

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Biaya produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Biaya pembuatan adalah biaya yang keluar untuk menangani komponen yang tidak dimurnikan menjadi barang jadi yang layak untuk dijual. Contoh pengeluaran yang saling berhubungan, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan siklus penciptaan meliputi biaya penyusutan mesin, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya gaji perwakilan yang bekerja di subassemblies.

Biaya produksi (*production cost*) ialah pengeluaran yang terjadi selama proses produksi. Beban yang dibebankan ke persediaan barang dalam proses pada akhir periode termasuk dalam biaya produksi.¹ Biaya produksi, yang mungkin terkait dengan produk dan termasuk dalam persediaan, juga dikenal sebagai biaya produk.² Jadi Harga pokok produksi, guna memperkirakan barang jadi dan barang yang masih dalam proses produksi, dibentuk oleh biaya produksi. Ini berfungsi sebagai alat untuk pelaporan eksternal serta untuk penetapan harga dan pilihan manajemen lainnya.³ Jadi sangat mungkin beralasan bahwa Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama proses pembuatan untuk buat sumber daya mentah jadi produk yang layak untuk dijual.

Proses adalah cara atau strategi dan metode bagaimana aset asli (pekerjaan, perangkat keras, bahan dan aset) diubah untuk mendapatkan hasil. Produksi adalah gerakan yang diselesaikan untuk mengatasi masalah manusia dengan memberikan produk atau memperluas nilai pemanfaatan tenaga kerja dan produk. Arti dari produksi adalah transformasi bahan dari sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh pembeli. Hasil dapat berupa tenaga kerja dan produk. Maka dari

¹Soemarso S. R., *AKUNTANSI SUATU PENGANTAR*, 5th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2002),h.271.

²Alistraja Dison Silalahi and others, *AKUNTANSI MANAJEMEN*, ed. by Hendra Harmain (Medan: Madenatera, 2019),h.21.

³Muammar Khaddafi and others, *AKUNTANSI BIAYA*, ed. by Arfan Ikhsan, 2nd edn (Medan: Madenatera, 2018),h.21.

pengertian di atas dapat dinalar dengan baik bahwa yang dimaksud dengan siklus produksi adalah strategi dan tata cara bagaimana aset (pekerjaan, aparatus, material dan aset) dimungkinkan untuk membuat atau menambah pemanfaatan sumber daya. sebuah artikel sehingga dapat mengatasi masalah manusia.

Full costing merupakan teknik untuk menghitung biaya produksi yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik variabel dan tetap. Pendekatan penetapan biaya lengkap, yang menggabungkan biaya overhead pabrik tetap dan variabel yang dibayarkan ke barang-barang yang diproduksi menggunakan tingkat biaya overhead riil yang telah ditentukan sebelumnya, dapat didefinisikan sebagai cara menghitung harga pokok barang.

Maka harga pokok produksi menurut metode *full costing* ditentukan dengan cara:⁴

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

2. Penggolongan Biaya

Biaya diklasifikasikan dengan berbagai macam cara. Ada beberapa jenis penggolongan seperti berikut ini .⁵

a. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok

- 1) Biaya produksi (*cost product*) merupakan biaya yang dikeluarkan selama transformasi sumber daya mentah menjadi barang jadi. Harga pokok produksi, guna memperkirakan barang jadi dan barang yang masih dalam proses produksi, dibentuk oleh biaya produksi. Ini

⁴Amelia A.A Lambajang, 'Analisis Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Variabel Costing PT. Tropica Cocoprime', *Jurnal EMBA*, 1 (2013), hal. 673–683.

⁵Muammar Khaddafi and others, *AKUNTANSI BIAYA*, ed. by Arfan Ikhsan, 2nd edn (Medan: Madenatera,2018),.h.28.

digunakan untuk pelaporan eksternal dan untuk penetapan harga dan pilihan manajemen lainnya.

- b. Biaya pemasaran merupakan biaya melakukan inisiatif pemasaran produk. Biaya seperti iklan, membayar tenaga penjualan, pengiriman dari gudang perusahaan ke gudang milik pembeli, dan gaji karyawan.
- c. Biaya administrasi dan umum ialah pengeluaran yang berkaitan dengan pengelolaan, pengendalian, dan menjalankan bisnis atau koordinasi produksi dengan pemasaran produk. Contohnya termasuk biaya fotokopi, gaji untuk departemen akuntansi, sumber daya manusia, dan hubungan masyarakat, dan biaya lainnya.

Penggolongan biaya berdasarkan fungsi produksi

- 1) Biaya bahan baku langsung merupakan biaya dalam bentuk wujud produk. Misalnya, untuk menentukan bahan langsung dari produksi pakaian jadi adalah kain, maka biaya yang dikorbankan untuk memperoleh bahan kain digolongkan sebagai biaya bahan langsung. Contoh lain adalah produk mobil, bahan langsung yang dapat ditelusuri pada produk adalah baja.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang terkait dengan penciptaan atau penciptaan produk, pekerjaan yang dilakukan akan berhubungan langsung dengan penciptaan produk. Misalnya, membuat pola, memotong kain, dan menjahit garmen merupakan langkah-langkah yang diperlukan dalam produksi pakaian jadi, maka setiap pengeluaran yang dibayarkan untuk menutupi upah untuk tugas-tugas ini dikategorikan sebagai biaya tenaga kerja langsung.
- 3) Biaya *overhead* pabrik merupakan Biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai semua biaya pendukung yang dikeluarkan selama produksi barang yang tidak dapat dipecah menjadi biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Misalnya, biaya penyusutan dan pemeliharaan mesin, bahan pembantu, gaji tidak langsung, dan biaya lainnya.

Tersiri dari:⁶

- a) Biaya bahan penolong (bahan tidak langsung), yaitu lebih banyak persediaan guna membuat produk tertentu. Misalnya, bahan seperti kain dan kancing diperlukan untuk membuat pakaian, sedangkan paku dan cat diperlukan untuk membuat meja tulis, dll. Komponen bahan baku yang dikenal sebagai bahan penolong masih dibutuhkan oleh produk akhir tetapi bukan komponen utamanya. Produk nggak akan siap untuk digunakan dan siap dijual tanpa persediaan tambahan.
- b) Biaya tenaga kerja penolong (tenaga kerja tidak langsung), yaitu karyawan yang diperlukan selama pembuatan item tetapi tidak terlibat langsung. Misalnya, satpam industri, mandor penjahit dan tukang kayu, dll. Pegawai pembantu adalah mereka yang masih dibutuhkan tetapi tidak menyediakan sebagian besar tenaga kerja produk. Namun, proses produksi mungkin terhambat karena tidak adanya personel tambahan.
- c) Biaya pabrikasi lain, yaitu Selain harga bahan pembantu dan tenaga kerja pembantu, mungkin ada biaya tambahan yang terlibat dalam memproduksi suatu produk. Biaya menjalankan pabrik mencakup hal-hal seperti tagihan listrik dan air, tagihan telepon, penyusutan gedung dan peralatan, dan sebagainya.

d. Biaya menurut aspek utama dalam produksi

- 1) Biaya utama (*prime cost*) terdiri dari biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Karena kedua komponen biaya ini membentuk dasar

⁶Hendra Hermain, Nurlaila, Nurwani and others, *Pengantar Akuntansi 1*, (Medan: Madenatera, 2019)., h.210.

dari produk akhir, mereka disebut sebagai biaya utama.

