM02), dan Rp 17.476,439 (Model BM03).

2	Silvania (2011)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu Dengan <i>Metode Full Costing</i> pada Industri Kecil (Studi Kasus Cv Laksa Mandiri).	Analisis Defkriptif Kualitatif dan Deskriptif Kualitatif	Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh CV Laksa Mandiri untuk tahu putih adalah Rp 203,50 dan tahu kuning adalah Rp 222,94 sedangkan hasil analisa perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> untuk tahu putih adalah Rp 207,84 dan tahu kuning adalah Rp 227,57 jadi selisih antara metode <i>full costing</i> dengan metode yang dilakukan oleh perusahaan adalah tahu putih Rp 4,34 dan tahu kuning Rp 4,63. Jadi metode yang paling tepat adalah metode <i>full costing</i> karena metode ini memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.
3	Andri (2013)	Penerapan <i>Full Costing Method</i> Melalui Penghitungan HPP Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada UKM Tahu Pak Dariyo	Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Penghitungan harga pokok produksi menurut UKM dan metode <i>Full Costing</i> dapat berpengaruh terhadap harga jual dan laba. Untuk harga jual UKM di estimasikan Rp 500,00 per tahu sedangkan metode <i>Full Costing</i> juga sama seperti estimasi UKM yaitu sebesar Rp 500,00 per tahu. Tapi untuk <i>Full Costing</i> . menurunkan nilai mark up. Untuk laba per unit UKM diperoleh Rp 50,00 per tahu. Sedangkan laba per unit melalui penghitungan metode <i>Full Costing</i> adalah sebesar Rp 30,00.

4	Fatmawati (2013)	Harga Jual Yang Ditetapkan Melalui Penghitungan HPP Dengan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus : UKM Tempe Pak Pur).	Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Penghitungan harga pokok produksi UKM Tempe Pak Pur dibandingkan dengan metode <i>full costing</i> didapatkan hasil harga jual yang berbeda. Hasil penghitungan harga pokok produksi yang didapatkan oleh UKM Tempe Pak Pur sebesar Rp 21.963.000,00 dan yang didapatkan dengan menggunakan metode <i>Full Costing</i> sebesar Rp 23.322.197,00 Jadi selisih perbedaan harga pokok produksi sebesar Rp 1.359.197,00.
5	Arum (2013)	Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produk Roti Pada UKM Roti Saudara Di Banyumanik	Analisis Deskriptif Kualitatif dan Deskriptif Kualitatif	Menurut hasil analisis dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan penghitungan harga jual, didapatkan hasil yang berbeda antara metode yang digunakan UKM Roti Saudara dengan metode yang digunakan oleh penulis. Hasil perhitungan harga jual yang didapatkan oleh UKM Roti Saudara sebesar Rp.8.351.333,00 dan yang didapatkan penulis sebesar Rp. 5.794.333,00. Jadi selisih harga dari metode tersebut adalah Rp. 2.557.000,00. Menyarankan keuntungan yang bisa lebih didapat dari penjualan roti Saudara.

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian terdahulu

Berdasar hasil penelitian terdahulu di atas, penulis menyimpulkan bahwa penghitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* lebih menguntungkan dengan metode yang di terapkan oleh UKM, karena penghitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Selain itu perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan oleh penulis adalah terletak pada priode rentang waktu penelitian, tempat penelitian, pendekatan, metode penggali dan analisis datanya. Sedangkan persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada masalah yang diteliti yakni tentang penghitungan HPP pada UKM dengan menggunakan Metode *Full Costing*.

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang

Persamaan	Perbedaan
<ul style="list-style-type: none"> • Membahas penghitungan HPP pada UKM dengan menggunakan Metode <i>Full Costing</i>. • Metode analisis data. 	<ul style="list-style-type: none"> • Periode rentang waktu penelitian • Tempat penelitian

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Biaya Produksi

2.2.1.1 Pengertian Biaya

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu Mulyadi (2000:8). Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva Mulyadi (2000:10).

Menurut Sunarto (2003:4) mengatakan bahwa biaya adalah harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan.

Dapat di simpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa. Biaya adalah aliran keluar pemakaian lain aktiva atau timbulnya utang (atau kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

2.2.1.2 Pentingnya biaya produksi

Perusahaan mempunyai fungsi pokok yang lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan dagang dan jasa. Hal ini disebabkan karena perusahaan harus mengubah bentuk barang yang dibeli menjadi produk jadi atau siap pakai, sedangkan perusahaan dagang langsung menjual barang-barang yang dibeli tanpa melakukan perubahan bentuk. Haryono (1999:403)

Faktor yang memiliki kepastian yang relative tinggi yang berpengaruh terhadap penentuan harga jual adalah biaya Sunarto (2004:175). Oleh karena untuk memperoleh dan mengolah bahan-bahan menjadi produk jadi dalam kegiatan proses produksi diperlukan dana atau biaya-biaya, maka untuk menutup pengeluaran biaya-biaya tersebut biasanya perusahaan memperhitungkannya dalam penetapan harga jual produk. Kebijakan manajemen dalam penetapan harga jual produk belum dapat memadai jika hanya ditujukan untuk mengganti atau menutup semua biaya yang telah dikeluarkan, tetapi juga harus dapat menjamin adanya laba yang diharapkan, meskipun keadaan yang dihadapi tidak

menguntungkan. Walaupun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor yang menentukan dalam penetapan harga, namun penetapan harga jual produk yang menguntungkan akan tergantung pula pada pertimbangan mengenai biaya.

Untuk itu perusahaan berusaha untuk menekan atau memperkecil pengeluaran biaya, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan proses produksi, baik mengenai biaya perolehan bahan baku, biaya yang dikeluarkan untuk bahan pembantu atau penolong, biaya tenaga kerja, penyusutan peralatan, pemeliharaan, dan sebagainya.