- e. Biaya konversi (*conversion cost*) terdiri dari dua biaya terpisah: satu untuk overhead pabrik (tenaga kerja langsung), yang lain untuk mengubah bahan mentah (bahan mentah) menjadi barang jadi (selesai).

Biaya menurut hubungannya dengan objek yang dibiayai

- 1) Biaya langsung (*direct cost*) Pengeluaran langsung akan mudah dikaitkan dengan sesuatu yang didanai. Misalnya, biaya departemen langsung, seperti biaya penyusutan untuk peralatan yang digunakan di departemen pemeliharaan, akan menjadi biaya departemen langsung, seperti halnya biaya produksi langsung, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah Biaya yang dikeluarkan bukan semata-mata akibat dari biaya pembiayaan. Misalnya, biaya overhead pabrik untuk memproduksi barang.
- f. Biaya menurut perilaku biaya yang berhubungan dengan volume kegiatan yang berubah.
- 1) Biaya variabel merupakan biaya yang berfluktuasi dalam proporsi langsung dengan variasi volume produksi. Pertimbangkan harga bahan baku dan tenaga kerja langsung.
 - 2) Biaya tetap merupakan pengeluaran yang, sampai batas tertentu, tetap sama secara keseluruhan. Misalnya, biaya penyusutan, biaya pemasaran, biaya pemeliharaan peralatan, dan lain-lain.
 - 3) Biaya semivariabel merupakan Biaya yang berfluktuasi dalam jumlah yang tidak berkorelasi langsung dengan variasi jumlah aktivitas manufaktur atau volume penjualan. Misalnya, biaya penggunaan tenaga untuk penggerak motor dan lampu.
- g. Biaya berdasarkan periode waktu dan manfaatnya
- 1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*) merupakan manfaat biaya tersebar di banyak periode akuntansi. Misalnya, biaya perolehan aset tetap dibebankan dengan persentase biaya penyusutan atau amortisasi selama periode akuntansi yang memperoleh manfaat dari belanja

modal.

- 2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) merupakan Biaya yang biasanya diterapkan pada laporan laba rugi dan hanya menguntungkan periode terjadinya, seperti biaya iklan, tenaga kerja, dan biaya lainnya.

h. Penggolongan biaya menurut kebijakan manajemen

Kaitan dengan perencanaan:

- 1) Biaya standart, merupakan biaya yang telah ditetapkan dan mewakili jumlah yang harus dibayar untuk membuat satu unit produk.
- 2) Perkiraan total pada tingkat produksi yang diantisipasi adalah biaya yang dianggarkan.

Kaitan terhadap pengendalian

- 1) Biaya terkendali (*controllable cost*), biaya yang dipengaruhi secara signifikan oleh suatu manajemen yang ditentukan. Contohnya biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*), merupakan biaya yang tidak berada di bawah kendali langsung otoritas administratif tertentu.

Kaitan terhadap pengambilan keputusan

a. Berdasarkan komitmen dan kebijakan:

- 1) Biaya tetap komitmen (*committed fixed cost*), merupakan biaya tetap yang terjadi, yang besarnya ditentukan oleh faktor luar, dan yang tidak dapat diatur oleh manajemen. Contohnya biaya pengangkutan yang menggunakan jasa perusahaan pengangkutan.
- 2) Biaya tetap kebijakan (*discretionary fixed cost*), merupakan biaya yang ditetapkan tetapi besarnya dipengaruhi oleh pilihan manajerial. Contohnya beban penyusutan mesin (penentuan masa manfaat akan memengaruhi besarnya nilai penyusutan)
- 3) Biaya variabel teknis (*engineered variabel cost*), adalah Kuantitas, jam kerja, dan tarif biaya variabel yang telah diprogram atau distandarisasi, seperti biaya bahan baku dan

tenaga kerja langsung.

- 4) Biaya variabel kebijakan (*discretionary variabel cost*), adalah biaya variabel, yang besarnya dipengaruhi oleh pilihan manajerial. Contohnya pada biaya *overhead* pabrik, penentuan jam mesin dan tarif dalam penyelesaian produk.

b. Berdasarkan relevansinya dengan pengambilan keputusan

- 1) Biaya relevan (*relevant cost*), biaya yang langsung diengaruhi oleh pilihan tindakan alternatif manajemen dalam pengambilan keputusan. Contohnya biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*), ialah pengeluaran, terutama untuk penilaian jangka pendek, yang tidak terpengaruh oleh pilihan opsi manajemen alternatif. Contohnya biaya *overhead* pabrik tetap, seperti penyusutan mesin (yang telah dibebankan seluruhnya pada produk tertentu)

c. Berdasarkan terjadinya atau tidaknya biaya karena pemilihan alternatif keputusan dan lain-lain:

- 1) Biaya terhindarkan (*avoidable cost*), adalah biaya yang dapat ditunda dengan menghadirkan pembetulan pengganti. Contohnya biaya *overhead* pabrik tetap, seperti penyusutan mesin (yang telah dibebankan seluruhnya pada produk tertentu)
- 2) Biaya tidak terhindarkan (*unavoidable cost*), adalah pengeluaran yang tak terhindarkan. Contohnya biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.
- 3) Biaya kesempatan (*opportunity cost*), adalah mengorbankan pendapatan akibat dari memilih opsi tertentu.
- 4) Biaya differensial (*differential cost*), adalah lebih banyak penjualan unit menghasilkan peningkatan biaya keseluruhan.
- 5) Biaya marginal (*marginal cost*), adalah Jika biaya produksi

harus sesuai dengan pendapatan marjinal, laba harus dimaksimalkan.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Produksi

Faktor-faktor yang memepngaruhi biaya produksi meliputi :

a. Harga Barang

Jumlah barang yang ingin dijual oleh produsen harus diketahui (kuantitas yang ditawarkan). Penetapan harga barang adalah elemen yang mempengaruhi jumlah output yang ditawarkan, selama kita mengingat prinsip-prinsip teori penawaran. Biaya barang merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi pasokan.

Berdasarkan pada hukum penawaran bahwa Kenaikan harga meningkatkan jumlah komoditi yang ditawarkan (output). Di sini, jelas bahwa biaya produk yang tinggi akan memotivasi bisnis untuk meningkatkan produksi. Peningkatan biaya diperlukan untuk menghasilkan lebih banyak komoditas.

Mencari keuntungan adalah kekuatan pendorong utama seorang wirausahawan. Keuntungan tertinggi bahkan merupakan keuntungan yang diharapkan. Laba atau profit itu sendiri adalah hasil pengurangan seluruh biaya dari total pendapatan. Keuntungan yang diperoleh meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan secara keseluruhan.

b. Teknologi produksi

Keputusan selanjutnya yang harus diambil produsen setelah memutuskan untuk memproduksi barang adalah metode manufaktur yang akan diadopsi. Produsen perlu memahami cara membuat produk. Kami membahas metode yang digunakan untuk membuat item dalam pelajaran tentang teknologi produksi dan fungsi produksi. Input dan ouput saling berhubungan dijelaskan oleh teknologi produksi dan fungsi produksi. Besarnya output yang dihasilkan tergantung dari input yang digunakan. Campuran tenaga kerja dan modal sebagai input juga akan menghasilkan keluaran tertentu. Kami menyarankan bahwa penggunaan input dapat menjadi padat karya dan padat modal dalam studi teknologi produksi.

Jika sebuah perusahaan ingin mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja di

manufaktur mereka, mereka mungkin menggunakan prosedur produksi padat karya. Ketika lebih banyak tenaga kerja dapat digunakan dengan biaya lebih rendah, metode padat karya biasanya lebih disukai. Biaya tenaga kerja yang rendah dapat mempengaruhi keputusan produsen untuk menggunakan metode manufaktur padat karya. Pilihan lain untuk metode produksi yang digunakan oleh organisasi membutuhkan banyak uang. Korporasi memutuskan untuk menggunakan input tambahan, seperti mesin, dalam produksinya dengan memilih strategi padat modal. Lebih sedikit tenaga kerja yang dibutuhkan karena mesin lebih sering digunakan dalam manufaktur. Ketika alternatif produksi menawarkan hasil produksi yang efektif, itu akan sering dipilih.

c. Harga Input

Produsen juga harus memutuskan berapa banyak input yang akan digunakan, antara lain. Ketika tenaga kerja dan modal dibutuhkan untuk membuat sesuatu, produsen harus memilih berapa banyak dari masing-masing untuk digunakan. Biaya input berdampak pada berapa banyak tenaga kerja dan modal yang dipilih juga.

Di sini, istilah "harga input" mengacu pada biaya atau harga yang terkait dengan penggunaan input dalam produksi. Kami hanya menyebutkan input dalam bentuk tenaga kerja dan modal sampai saat ini. Membaca kembali definisi input (faktor produksi) mengungkapkan betapa luasnya modal dalam hal ekonomi. Di sini, modal mengacu pada mesin, tanah/bangunan, dan peralatan tambahan.

4. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Terdiri atas :

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Pengeluaran semua bahan baku yang digunakan untuk membuat produk atau menyediakan layanan secara teoritis harus dimasukkan dalam biaya bahan langsung.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Upah dan gaji yang diberikan kepada karyawan tenaga kerja langsung merupakan biaya tenaga kerja langsung. Bagian dai pajak sosial dan BPJS untuk

pemberi kerja, serta bonus untuk efisiensi produksi, harus dimasukkan dalam biaya tenaga kerja langsung.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Overhead merupakan biaya tidak langsung yang terkait dengan memproduksi barang atau menawarkan layanan. Akibatnya, bahan langsung dan tenaga kerja langsung tidak termasuk dalam biaya overhead.

d. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya total yang meningkat sebagai respons terhadap tingkat aktivitas dan turun sebanding dengan tingkat aktivitas.

5. Biaya Produksi Dalam Pandangan Islam

Nabi SAW. juga memerintahkan memberikan upah sebelum keringat si pekerja kering. Dari ‘Abdullah bin ‘Umar, Nabi SAW. bersabda,

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجْفَرَ قُتُّهُ

“Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.” (HR. Ibnu Majah, shahih).

Maksud hadits ini adalah jika ada kontrak untuk membayar upah setiap bulan, itu harus dipenuhi sesegera mungkin, serta hak-hak pekerja setelah akhir tugas. Al Munawiberkata, “Diharamkan menunda pemberian gaji padahal mampu menunaikannya tepat waktu”. Memberi upah sebelum keringat seorang pekerja mengering adalah cara untuk mengatakan bahwa bahkan ketika pekerja meminta pembayaran sebelum atau setelah keringatnya mengering, ia tetap harus memberikannya kepadanya setelah pekerjaannya selesai.

Guna taraf hidup dapat dicapai lebih tinggi dan wajar, segala keterampilan fisik dan non fisik (gagasan atau pikiran) harus diarahkan dan dipersembahkan sebagai tenaga kerja sebagai sumber produksi dalam segala aspek kehidupan manusia. Dengan kata lain, menurut keyakinan Islam, manusia adalah pusat dari semua usaha, termasuk bisnis.

Sistem ketenagakerjaan Islami, sebagaimana diketahui, berasal dari Aqidah Islam, yang penerapan praktisnya dilakukan sesuai dengan petunjuk

syariat Islam. Dengan demikian, sistem ketenagakerjaan juga harus diturunkan dari sistem tersebut dengan terlebih dahulu disusun dalam bentuk syariat Islam. Ini tidak berarti bahwa setiap Muslim sepenuhnya taat dan tidak berusaha untuk memahami sistem. Melainkan berarti bahwa setiap Muslim, serta organisasi Muslim tertentu, dapat menciptakan ide-ide yang dapat diterapkan pada bidang usahanya dengan tetap berpegang pada Aqidah Tauhid.

Hadist Ekonomi Tentang Produksi

عَنِ الْمُقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ، خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ، كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ» (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)

Artinya: "Dari Miqdam RA dari Rasul SAW ia bersabda: tidaklah seseorang mengkonsumsi makanan hasil kerja (produksi)nya sendiri dan sesungguhnya Nabi Dawud AS mengkonsumsi dari hasil kerjanya sendiri" (HR: al-Bukhari).