Bila perusahaan dapat menekan biaya sampai pada batas minimal maka perusahaan akan dapat mencapai keunggulan biaya sehingga nilai keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat, dan dalam strategi penjualannya apakah perusahaan akan menurunkan harga jual produknya atau tetap pada harga yang berlaku dipasar semua tergantung pada perusahaan itu sendiri. Istilah biaya dapat diartikan bermacam-macam, tergantung pada maksud pemakaian istilah tersebut.

2.2.1.3 Macam Biaya Produksi

Biaya produksi atau biaya pabrik dapat didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

Menurut Carter (2002:40) macam biaya produksi digolongkan menjadi:

a) Bahan baku langsung

adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produksi.

b) Tenaga kerja langsung

adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

c) Overhead pabrik

adalah semua biaya manufaktur yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke output tertentu selain biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

Menurut Sunarto (2004:3) unsur atau komponen biaya meliputi:

a) Biaya bahan baku atau bahan langsung

adalah biaya ini timbul karena pemakaian bahan. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang. Biaya bahan baku merupakan bagian dari harga pokok barang jadi yang akan dibuat.

b) Biaya tenaga kerja langsung

adalah biaya yang timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi bahan jadi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang.

c) Biaya overhead pabrik

adalah biaya yang timbul karena pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja dan kemudahan lain. Dalam kenyataannya dan sesuai dengan label biaya tersebut, kemudian biaya overhead pabrik adalah semua biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

2.2.1.4 Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi

Beberapa jenis biaya berubah secara proposional terhadap perubahan dalam volume produksi atau output, sementara yang lainnya tetap relative konstan dalam jumlah. Kecenderungan biaya untuk berubah terhadap output harus dipertimbangkan oleh manajemen jika manajemen ingin sukses dalam merencanakan dan mengendalikan biaya.

Menurut Sunarto (2003:4) ada 2 macam biaya menurut perilakunya terhadap volume produksi

a) Biaya Tetap

biaya tetap merupakan biaya yang mempunyai tingkah laku tetap, tidak berubah terhadap perubahan volume kegiatan. Biaya tetap tidak berubah meskipun kegiatan produksi berubah.

b) Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang mempunyai tingkah laku berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi. Setiap perubahan volume produksi maka akan ditanggapi dengan perubahan biaya variabel

dengan jumlah yang sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi tersebut.

Menurut Carter (2002:42) ada tiga macam biaya dalam hubungannya dengan volume produksi, antara lain:

a) Biaya Variable

Merupakan suatu biaya yang meningkat totalnya secara proposional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun totalnya secara proposional terhadap penurunan dalam aktivitas.

Biaya variable menunjukkan jumlah per unit yang relative konstan dengan berubahnya aktivitas dalam rentang yang relevan.

b) Biaya Tetap

Merupakan suatu biaya yang tidak berubah secara total pada saat aktivitas bisnis meningkat atau turun.

c) Biaya Semi Variable

Merupakan suatu biaya yang memperlihatkan baik karakteristik biaya tetap maupun karakteristik biaya variable.

2.2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi menurut Hansen dan Mowen (2006:48) adalah “Harga pokok produksi adalah mewakili jumlah biaya barang yang diselesaikan pada periode tertentu”.

Menurut Mulyadi (2000:10) harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, selain itu harga pokok juga digunakan untuk

menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Namun karena pembuatan produk tersebut bertujuan mengubah aktiva (berupa persediaan bahan baku) menjadi aktiva lain (persediaan produk jadi), maka pengorbanan bahan baku tersebut, yang berupa biaya bahan baku, akan membentuk harga pokok produksi.

Setiap perusahaan yang dilakukan penghitungan harga pokok produk mempunyai tujuan yang ingin dicapainya. Adapun tujuan dari penghitungan harga pokok produk adalah:

- 1) Untuk memberikan bantuan guna mendekati harga yang dapat dicapai.
- 2) Untuk menilai harga-harga yang dapat dicapai atau ditawarkan dari pendirian ekonomi perusahaan itu sendiri.
- 3) Untuk menilai penghematan dari proses produksi.
- 4) Untuk menilai barang yang masih dikerjakan.
- 5) Untuk penetapan yang terus-menerus dan analisis dari hasil perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produksi dan harus dikeluarkan untuk mengolah dan membuat bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar unsur-unsur biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Menurut Hansen dan Mowen (2006:50-51). Unsur-unsur biaya produksi adalah :

- 1) Biaya Bahan Baku Langsung Bahan baku langsung adalah bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi.

- 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi
- 3) Biaya *Overhead* Pabrik Semua biaya produksi selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan ke dalam satu kategori yang disebut ongkos *overhead*.

2.2.2.2 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Ada dua pendekatan yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi dengan tujuan untuk melakukan penilaian persediaan dan penentuan harga pokok penjualan. Dua pendekatan itu yaitu *absorption costing* atau disebut juga *full costing* dan *variable costing* atau juga sering disebut *direct costing* atau *marginal costing* (Garrison, 2000:302). Dua pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Absorption Costing (Full Costing)* *Absorption costing* memperlakukan semua biaya produksi sebagai harga pokok (*product cost*) tanpa memperhatikan apakah biaya tersebut variabel atau tetap. Harga pokok produksi dengan metode *absorption costing* terdiri dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik tetap dan variabel. Karena *absorption costing* meliputi seluruh biaya produksi sebagai harga pokok, metode ini juga disebut metode *full costing*.
- 2) *Variable Costing* Dengan menggunakan *variable costing*, hanya biaya produksi yang berubah-ubah sesuai dengan output yang diperlakukan sebagai harga pokok. Pada umumnya terdiri dari bahan langsung,

tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik *variabel*. *Variable costing* juga sering disebut *direct costing* atau *marginal costing*.

2.2.2.3 Perbedaan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing*

1) Ditinjau dari Sudut Penentuan Harga Pokok Produk

a) Metode *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya.