Hadist diatas menjelaskan bahwasannya, Lebih baik mengkonsumsi makanan yang merupakan hasil jerih payah sendiri daripada makanan yang tidak diperoleh dengan jerih payah sendiri atau dengan tangan sendiri. Ya, ini karena kami tidak akan dapat mengatakan dari mana temuan itu berasal dan karena mereka tidak jelas apakah itu halal atau haram. Sebaliknya, jika kita mengkonsumsi makanan yang dibuat dari produksi kita sendiri, kita akan dapat dengan jelas mengidentifikasi sumbernya dan menentukan apakah itu halal atau haram. Dari hadis diatas Telah diajarkan bahwa untuk menuai manfaat dari kerja kita berupa makanan halal, kita harus makan hanya makanan yang telah diproduksi sebagai hasil dari keringat dan kerja kita. imbalan (masalah) dari hasil kerja kita sendiri. Bahkan jika kita bekerja siang dan malam, jika hasil kerja kita digunakan untuk mengkonsumsi makanan terlarang, kita tidak akan menerima imbalannya.

B. LABA

1. Pengertian Laba

Laba adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya terkait bisnis yang dibayarkan untuk mencapai pendapatan selama periode waktu tertentu.

Pendapatan (pendapatan) dikurangi pengeluaran sama dengan keuntungan (biaya).

Istilah "perkiraan keuntungan yang diinginkan" mengacu pada perkiraan keuntungan yang akan dihasilkan dari penjualan barang-barang manufaktur setelah dikurangi biaya produksi.⁷Laba adalah jumlah total penjualan suatu barang dan seluruh biaya produksinya.⁸

Laba adalah setelah mengurangi pengeluaran yang terkait dengan investasi tersebut, peningkatan kekayaan investor sebagai konsekuensi dari investasi tersebut. Namun, jika dilihat dari perspektif akuntansi, laba adalah jumlah dari harga jual dan biaya produksi. Laba pada umumnya sering digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan keberhasilan pengelolaan suatu perusahaan atau badan komersial lainnya, khususnya dengan melihat laba yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Laba adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya yang terkait dengan aktivitas perusahaan selama periode waktu tertentu. Dibutuhkan perencanaan yang matang untuk berhasil membuat keuntungan. Peramalan penjualan, peramalan harga, dan kategorisasi semi-biaya diselesaikan sebelum perencanaan laba.

Laba adalah setelah mengurangi pengeluaran yang terkait dengan investasi tersebut, peningkatan kekayaan investor sebagai konsekuensi dari investasi tersebut. Namun, jika dilihat dari perspektif akuntansi, laba adalah jumlah dari harga jual dan biaya produksi. Laba pada umumnya sering digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan berhasil atau tidaknya pengelolaan suatu perusahaan atau badan komersial lainnya, khususnya dengan melihat laba yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa laba adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya yang terkait dengan aktivitas perusahaan selama periode waktu tertentu. Dibutuhkan perencanaan yang matang untuk berhasil membuat keuntungan. Prakiraan penjualan dan harga dibuat pada awalnya, diikuti dengan kategorisasi biaya semi-variabel untuk mengidentifikasi perilaku biaya menjadi

⁷Achmad Slamet and Sumarli, Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.11.2 (2002).hal.51.

⁸Ibid., hal.50.

biaya tetap dan biaya variabel, yang kemudian dilakukan untuk memudahkan perencanaan laba.⁹

Laba sering menjadi dasar untuk prinsip-prinsip investasi, kebijakan dividen, dan pengambilan keputusan. Laba akuntansi digunakan untuk memeriksa perubahan modal jangka pendek dan terkait dengan pengukuran modal. Untuk menilai nilai ekonomi perusahaan, informasi yang diperlukan untuk menghitung laba ekonomi harus diberikan dalam laba akuntansi.

Guna informasi pada suatu laporan keuangan, yaitu :¹⁰

- 1) Menghitung Pajak
- 2) Untuk menentukan jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham untuk disimpan dalam bisnis.
- 3) Sebagai pedoman untuk merumuskan keputusan dan kebijakan investasi.
- 4) Sebagai panduan untuk memprediksi pendapatan dan perkembangan ekonomi yang akan datang.

2. Jenis-Jenis Laba

Laba terdiri atas, yaitu:

- a. Selisih positif antara penjualan dikurangi retur penjualan dan tunjangan dikenal sebagai laba kotor.
- b. Laba operasi (operating) adalah laba kotor dikurangi biaya operasi dan harga pokok penjualan.
- c. Laba bersih sebelum pajak adalah laba yang diperoleh setelah dikurangi laba operasional dan pengeluaran bunga.
- d. Jumlah laba yang tersisa setelah pemotongan pajak dikenal sebagai laba bersih.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Laba

Besar kecilnya laba dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Biaya harus dipahami dari awal hingga akhir perhitungan dalam

⁹Darsono Prawironegoro, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Diadit Media, 2005), h.50.

¹⁰Ibid., hal.146.

periode waktu tertentu sebelum keuntungan dapat diperoleh. Biaya dapat dinyatakan dalam bentuk uang yang digunakan untuk membuat atau membeli produk yang ditawarkan. Sekalipun kita menawarkan barang dalam bentuk jasa, kita tetap perlu membeli persediaan terlebih dahulu untuk menjalankan perusahaan. Untuk organisasi tertentu, persyaratan listrik dan harga internet juga dipertimbangkan. Biaya (*cost*) lebih tepat digunakan untuk sumber daya keuangan yang diserahkan untuk membayar aset. Sedangkan beban dari ekonomi yang diperlihatkan guna melihat pendapatan dalam satu periode untuk memperoleh pendapatan pada periode tertentu lazimnya menggunakan istilah beban (*expense*). Sehingga beban (*expense*) yaitu arti biaya guna memperoleh pendapatan pada periode tertentu. Biaya aset akan digunakan untuk mencatat pengorbanan guna memperoleh aset (harga pokok atau biaya aset). Untuk menghitung laba, pengorbanan sumber daya keuangan, seperti biaya, akan dibandingkan dengan pendapatan (*revenue*) pada saat biaya terjadi.¹¹

- b. Harga Jual. Berbagai faktor, termasuk modal, jumlah barang, dan biaya iklan, dapat mempengaruhi harga jual. Ketika suatu produk diminati oleh banyak konsumen, harga jual kadang-kadang bisa naik sebagai akibatnya. Namun untuk mendongkrak volume penjualan dapat dimulai dengan menurunkan harga.
- c. Volume Penjualan dan Produksi: Seiring pertumbuhan penjualan, volume produksi juga meningkat. Biaya produksi akan turun pada basis per unit karena volume produksi meningkat. Permintaan yang rendah dan pasokan yang tinggi akan menghasilkan harga komoditas yang sangat rendah. Keuntungan karena itu akan dianggap sangat minim atau mungkin tidak ada.

¹¹Alistraja Dison Silalahi and others, AKUNTANSI MANAJEMEN, ed. by Hendra Harmain, 1st edn (Medan: Madenatera, 2019),.h.20.

4. Unsur-Unsur Dalam Laba

Berikut adalah beberapa karakteristik laba yang harus dipahami untuk menunjukkan bahwa itu berbeda dari badan usaha tertentu:¹²

a. Pendapatan

Pendapatan adalah penambahan, pertumbuhan, atau penurunan aset perusahaan selama periode yang dihasilkan dari kegiatan operasional, contoh ini yaitu, penjualan produk (kredit), yang merupakan unit bisnis utama perusahaan.

b. Beban

Beban adalah Operasi operasional mencakup setiap pengeluaran, pemanfaatan aset, atau perubahan kewajiban dalam periode akuntansi tertentu.

c. Biaya

Biaya adalah jumlah uang (atau ekuivalennya) yang diberikan untuk ditukar dengan produk atau jasa dengan harap bermanfaat bagi organisasi untuk kedepannya. Biaya kadaluwarsa disebut sebagai beban, dan laba untuk setiap periode dihitung dengan mengurangi beban dari pendapatan dalam laporan laba rugi.

d. Untung-rugi

Keuntungan adalah transaksi yang berdampak pada perusahaan dalam periode tertentu, kecuali dihasilkan dari pendapatan investasi pemilik, akan meningkatkan ekuitas atau aset bersih perusahaan.

e. Penghasilan

Penghasilan ialah akhir dari hasil pengurangan kerugian dan biaya periode tersebut dari laba dan pendapatannya.

5. Laba Dalam Pandangan Islam

Islam memberikan petunjuk bagi manusia untuk mengikuti pengertian jual

¹²<https://kamus.tokopedia.com/a/akuntansi/>.

beli dan mengejar keuntungan. Rekomendasi ini memberi tahu orang-orang bagaimana bertindak sehingga semua keinginan mereka dapat dipenuhi dengan beberapa cara pemenuhan yang layak, halal, dan terbatas. Akuisisi. Empat prinsip pedoman perdagangan Islam—kesenangan, ta'wun, kenyamanan, dan transparansi—mencegah upaya penyalahgunaan kekayaan dan keuntungan dari penderitaan orang lain. Dalam Islam, gagasan tentang keuntungan tidak hanya didasarkan pada penalaran; itu juga didasarkan pada prinsip-prinsip moral dan etika dan masih dibatasi oleh petunjuk Allah.

Laba, sebagaimana dipahami secara bahasa atau sesuai dengan Al-Qur'an, As-Sunnah, dan pendapat para ulama fiqh, dapat dicirikan sebagai peningkatan modal perdagangan utama atau sebagai nilai berlebih yang diperoleh melalui barter atau perjalanan perdagangan. Menghasilkan uang adalah tujuan utama perdagangan, terus terang. Dalam ilmu ekonomi murni, diasumsikan bahwa proses produksi suatu industri menggunakan strategi dan sumber daya yang halal dalam upaya memaksimalkan keuntungan (profit/profit). Harga, tingkat gaji, modal, dan bahan baku semuanya akan berdampak pada faktor-faktor ini, dengan total permintaan input ini diubah oleh pendapatan yang diterima dari pembelian output. Dalam konteks ekonomi Islam, Q.S. Al-Hud ayat 85 membahas pengambilan keuntungan atau pendapatan di perusahaan perdagangan :

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya :“Dan Syu’aib berkata : Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka”

Laba operasional secara langsung dipengaruhi oleh harga. Selisih total pendapatan dan biaya adalah laba operasi. Jumlah harga per unit dan jumlah unit yang terjual sama dengan total pendapatan. Formulasi berikut berlaku untuk ini:

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

C. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah upaya untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan guna laba yang maksimal dari perolehan pendapatan yang maksimal dan pengurangan volume penjualan jika harga jual yang dibayarkan kepada pelanggan terlalu tinggi. Harga pada saat penjualan dikenal sebagai harga jual. Harga yang dicapai dengan menambahkan keseluruhan biaya produksi dan markup yang diterapkan untuk membayar biaya overhead pabrik perusahaan adalah harga jual. Nilai tukar yang diharapkan dari item tersebut, yang dihitung dengan uang, menentukan harga jual.¹³ Harga jual adalah total laba yang diinginkan, biaya penjualan, biaya administrasi, dan harga pokok penjualan.

Menurut teori ini, biaya produksi berdampak pada penentuan harga jual barang karena harga jual didasarkan pada nilai jual produk dan biaya dan harga jual berkorelasi langsung. Penentuan harga guna barang yang dijual adalah cara menarik minat konsumen dan membantu bisnis menghasilkan keuntungan yang dibutuhkan. Harga dapat ditetapkan dengan tepat jika harga yang ditetapkan yang sesuai dengan kualitas produk dan dapat pembeli puas.

Maka disimpulkan bahwa Jumlah harga produksi yang dibebankan atau dikeluarkan, biaya non-produksi, dan keuntungan yang dimaksud adalah harga jual.

Penetapan harga jual mempunyai beberapa tujuan, yaitu:¹⁴

a. Tujuan Berorientasi PadaLaba

Prinsip dasar teori ekonomi klasik adalah bahwa perusahaan akan selalu memilih harga yang akan menghasilkan keuntungan paling banyak. Tujuan ini disebut sebagai maksimalisasi keuntungan.

b. Tujuan Berorientasi PadaVolume

Selain tujuan berorientasi laba, harga volume ditetapkan perusahaan yang bertujuan pada orientasi volume tertentu. Harga dipilih untuk menghasilkan tingkat penjualan yang diinginkan (dalam ton, kg, unit, dan sebagainya).

¹³Achmad Slamet dan Sumarli, 'Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 11.2 (2002)., hal.51.

¹⁴Ibid., hal.48.

c. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Penetapan harga dapat mempengaruhi citra merek perusahaan. Perusahaan mungkin memakai biaya yang tinggi guna mempertahankan reputasi yang menonjol. Penetapan harga yang rendah, di sisi lain, dapat digunakan untuk menciptakan persepsi nilai yang salah, misalnya dengan memastikan bahwa harganya adalah yang terendah di wilayah tersebut. Pada intinya, harga tinggi atau harga murah berupaya meningkatkan opini konsumen terhadap rangkaian produk perusahaan yang lengkap.

d. Tujuan Stabilisasi Harga

Ketika sebuah bisnis mengumumkan harganya di pasar di mana pelanggan sangat sensitif terhadap harga yang diminta, orang yang membeli barang terus melakukannya. Dalam bisnis tertentu dengan produk yang sangat terspesialisasi, kriteria ini berfungsi sebagai tujuan utama untuk menjaga stabilitas harga (misalnya minyak bumi).