Metode ini menunda pembebanan biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan dijual. Jadi biaya *overhead* pabrik yang terjadi, baik yang berperilaku tetap maupun yang *variabel*, masih dianggap sebagai aktiva (karena melekat pada persediaan) sebelum persediaan tersebut dijual. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Total biaya produksi variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> tetap	<u>xxx</u> +
Harga produk per unit	xxx

b) Metode *Variable Costing*

Dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai elemen harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya.

Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap di dalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian kos produksi menurut metode *Variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga produk per unit	xxx

2) Ditinjau dari Sudut Penyajian Laporan Laba Rugi

Perbedaan pokok antara metode *full costing* dengan *variable costing* adalah terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan dalam laporan laba rugi tersebut. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode *full costing* menitik beratkan pada penyajian elemen-elemen biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan. Sedangkan metode *variable costing* lebih menitik beratkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

2.2.2.4 Manfaat Informasi yang Dihasilkan oleh Metode *Full Costing* dan *Variable Costing*

1) Dalam perencanaan laba jangka pendek

Untuk kepentingan perencanaan laba jangka pendek, manajemen memerlukan informasi biaya yang dipisahkan 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 dipertimbangkan oleh manajemen dalam pengambilan keputusannya.

Oleh karena itu, metode *variable costing* yang menghasilkan laporan rugi-laba yang menyajikan informasi biaya variabel yang terpisah dari informasi biaya tetap dapat memenuhi kebutuhan manajemen untuk perencanaan laba jangka pendek.

2) Dalam pengendalian biaya

Variable costing menyediakan informasi yang lebih baik untuk mengendalikan *period costs* dibandingkan informasi yang dihasilkandengan metode *full costing*. Dalam *full costing* biaya *overhead* pabrik tetap diperhitungkan dalam tarif biaya *overhead* pabrik dan dibebankan sebagai unsur biaya produksi sehingga manajemen kehilangan perhatian terhadap *period costs* (biaya *overhead* pabrik tetap) tertentu yang dapat dikendalikan.

Di dalam *variable costing*, *period costs* yang terdiri biaya yang berperilaku tetap dikumpulkan dan disajikan secara terpisah dalam laporan

rugi-laba sebagai pengurang terhadap laba kontribusi. Biaya tetap ini dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan: *discretionary fixed costs* dan *committed fixed costs*.

Discretionary fixed costs merupakan biaya yang berperilaku tetap karena kebijakan manajemen sehingga dapat dikendalikan oleh manajemen. Contohnya biaya iklan. *Committed fixed costs* merupakan biaya yang timbul dari pemilikan pabrik, *equipment* dan organisasi pokok. Biaya ini merupakan semua biaya yang tetap dikeluarkan, yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan dalam memenuhi tujuan jangka panjang perusahaan. Dalam jangka pendek *committed fixed costs* tidak dapat dikendalikan oleh manajemen. Contohnya biaya depresiasi, sewa, asuransi, dan gaji karyawan inti.

Dengan dipisahkannya biaya tetap dalam kelompok tersendiri dalam laporan rugi-laba *variable costing*, manajemen dapat memperoleh informasi *discretionary fixed costs* terpisah dari *committed fixed costs*, sehingga pengendalian biaya tetap dalam jangka pendek dapat dilakukan oleh manajemen.

3) Dalam pengambilan keputusan

Variable costing menyajikan data yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka pendek. Dalam pembuatan keputusan jangka pendek yang menyangkut mengenai perubahan volume kegiatan, *period costs* tidak relevan karena tidak berubah dengan adanya perubahan volume

kegiatan. *Variable costing* khususnya bermanfaat untuk penentuan harga jual jangka pendek.

Ditinjau dari sudut penentuan harga, perbedaan pokok antara *full costing* dan *variable costing* adalah terletak pada konsep penutupan biaya (*concept of cost recovery*). Menurut metode *full costing*, harga jual harus dapat menutup total biaya, termasuk biaya tetap didalamnya. Di dalam metode *variable costing*, apabila harga jual tersebut telah menghasilkan laba kontribusi guna menutup biaya tetap adalah lebih baik dari pada harga jual yang tidak menghasilkan laba kontribusi sama sekali.

Kelemahan-kelemahan metode *variable costing* adalah sebagai berikut (Mulyadi, 2000: 407):

1. Pemisahan biaya-biaya ke dalam biaya variabel dan tetap sebenarnya sulit dilaksanakan, karena jarang sekali suatu biaya benar-benar variabel atau benar-benar tetap. Suatu biaya digolongkan sebagai suatu biaya variabel jika asumsi berikut ini dipenuhi:
 - a) Bahwa harga barang atau jasa tidak berubah. Misalkan konsumsi solar untuk diesel listrik tergantung pada kegiatan pabrik, maka biaya solar adalah biaya variabel dengan asumsi harga belinya tidak berubah, karena apabila berubah harganya, maka biaya bahan bakar tersebut tidak lagi berubah sebanding dengan perubahan kegiatan produksi.
 - b) Bahwa metode dan prosedur produksi tidak berubah-ubah.
 - c) Bahwa tingkat *efisiensi* tidak *berfluktuasi*.

Sedangkan biaya tetap dapat dibagi menjadi dua kelompok:

- a) Biaya tetap yang dalam jangka pendek dapat berubah, misalnya gaji manajer produksi, pemasaran, keuangan, serta gaji manajer akuntansi.
 - b) Biaya tetap yang dalam jangka panjang konstan, misalnya biaya depresiasi dan sewa kantor yang dikontrakkan untuk jangka panjang.
2. Metode *variable costing* dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim, sehingga laporan keuangan untuk kepentingan pajak dan masyarakat umum harus dibuat atas dasar metode *full costing*.
 3. Dalam metode *variable costing*, naik turunnya laba dihubungkan dengan perubahan-perubahan dalam penjualan. Untuk perusahaan yang kegiatan usahanya bersifat musiman, *variable costing* akan menyajikan kerugian yang berlebih-lebihan dalam periode-periode tertentu, sedangkan dalam periode lainnya akan menyajikan laba yang tidak normal.
 4. Tidak diperhitungkannya biaya *overhead* pabrik tetap dalam persediaan dan harga pokok persediaan akan mengakibatkan nilai persediaan lebih rendah, sehingga akan mengurangi modal kerja yang dilaporkan untuk tujuan-tujuan analisis keuangan.