2. Jenis-Jenis Harga Jual

Jenis-jenis harga jual sebagai berikut:¹⁵

a. *Trial Pricing*

Trial pricing adalah Penetapan harga awal biasanya diberikan untuk menarik pelanggan potensial untuk mengeksplorasi barang dan jasa baru. Melalui penggunaan *trial pricing*, baik klien maupun pekerja lepas memiliki kesempatan untuk menentukan apakah layanan yang kami tawarkan sepadan dengan harga awal yang kami tetapkan dan apakah jumlah yang kami tetapkan wajar mengingat hasil yang dicapai.

b. *Image Pricing*

Harga disediakan sebagai ringkasan dari apa yang mungkin diantisipasi pelanggan. Misalnya, sebuah restoran mahal bisa menaikkan harga berkali-kali untuk menyampaikan gagasan bahwa itu "elit". Mirip dengan harga murah, yang

¹⁵<https://vriske.com/8-jenis-harga-jual-pricing-pada-produk/>

memberi konsumen perasaan bahwa mereka menghemat uang dan melakukan pembelian yang sukses. Membangun kesan barang yang dijual dibantu oleh harga citra.

c. Tier Pricing

biaya yang dibebankan kepada pelanggan setelah mereka membeli sejumlah produk tertentu. Dapatkan 6 barang, misalnya, dengan hanya membayar 4 barang saja.

d. Bundling Pricing

Jual banyak item sekaligus dalam satu bundel dan dengan satu harga.

e. Value-added Pricing

meningkatkan nilai produk tanpa mengubah harga jualnya. Beli pemanas air misalnya, dan dapatkan gratis pemasangan (pemasangan).

f. Captive Pricing

Untuk "mengunci" penjualan produk utama mereka, pedagang menawarkan barang tambahan berbiaya rendah. Misalnya, pisau cukur merek A adalah produk utama perusahaan, tetapi pisau cukur merek A ditawarkan dengan harga murah dan harus digunakan dengan pisau cukur merek A.

g. Pay-One-Price

Melihat pada biaya yang dibayar sekali guna menerima jumlah barang yang tidak terbatas. Membeli perangkat lunak yang dapat Anda gunakan selamanya dengan satu pembayaran, misalnya. Ilustrasi lainnya adalah theme park yang menawarkan tiket sekali pakai yang memungkinkan para tamu untuk bermain sepuasnya sepanjang hari.

h. Non-Negotiating Pricing

Non-Negotiating Pricing dengan contoh ini adalah supermarkets that advertise having the lowest costs and are prepared to make up the difference if customers discover lower pricing elsewhere.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Penguran input akan turun dari output yang dihasilkan, yang akan mengakibatkan turunnya harga jual produk. Ini akan terjadi jika penggunaan satu

jenis input diturunkan sementara penggunaan input lainnya dipertahankan.¹⁶ Menurut undang-undang tersebut, jelas bahwa kenaikan biaya produksi akan mengakibatkan kenaikan harga jual suatu produk.

Hukum *Target Costing* Hal ini menunjukkan bahwa harga jual suatu produk dipengaruhi oleh proyeksi pendapatan atau tujuan laba karena laba yang ditargetkan adalah harga jual dari pasardikurangi biaya produksi.¹⁷

Laba, beban produksi, dan pengaruh eksternal merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi harga jual. Sementara itu, harga jual secara umum harus ditentukan dengan memperhatikan unsur-unsur lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha.¹⁸

- b. Faktor Internal dalam perusahaan guna menetapkan harga jual yaitu:
 - 2) Tujuan pemasaran perusahaan merupakan penentu utama dalam menentukan harga jual. Tujuan ini dapat mencakup hal-hal seperti memaksimalkan keuntungan, menjaga Mengalahkan saingan, mempertahankan tanggung jawab sosial, mengembangkan posisi kepemimpinan yang kuat, memastikan umur panjang perusahaan hanyalah beberapa contoh.
 - 3) Harga hanyalah salah satu elemen dari bauran pemasaran, menurut pendekatan bauran pemasaran ketiga. Koordinasi harga dan dukungan timbal balik dengan komponen lain dari bauran pemasaran, seperti produk, distribusi, dan promosi, dengan demikian diperlukan.
 - 4) Biaya, Biaya merupakan faktor yang menetapkan harga terendah yang harus ditetapkan untuk mencegah kerugian bagi usaha. Akibatnya, setiap organisasi perlu memperhatikan baik biaya tetap dan variabel serta biaya tambahan.

¹⁶Nur Rianto and Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014)., h.168.

¹⁷Blocher, dkk, *Manajemen Biaya*, Diterjemahkan oleh Susty A Ambarriani, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)., h.21.

¹⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, (Yogyakarta: Andi, 2007)., h.154-159.

- 5) Organisasi dan manajemen harus mengidentifikasi individu setiap perusahaan harus mengumumkan harga barang. Setiap bisnis mengalami masalah dengan pengaturan ulang harga, sesuai prosedurnya masing-masing.

c. Elemen-elemen berikut diperhitungkan saat mengevaluasi harga jual untuk perusahaan:

- 2) Sifat pasar dan permintaan, Apakah pasar benar-benar kompetitif, terlibat dalam persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli, setiap perusahaan harus mengetahui karakteristik pasar dan persyaratan yang harus dipenuhi. Elastisitas permintaan adalah elemen lain yang sama pentingnya.
- 3) Persaingan, Rincian berikut diperlukan untuk memeriksa ciri-ciri oposisi yang mereka hadapi: ¹⁹
 - a) Jumlah pelaku usaha dalam industri,
 - b) Ukuran masing-masing peserta dalam industri,
 - c) Diferensiasi Produk,
 - d) Kemudahan Masuk ke Industri

Banyak variabel, baik disengaja maupun tidak disengaja, berdampak pada penetapan harga. Harga bahan baku, harga pokok produksi, harga pokok penjualan, dan unsur-unsur lain yang secara sengaja mendorong harga. Sedangkan unsur insidental meliputi harga barang yang sama atau sebanding yang ditawarkan oleh pesaing.²⁰

Harga ditetapkan karena adanya faktor, baik disengaja maupun tidak disengaja. Harga bahan mentah, biaya yang terkait dengan produksi dan penjualan barang, dan faktor lain yang secara sadar menaikkan harga. Sedangkan bagian tak terduga juga mencakup biaya produk yang sama atau serupa yang dijual oleh pesaing.