2.2.2.5 Pandangan Islam Tentang Produksi

Salah satu ayat tentang produksi yaitu Ayat yang berkaitan dengan faktor produksi Tanah dalam Surat As-Sajdah : 2^v

“Dan apakah mereka tidak memperhatikan, bahwasanya kami menghalau (awan yang mengandung) air ke bumi yang tandus, lalu kami tumbuhkan dengan

air hujan itu tanaman yang daripadanya makan hewan ternak mereka dan mereka sendiri. Maka apakah mereka tidak memperhatikan?”

Ayat diatas menjelaskan tentang tanah yang berfungsi sebagai penyerap air hujan dan akhirnya tumbuh tanaman-tanaman yang terdiri dari beragam jenis. Tanaman itu dapat dimanfaatkan manusia sebagai faktor produksi alam, dari tanaman tersebut juga dikonsumsi oleh hewan ternak yang pada akhirnya juga hewan ternak tersebut diambil manfaatnya (diproduksi) dengan berbagai bentuk seperti diambil dagingnya, susunya dan lain sebagainya yang ada pada hewan ternak tersebut.

Ayat ini juga memberikan kepada kita untuk berfikir dalam pemanfaatan sumber daya alam dan proses terjadinya hujan. Jelas sekali menunjukkan adanya suatu siklus produksi dari proses turunnya hujan, tumbuh tanaman, menghasilkan dedaunan dan buah-buahan yang segar setelah di disiram dengan air hujan dan pada akhirnya diakan oleh manusia dan hewan untuk konsumsi. Siklus rantai makanan yang berkesinambungan agaknya telah dijelaskan secara baik dalam ayat ini. Tentunya pula harus disertai dengan prinsip efisiensi dalam memanfaatkan seluruh batas kemungkinan produksinya. Sedangkan di dalam hadit, salah satunya sebagai berikut:

HR Bukhari - Nabi mengatakan, “Seseorang yang mempunyai sebidang tanah harus menggarap tanahnya sendiri, dan jangan membiarkannya. Jika tidak digarap, dia harus memberikannya kepada orang lain untuk mengerjakannya. Tetapi bila kedua-duanya tidak dia lakukan-tidak digarap, tidak pula diberikan

kepada orang lain untuk mengerjakannya-maka hendaknya dipelihara/dijaga sendiri. Namun kami tidak menyukai hal ini.”

Hadits tersebut memberikan penjelasan tentang pemanfaatan faktor produksi berupa tanah yang merupakan faktor penting dalam produksi. Tanah yang dibiarkan begitu saja tanpa diolah dan dimanfaatkan tidak disukai oleh Nabi Muhammad SAW karena tidak bermanfaat bagi sekelilingnya. Hendaklah tanah itu digarap untuk dapat ditanami tumbuhan dan tanaman yang dapat dipetik hasilnya ketika panen dan untuk pemenuhan kebutuhan dasar berupa pangan, penggarapan bisa dilakukan oleh orang yang punya tanah atau diserahkan kepada orang lain.

2.2.3 Harga Jual

2.2.3.1 Pengertian Harga Jual

Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Harga merupakan nilai pengganti suatu barang, untuk itu harga harus disesuaikan dengan kegunaan barang tersebut untuk konsumen. Definisi harga menurut Basu (2005:241) adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Sedangkan menurut Kent (2000:609) harga adalah rasio formal yang menunjukkan jumlah uang atau barang atau jasa, yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah barang atau jasa tertentu. Philip dan Armstrong (2008:439), mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas

suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Jadi, menurut definisi di atas, konsumen membayar tidak hanya untuk mendapatkan produknya saja, tetapi juga pelayanan yang diberikan oleh penjual.

2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Didalam menentukan harga jual, perusahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapainya, karena tujuan tersebut dapat memberikan arah dan keselarasan pada kebijakan yang diambil perusahaan.

Menurut Philip (2008:638) Suatu perusahaan dapat mengejar enam tujuan melalui penentuan harga yaitu :

a. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.

a. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya

sehubungan sebagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.

b. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimalisasi pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

c. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitif terhadap harga. Ini disebut penetapan harga *penetrasi* pasar.

d. Skimming pasar maksimum

Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra *produk superior*.

e. Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk dipasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

2.2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual, tidak semua faktor dijadikan dasar dalam penentuan harga jual, tetapi hanya beberapa faktor saja yang perlu dipertimbangkan. Menurut Basu dan Irawan (2005:202) faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah :

- a. Keadaan perekonomian
- b. Permintaan dan penawaran
- c. Elastisitas permintaan
- d. Persaingan
- e. Biaya
- f. Tujuan perusahaan
- g. Pengawasan pemerintah

2.2.3.4 Biaya Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

Biaya merupakan suatu hal yang penting dalam penentuan harga jual. Biaya biaya dalam menghasilkan suatu barang harus dicatat dengan benar dan harus digolongkan sesuai dengan tingkah laku biaya. Biaya adalah pengorbanan

sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinannya akan terjadi untuk tujuan tertentu, Mulyadi (2001:7).

Penggolongan biaya harus dilakukan dengan benar agar tidak terjadi kesalahan dalam penentuan harga jual produk. Menurut Mulyadi (2001:14), biaya yang terjadi didalam perusahaan manufaktur dapat digolongkan menjadi 3, yaitu :

a. Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya-biaya produksi ini terdiri dari :

1) Biaya bahan baku

Bahan baku adalah semua bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi, dan dapat diidentifikasi secara langsung pada produk yang bersangkutan.

2) Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan pada semua karyawan yang ada dalam proses produksi, baik tenaga kerja langsung maupun tidak langsung.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang paling kompleks, dan tidak dapat diidentifikasi langsung pada produk, maka pengumpulan biaya ini baru dapat dihitung pada akhir periode.

Dalam menghitung biaya ini, berdasar pada tarif yang ditentukan dimuka. Unsur-unsur biaya ini antara lain :

a) Biaya bahan penolong

Bahan penolong adalah bahan yang digunakan agar terselesainya produk tersebut, dan siap dijual kekonsumen.

b) Biaya listrik dan air

Biaya ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk memebayar listrik dan air pabrik.

c) Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya ini meliputi biaya pemeliharaan dan reparasi mesin-mesin pabrik, peralatan pabrik, dan kendaraan perusahaan.

d) Biaya penyusutan mesin dan alat-alat pabrik

Biaya ini merupakan biaya yang dianggarkan dari mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan dalam proses produksi. Biaya ini dianggarkan untuk setiap tahun atau bulan.

b. Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran, contoh: biaya iklan, biaya promosi, biaya gaji bagian pemasaran, dan lain-lain.

c. Biaya administrasi umum

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran.

Dalam perusahaan manufaktur, biaya pemasaran dan administrasi umum dapat disebut dengan biaya non produksi.

2.2.3.5 Metode Penentuan Harga Jual

Charles (2008:350) mengatakan bahwa terdapat empat metode penentuan harga jual, yaitu :

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* , yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract* (*Cost-type Contract Pricing*)

Cost-type Contract adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan.

4. Penentuan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

2.2.3.6 Pandangan Islam Tentang Penentuan Harga Jual

Dalam Al Qur'an surat An-Nisaa' ayat 29, Allah SWT berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Penjelasan Kata Mufradat

1. لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ “Jangan kamu memakan harta-harta kamu.”

Yang dimaksud ‘makan’ di sini adalah segala bentuk tindakan, baik mengambil atau menguasai. Harta-harta kamu, meliputi seluruh jenis harta, semuanya termasuk kecuali bila ada dalil syar’i yang menunjukkan kebolehnya.

Kata *amwalakum* yang dimaksud adalah harta yang beredar dalam masyarakat. *Amwalakum* (harta kamu) adalah baik yang ditanganmu sendiri maupun yang ditangan orang lain. Lalu harta kamu itu , dengan takdir dan karunia Allah SWT ada yang diserahkan ketanganmu dan ada pula yang diserahkan ketangan kawanmu yang lain. Oleh karena itu betapapun kayanya seseorang

janganlah sekali-kali ia lupa bahwa pada hakikatnya kekayaan itu adalah kepunyaan bersama juga.

2. **بِالْبَطْلِ** “Dengan cara yang batil.”

Yaitu segala perkara yang diharamkan Allah SWT atau tidak ada haknya. Bathil yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama atau persyaratan yang disepakati. Dalam konteks ini Nabi SAW bersabda, “kaum muslimin sesuai dengan (harus menepati) syarat-syarat yang mereka sepakati, selama tidak menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal”.

Ayat ini dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Memakan harta sendiri dengan jalan bathil adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara bathil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, menganiaya. Termasuk juga dalam jalan yang batal ini segala jual beli yang dilarang syara’.

3. **مِنْ تِجَارَةٍ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ** “Perniagaan/perdagangan yang berdasarkan

kerelaan diantara kamu”

Dengan jalan niaga ini beredarlah harta kamu, pindah dari satu tangan ke tangan lain dalam garis yang teratur, dan pokok utamanya adalah ridha, suka sama suka dalam garis yang halal.

4. وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ “Dan janganlah kamu membunuh diri kamu sendiri”

Yakni dengan mengerjakan hal-hal yang diharamkan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan maksiat terhadap-Nya serta memakan harta orang lain secara batil. Di antara harta dan jiwa itu tidaklah bercerai berai. Orang mencari harta untuk melanjutkan hidup, maka selain kemakmuran harta benda hendaklah pula terdapat kemakmuran jiwa.

Imam Ahmad mengatakan, telah menceritakan kepada kami Hasan Ibnu Musa, telah menceritakan kepada kami Ibnu Luhai'ah, telah menceritakan kepada kami Yazid Ibnu Abu Habib, dari Imran ibnu Abu Anas, dari Abdur Rahman ibnu Jubair, dari Amribnul As r.a. yang menceritakan bahwa ketika Nabi Saw. mengutusnyanya dalam Perang Zatus Salasil, di suatu malam yang sangat dingin ia bermimpi mengeluarkan air mani. Ia merasa khawatir bila mandi jinabah, nanti akan binasa. Akhirnya ia terpaksa bertayamum, lalu salat Subuh bersama teman-temannya.

Amr ibnul As melanjutkan kisahnya, "Ketika kami kembali kepada Rasulullah SAW, maka aku ceritakan hal tersebut kepadanya. Beliau bersabda, 'Hai Amr, apakah kamu salat dengan teman-temanmu, sedangkan kamu mempunyai jinabah?'. Aku (Amr) menjawab, 'Wahai Rasulullah SAW, sesungguhnya aku bermimpi mengeluarkan air mani di suatu malam yang sangat dingin, hingga aku merasa khawatir bila mandi akan binasa, kemudian aku teringat kepada firman Allah Swt. yang mengatakan:

“Dan janganlah kalian membunuh diri kalian, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada kalian”. (An-Nisa: 29)

Karena itu, lalu aku bertayamum dan salat.' Maka Rasulullah SAW tertawa dan tidak mengatakan sepele kata pun (Andriani, 2012).

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “*Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.*” Rasulullah saw menjawab:

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

“*Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta*”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Para ulama menyimpulkan dari hadits tersebut bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kedzaliman. Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi dan pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama daripada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan

ijtihad tentang masalah keduanya. Pewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhainya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT.

Melihat dan memperhatikan dalil-dalil yang disampaikan oleh para Ulama yang berpendapat *tas'ir* itu terlarang, nampak semuanya tidak menunjukkan larangan pembatasan harga sebagai kaedah umum dalam setiap situasi dan kondisi. Namun menunjukkan larangan pembatasan harga dalam keadaan normal, dimana pembatasan harga (*price fixing*) akan merugikan penjual atau pihak-pihak yang sudah melaksanakan kewajibannya yang berupa tidak menimbun barang atau bersepakat untuk menaikkan harga yang tinggi. Hal ini karena larangan pembatasan harga datang disertai dengan penjelasan sebab larangan tersebut. Padahal sudah dimaklumi bersama bahwa hukum itu berlaku atau tidaknya terkait dengan ada dan tidak adanya sebab.

Hadits yang mulia yang disampaikan golongan yang berpendapat bahwa *tas'ir* itu terlarang menjelaskan bahwa Rasulullah tidak berkenan melakukan pembatasan harga melihat adanya kezhaliman di sana. Karena saat itu, tidak ada faktor yang mengharuskan adanya penetapan *price fixing*. Sebabnya kenaikan harga bukan karena tingkah polah pedagang dan penimbunan barang (*ihtikar*), namun itu muncul akibat sebab-sebab lain yang bukan dari campur tangan mereka.

Syaikul Islam Ibnu Taimiyah membantah argumentasi mereka dengan hadits ini dan menjelaskan sebab nabi tidak melakukan pembatasan harga dalam hadits tersebut dengan menyatakan, "Tidak terjadi *price fixing* di zaman nabi, di Madinah hanya karena mereka tidak memiliki orang yang menumbuk dan

membuat roti dengan diupah dan tidak ada juga yang menjual tepung dan roti. Mereka dahulu membeli langsung biji dan menumbuk jadi tepung serta membuatnya menjadi roti dirumah-rumah mereka. Dahulu orang yang datang membawa biji gandum tidak ada yang mencegat dijalan untuk dijual lagi (*talaqqi*); bahkan orang-orang membeli langsung dari orang-orang yang membawanya (dari luar kota Madinah). Oleh karena itu ada hadits yang berbunyi:

“Yang membawa barang dapatkan rezeki dan yang menimbun dilaknat.”

Demikian juga tidak ada dikota Madinah waktu itu penjahit, namun datang orang membawa pakaian dari syam dan yaman serta kota lainnya lalu mereka membeli dan menggunakannya.

Beliaupun menjawab bahwa hadits ini hanyalah satu kejadian dan tidak bisa dibuat, pengertiannya umum.

Pernyataan imam Syafi'i, “Semua orang berkuasa atas harta mereka dan tidak boleh seorang pun mengambilnya atau mengambil sebagiannya tanpa ada keridhaan darinya kecuali dalam beberapa keadannya yang menyebabkan hartanya harus diambil paksa dan ini bukan darinya”.

Dijawab dengan menyatakan bahwa itu benar namun tidak bersifat mutlak. Karena ada kaidah-kaidah lainnya yang mengatur dasar ini, seperti kaidah yang menyatakan wajibnya menghilangkan kemudharatan. Juga kaidah wajibnya mendahulukan kemaslahatan umum daripada kemaslahatan pribadi. Sebagaimana juga keridhaan itu tidak dianggap pada sebagian keadaan yang bertentangan dengan maslahat umum. Dengan demikian pembatasan harga (*price fixing*) tidak menyelisihi surat an-Nisa ayat ke-29.

Dengan ini jelaslah bahwa *price fixing* tidak menyelisihi al-Qur'an dan hadits yang disampaikan oleh para Ulama yang berpendapat itu terlarang. Apalagi jika ditambah adanya kemaslahatan yang menuntut adanya *tas'ir* (*price fixing*). Dengan demikian ada kompromi yang jelas antara yang melarang dan membolehkan. Karena *price fixing* dilarang dan tidak boleh dilakukan, apabila berisi kezhaliman dan tidak dibutuhkan masyarakat. Apabila ada kemaslahatan dan untuk menghilangkan kemudharatan dari masyarakat umum maka diperbolehkan bagi pemerintah atau pihak otoritas untuk melakukannya, bahkan bisa wajib apabila itu satu-satunya jalan mendapatkan kemaslahatan umum.

Inilah yang di rajihkan Imam ibnul Qayyim setelah beliau menyampaikan dalil dan pendapat para ulama dalam kitab beliau at-Thuruq al-Hukmiyah Fi as-Siyaasah asy-Syar'iyah. Beliau berkata, Adapun *price fixing*, ada yang haram dan ada yang adil dan boleh. Apabila mengandung kezhaliman pada manusia dan pemaksaan mereka tanpa alasan hak untuk jual beli dengan harga yang tidak diinginkan mereka atau melarang mereka sesuatu yang Allah halalkan maka itu haram hukumnya. Apabila mengandung keadilan antara manusia, seperti memaksa mereka melaksanakan kewajiban berupa bisnis dengan harga umum dan mencegah mereka dari yang diharamkan berupa mengambil tambahan lebih dari kompensasi umum, maka ini boleh bahkan wajib hukumnya.

Demikianlah hukum asal *price fixing* ada yang haram dan ada yang halal. Pemerintah diperbolehkan melakukan ini secara adil dalam keadaan berikut :

- a. Saat masyarakat umum sangat membutuhkan barang tertentu dan kondisi ini dimanfaatkan oleh para pedagang untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya dan menaikkan harga setinggi mungkin.
- b. Ada *ihtikar* (penimbunan) secara haram oleh produsen atau pedagang pada sebagian barang pokok yang sangat dibutuhkan. Mereka tidak mau menjualnya kecuali dengan harga selangit.
- c. Penjualan terbatas milik sekelompok orang saja, karena pemberian hak istimewa dalam perdagangan barang tersebut, seperti PLN, yang diberi hak istimewa mengelola listrik, PERTAMINA yang diberi hak istimewa mengelola jual beli minyak dll.
- d. Krisis ekonomi yang parah yang menyebabkan harga-harga barang kebutuhan asasi.
- e. Sebagian barang kebutuhan asasi yang diberikan subsidi oleh negara atau pemberian keringanan bebas pajak bea dan cukai dengan tujuan untuk meringankan beban kelompok fakir miskin.
- f. Adanya kesepakatan para pedagang untuk menahan turunnya harga dengan tidak benar dan kesepakatan konsumen untuk merugikan sebagian produk dagang.

Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah menyatakan, “Sesungguhnya *waliyul amr* (pemerintah/pihak otoritas) apabila memaksa para pengusaha *inemstri* (ahli *ash-shina'dt*) untuk memenuhi kebutuhan manusia (rakyat) berupa hasil produksi mereka seperti alat pertanian, alat jahit dan alat bangunan, maka pihak otoritas harus menentukan gaji umum/harga umum, sehingga tidak memberikan

kesempatan pengguna (konsumen) mengurangi biaya produksi dan tidak memberikan kesempatan kepada pihak pabrik dari tuntutan lebih banyak dari hal itu, dimana is harus menjadi pembuatnya. Ini termasuk *tas'ir* yang wajib. Demikian juga apabila manusia membutuhkan orang yang membuatkan (memproduksi). untuk mereka alat-alat jihad berupa senjata, jembatan untuk perang dan selainnya, maka di berikan upah umumnya pekerja. Tidak memberikan kesempatan para konsumen untuk menzalimi mereka dan para pekerja dari tuntutan melebihi hak mereka dengan sebab kebutuhan orang atas mereka. Ini termasuk *tas-ir* dalam pekerjaan.

Beliau juga menyatakan, "*al-Muhtakir* (penimbun barang) yang menjadi sandaran dalam penjualan kebutuhan orang banyak berupa bahan makanan, lalu menimbun barang tersebut dan ingin menaikkan harga atas mereka. Para penimbun barang ini menzalimi para pembeli (konsumen). Oleh karena itu pihak otoritas memaksa mereka untuk menjual yang dimilikinya dengan harga umum ketika orang banyak sangat mendesak kebutuhannya terhadap barang tersebut.

Lebih lanjut Syaikhul Islam menyatakan, "Lebih-lebih lagi bila orang-orang berkomitmen tidak menjual bahan makanan atau selainnya kecuali kepada individu tertentu saja, tidak menjual barang kecuali kepada mereka saja, kemudian mereka ini menjualnya secara monopoli, sehingga bila ada selain mereka menjualnya maka dilarang, secara zhalim karena kedudukan yang diambil dari penjual atau lainnya. Maka disini diwajibkan *tas-ir* (*price fixing*) pada mereka. Dimana mereka tidak boleh menjualnya kecuali dengan harga umum yang ditentukan dan tidaklah membeli harta manusia kecuali dengan harga umum. Hal

ini wajib tanpa ada kebimbangan sama sekali pada para ulama apabila orang lain dilarang menjual jenis tersebut atau membelinya. Seandainya dibolehkan mereka menjual .sesuka hati mereka maka itu adalah kezhaliman dari dua sisi :

- a. Kezhaliman kepada para penjual yang mereka inginkan menjual barangnya.
- b. Kezhaliman terhadap pembeli dari mereka.

Dengan demikian jelaslah bahwa pembatasan harga (*price fixing*) kembali kepada kebijakan pemerintah untuk mewujudkan keadilan yang merata diantara rakyatnya.

Semoga Allah menganugerahkan kita para pemimpin yang adil yang senantiasa berbuat adil dan menciptakan keadilan yang merata pada masyarakat dan negara ini.

Menurut pendapat saya berdasarkan apa yang sudah di uraikan di atas bahwa, tidak ada batasan maksimal keuntungan yang boleh diambil oleh seorang pedagang.

Namun, jika seorang pedagang itu adalah satu-satunya pemasok suatu produk dan satu-satunya yang memasarkan produk tersebut di dalam negeri lalu dia mengambil keuntungan yang terlalu besar, maka tindakan yang dia lakukan ini terlarang. Alasannya, karena jual beli yang terjadi serupa dengan jual beli dengan orang yang terpaksa, mau tidak mau harus membeli barang tersebut. Jika masyarakat membutuhkan suatu produk namun produk tersebut hanya ada pada person tertentu padahal mereka sangat membutuhkannya. Tentu saja masyarakat mau dan rela membeli produk tersebut meski harga sangat-sangat tidak wajar.

Dalam kondisi semisal ini pemerintah boleh campur tangan dengan menetapkan harga eceran tertinggi dan menetapkan keuntungan yang layak bagi si pedagang. Berkurangnya keuntungan tidaklah merugikan si pedagang dan pedagang dilarang untuk mengambil keuntungan lebih dari itu, karena hal itu menyebabkan masyarakat dirugikan.

Bisa disimpulkan bahwa penetapan batas maksimal harga atau keuntungan para pedagang yang ditetapkan oleh pemerintah itu ada dua macam.

Pertama, pemerintah terpaksa melakukannya karena adanya pihak-pihak yang menzalimi masyarakat dengan melakukan penimbunan. Penetapan harga dalam kondisi semacam ini hukumnya adalah tidak mengapa dan ini adalah contoh kebijakan pemerintah yang benar-benar bijak.

Terdapat hadis yang shahih dari Nabi *shalallahu 'alaihi wa sallam*, beliau bersabda, “Tidaklah melakukan penimbunan kecuali pendosa.” Pendosa adalah orang yang melakukan kesalahan dengan sengaja. Jika dia pendosa maka dia perlu diluruskan, dalam hal ini dilakukan oleh pemerintah dengan menetapkan harga jual maksimal ke masyarakat.

Jika ada pihak yang melakukan penimbunan barang tertentu dan tidak ada yang menjual barang tersebut kecuali dirinya padahal masyarakat sangat membutuhkan barang tersebut maka pemerintah berkewajiban untuk turun tangan dengan menetapkan batasan keuntungan bagi si pedagang. Si pedagang tidak dirugikan dengan kebijakan tersebut dan masyarakat diuntungkan karenanya.