¹⁹Ibid., hal.156.

²⁰Yeni Siagan and Reni Hasibuan, 'Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk PROHAJJ Di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2.1 (2022), 275–286.

4. Metode Penetapan Harga Jual

Metode guna menetapkan harga jua, yaitu :

a. *Cost Plus Pricing Method*

Menghitung harga jual Price Plus Pricing adalah biaya yang menjadi dasar perhitungan, dan dapat dijelaskan dalam istilah teknik guna tahu cara hitung harga pokok produk. Cara mengetahui *Cost Plus Pricing*, dengan rumus : Harga Jual=Biaya Total+Margin

b. *Mark Up Pricing Method*

Mark Up Pricing dimanfaatkan secara luas oleh dealer. Mark Up yang diperlukan akan ditambahkan ke harga beli per unit oleh pedagang untuk sampai pada harga jual. Untuk setiap jenis objek, proporsi yang berbeda diberikan. Adapun dengan rumus : Harga Jual=Harga Beli+*Mark Up*

c. Penentuan Harga Oleh Perolehan

Penetapan harga perusahaan adalah yang pertama dari serangkaian harga yang akan ditetapkan oleh bisnis lain dari jaringan distribusi yang menggunakan strategi ini. Oleh karena itu, harga akhir suatu produk sangat dipengaruhi oleh harga produsen.

5. Harga Jual Dalam Pandangan Islam

Hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud dari Abu Hurairah bahwa seseorang berkata kepada Nabi SAW mengungkapkan bahwa Rasulullah tidak menentukan harga melainkan memberikannya ke pasar. Artinya : *“Sesungguhnya Allah lah yang menentukan pergerakan harga, yang melapangkannya, yang menyempitkannya, sedangkan aku berharap untuk menghadap kepada Allah dan tidak seorangpun yang menuntutku dengan satu kedzaliman, baik dalam urusan jiwa (darah) atau harta kekayaan.* (HR Abu Dawud). Hadits di atas menegaskan bahwa pasar harus ditegakkan sebagai aturan alamiah (sunnatullah). Apakah harganya kurang, lebih, atau sama dengan nilai produk, itu hanya muncul dalam

kontrak dan merupakan sesuatu yang hangus dalam kesepakatan. Biasanya, harga ditukar dengan produk yang disepakati kedua belah pihak dalam kesepakatan.²¹

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama, tahun/ judul/ penelitian | Metode penelitian | Hasil penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|---|---|--|
| 1 | RarasMaftukhah/(2016)/Pengaruh BiayaProduksiDalam Menentukan HargaJual Perspektif Ekonomi Islam Pada Pabrik Bantal Dan Kasur Lantai “sapanyana” Desa Dawuhan | Metode Analisi kuantitatif, statistikDeskriptif,regresiliniier berganda, uji asumsi klasik, uji parsial t dan uji f dengan perhitungan IBM SPSS statistik 21 | penelitian ini yaitu biaya produksiyang dikeluarkan meliputi biaya bahan baku, biayatenaga kerja atau gaji karyawan dan biaya tak terduga atau biaya <i>overhead</i> . Ketiga biaya tersebut tidak memberikan pengaruh yang | Persamaanny a terletak pada salah satu variabel bebas dan variabel terikat yaitu biaya produksi dan harga jual. | Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda, yang dimana penelitian ini hanya menggunakan biaya produksidan objek yang diteliti berbeda serta |

²¹Rachmad Syafei sebagaimana yang dikutip Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, MAZAHIB, IV (2007)., h.93.

| | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|
| | Wetan, Kedung Banteng, Banyumas, JawaTenga h ²² | | signifikan terhadap harga jual yang dikeluarkan oleh pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” karena minimnya biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Sehingga dapat menciptakan harga jual yang sangat terjangkau oleh konsumen. | | periode tahun riset juga berbeda. |
| 2 | Dina Satriani/202 0/Perhitungan n Harga Pokok Produksi Dan Harga Pokok | Pendekatan n Kualitatif Dan Kuantitatif Secara Deskriptif | untuk menentukan harga pokok penjualan dibutuhkan perhitungan harga pokok produksi | Persamaannya pada penelitian ini salah satu metode penelitian yang digunakan | Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda, yang dimana |

²²Raras Muftukhar, 'Pengaruh Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Pabrik Bantal Dan Kasur Lantai “Sapanyana” Desa Dawuhan Wetan, Kedungbanteng, Banyumas, Jawa Tengah', 2016, h.71.

| | | | | | |
|--|---|--|---|-------------------------------------|---|
| | <p>Penjualan Terhadap Laba Penjualan²³</p> | | <p>ditambah dengan persediaan produk jadi awal. Dan dari hasil penjumlahan tersebut dikurangi dengan persediaan produk jadi akhir. Berdasarkan hasil dari proses perhitungan laba operasi perusahaan untuk tahun periode 2018 donat regular menghasilkan laba operasi sebesar Rp.688.229.064 dengan harga pokok penjualan</p> | <p>yaitu pendekatan kualitatif.</p> | <p>penelitian ini menggunakan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dan objek yang diteliti berbeda serta periode tahun penelitian juga berbeda.</p> |
|--|---|--|---|-------------------------------------|---|

²³Satriani, 'Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4.2 (2020)., h.53.

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
| | | | <p>sebesar Rp. 469.760.936 dan donat hias menghasilkan laba operasi sebesar Rp.120.388.901 dengan harga pokok penjualan sebesar Rp. 44.001.009 yang artinya bahwa donat regular memiliki volume penjualan yang cukup besar dari donat hias</p> | | |
| 3 | <p>Hanisah/2018/Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Kopi Bubuk Pada UD. Usaha Jadi Di Desa</p> | <p>Metode Studi Kasus <i>Regresi Linear Berganda</i>.</p> | <p>Rata-rata biaya untuk pembelian biji kopi adalah sebesar Rp 6.803.926,-/Bln, rata-rata biaya untuk pembelian biji jagung adalah sebesar Rp</p> | <p>Persamaannya terletak pada salah satu variabel bebas dan variabel terikat yaitu biaya produksi dan harga jual.</p> | <p>Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda, yang dimana penelitian ini hanya menggunakan</p> |

| | | | | | |
|---|---|-----------------|--|--|---|
| | Gampong Jawa Kecamatan Idi Rayeuk ²⁴ | | 2.721.570,- /Bln dan rata-rata jumlah total seluruhnya untuk biaya bahan baku adalah sebesar Rp 9.525.496,- /Bln. Dari analisis statistik dengan menggunakan Regresi Linear Berganda diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = -49,28 - 4,38 X_1 + 16,64 X_2 + 0,78 X_3$ | | an biaya produksidan objek yang diteliti berbeda serta periode tahun penelitian juga berbeda. |
| 4 | Nirmawati/2017/ Analisis Biaya Produksi | Data Kualitatif | Pada PT. Utama Tirta Makassar dalam menentukan | Persamaannya terletak pada salah satu variabel bebas dan | Perbedaan nya terletak pada variabel |