Kedua, jika kenaikan harga barang itu tidak disebabkan kezaliman yang dilakukan oleh sebagian pelaku pasar namun dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala*

dalam bentuk berkurangnya jumlah barang yang beredar di pasaran atau sebab selainnya yang mempengaruhi perekonomian secara umum maka pematokan harga oleh pemerintah tidaklah boleh dilakukan, karena pematokan harga dalam hal ini bukanlah tindakan menghilangkan kezaliman yang dilakukan oleh sebagian pelaku pasar yang secara sepihak menaikkan harga. Naik dan turunnya harga itu ada di tangan Allah *Subhanahu wa Ta'ala*.

Dalam hadits lain diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah SAW Ia lalu berkata, “***Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.***” Rasulullah saw menjawab, “***Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.***” Lalu datang orang lain dan berkata, “***Ya Rasulullah, tetapkanlah harga***” Beliau menjawab:

بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

“***Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga***”. (HR Ahmad dan ad-Darimi).

Dalam hadist di atas jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan (*zulm/injustice*) yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah (*jihad fii sabilillah*),

sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah.

Salah satu hadits Nabi tentang keuntungan dalam jual beli sebagaimana yang diriwayatkan oleh Imām Bukhāri, sebagai berikut:

عن عروة البارقي أن النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَه بِه شَاةٌ

فَاشْتَرَى لَه بِه شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٌ فَدَعَا لَهُ بِالْبِرْكَةِ فِي

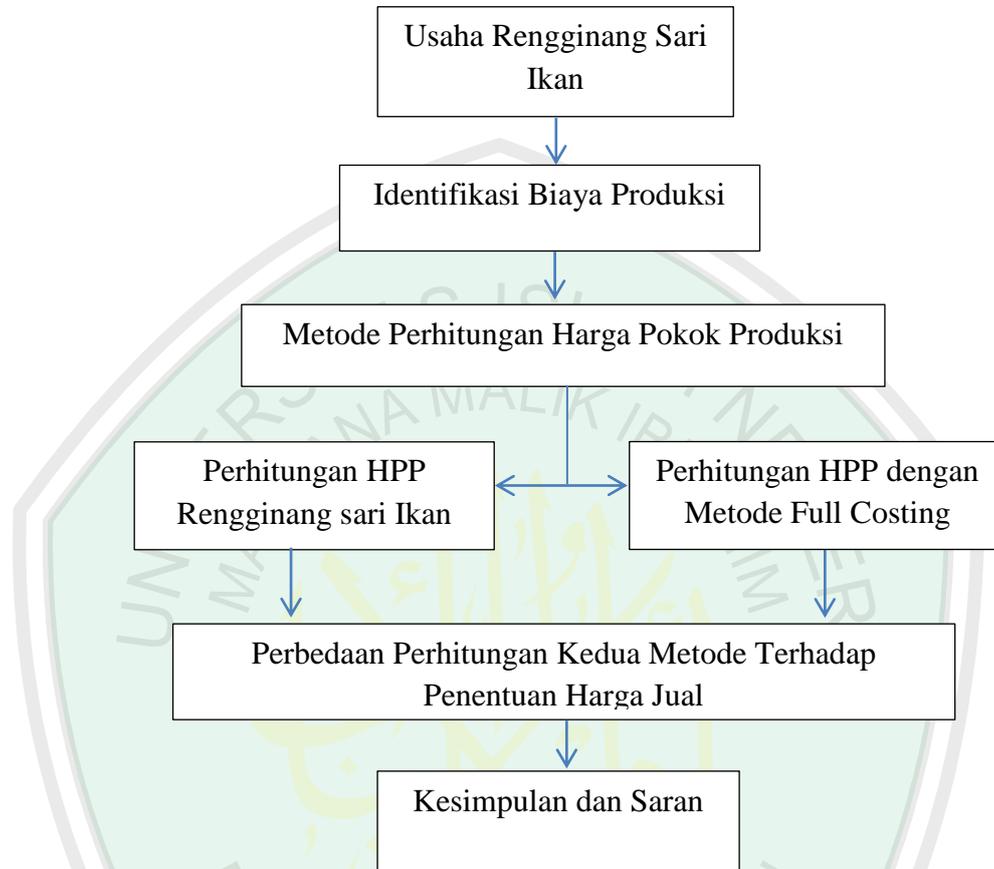
بَيْعِهِ وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ

Dari 'Urwah al-Bāriqi . "Bahwasannya Nabi saw. memberinya uang satu dinar untuk dibelikan kambing. Maka dibelikannya dua ekor kambing dengan uang satu dinar tersebut, kemudian dijualnya yang seekor dengan harga satu dinar. Setelah itu ia datang kepada Nabi saw. dengan membawa satu dinar dan seekor kambing. Kemudian beliau mendo'akan semoga jual belinya mendapat berkah. Dan seandainya uang itu dibelikan tanah, niscaya mendapat keuntungan pula"

2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan pembahasan di atas untuk lebih jelasnya akan dikemukakan kerangka berfikir yang digambarkan pada skema berikut ini :

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berfikir



Penjelasan :

1. Peneliti melakukan observasi langsung ke UKM Rengginang Sari Ikan
2. Mengidentifikasi biaya produksi.
3. Menghitung harga pokok produksi berdasarkan tata cara yang dilakukan oleh UKM Rengginang Sari Ikan.
4. Menghitung harga pokok produk berdasarkan metode *full costing*.

Unsur biaya produksi menurut metode *full costing* :

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja langsung

- 3) Biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel.

Penghitungan harga pokok produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead tetap	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx +
Biaya pokok produksi	xxx

5. Menganalisis perbedaan perhitungan kedua metode terhadap penentuan harga jual.
6. Memberikan kesimpulan dan saran atas hasil analisis harga pokok produksi.