²⁴Hanisah Hanisah, Cut Gustiana, and Saiful Nizar, 'Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Kopi Bubuk Pada UD. Usaha Jadi Di Desa Gampong Jawa Kecamatan Idi Rayeuk', *Jurnal Penelitian Agrisamudra*, 5.2 (2018), 38–46

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|
| | <p>Terhadap Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Pada PT. Hutama Tirta Makassar²⁵</p> | | <p>harga jual produknya dengan mendasarkan pada biaya yang dikeluarkan dengan standar laba atau keuntungan dengan persentase tertentu yang ditetapkan oleh manajemen. PT. Hutama Tirta Makassar dalam menentukan harga jualnya belum tepat jika dilihat dari pendekatan metode cost plus pricing dimana dengan menggunakan metode ini dapat</p> | <p>variabel terikat yaitu biaya produksi dan harga jual. Dan pada penelitian ini salah satu metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.</p> | <p>bebas yang berbeda, yang dimana penelitian ini hanya menggunakan biaya produksida n objek yang diteliti berbeda serta periode tahun penelitian juga berbeda.</p> |
|--|---|--|---|---|---|

²⁵Nirmawati, 'Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Air Mlinum Dalam Kemasan (AMDK) Pada PT.HUTAMA TIRTA MAKASAR', *Skripsi*, 6 (2017), 98.

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|
| | | | menghasilkan harga pokok produksi dan harga jual yg lebih tepat karena memasukkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksi. | | |
| 5 | Teti Purnama Sari/2021/ Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ²⁶ | deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis Regresi linier sederhana dengan menggunakan alat bantu SPSS 22. | Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang kuat dan besar terhadap harga jual yaitu sebesar 99% dan sisanya sebesar 1% dipengaruhi oleh variabel | Persamaan terletak pada salah satu variabel bebas dan variabel terikat yaitu biaya produksi dan harga jual. Dan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian | Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda, yang dimana penelitian ini hanya menggunakan biaya produksidan objek yang diteliti |

²⁶S Ak and Universitas Pendidikan, 'Menetapkan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Pada Merk Yeh Buleleng Pada PT . Tirta Mumbul Jaya Abadi Desak Made Dwi Agustini , 1 Gede Adi Yuniarta , 2 Nyoman Trisna Herawati Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Indonesia *e-Journal S1 AK Universitas*', 1 (2017)

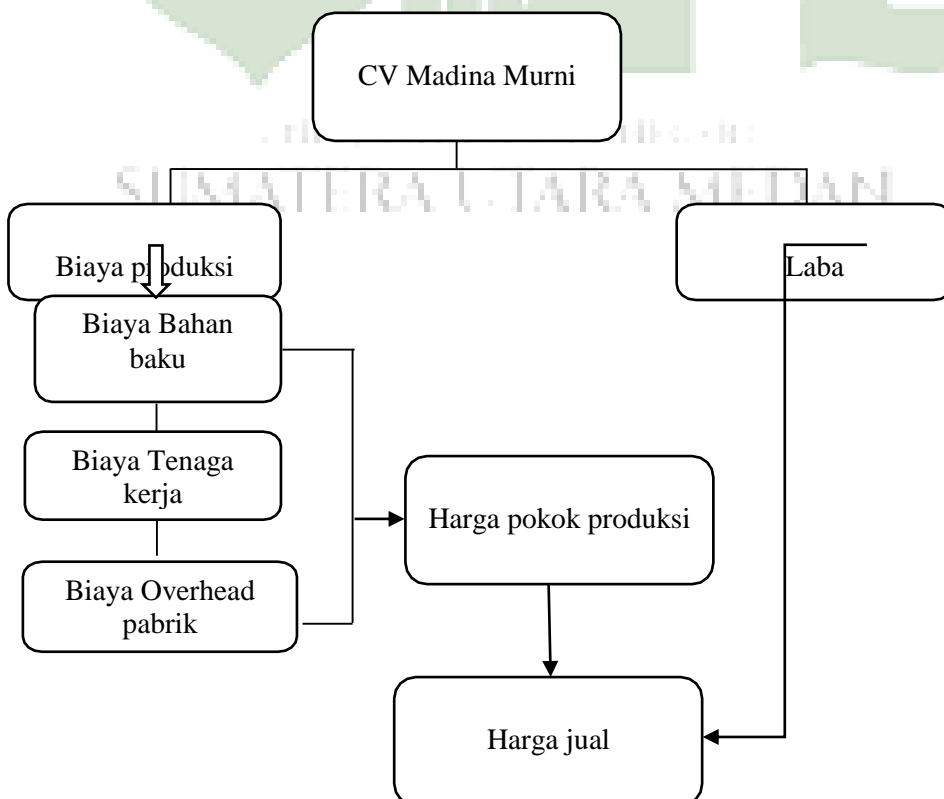
| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | lain. Seperti permintaan di pangsa pasar dan persaingan pasar. Biaya yang digunakan untuk produksi dalam penilaian ini adalah Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Overhead Pabrik. | yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis Regresi linier sederhana. | berbeda serta periode tahun penelitian juga berbeda. |
|--|--|--|---|--|--|

E. Kerangka Konseptual

Untuk dapat mengetahui cara berpikir tentang hubungan antara ide-ide yang berbeda, memberikan gambaran dan membuat asumsi eksplisit tentang variabel yang akan diteliti. Berikut adalah beberapa contoh bagaimana teori menyajikan kerangka konseptual.:

- a) Sebagai arah kemana topik penelitian diorientasikan.
- b) Sebagai konseptualisasi dan klasifikasi berdasarkan pengelompokan tertentu, memberikan informasi tentang kejelasan konsep, fenomena, dan faktor.
- c) Anda dapat meramalkan fakta-fakta teoretis dengan merumuskan prakiraan. ekstrapolasi dari yang sudah diketahui terhadap yang belum diketahui.

Kerangka konseptual dalam Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) pada pabrik air mineral CV. Madina Murni seperti gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual





UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
SUMATERA UTARA MEDAN