

SKRIPSI

**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DI UD. BAROKAH
SOREANG KOTA PAREPARE**



OLEH

**NURHALISA
NIM: 19.2800.065**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DI UD. BAROKAH
SOREANG KOTA PAREPARE**



OLEH

**NURHALISA
NIM: 19.2800.065**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak) pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

PAREPARE

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nurhalisa

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2800.065

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.147/In.39.8/PP.00.9/01/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Damirah, S.E., M.M.

NIP : 19760604 200604 2 001

Pembimbing Pendamping : Umaima, M.E.I.

NIP : 19890717 201801 2 002

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710308 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nurhalisa

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2800.065

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.147/In.39.8/PP.00.9/01/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Januari 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Damirah, S.E., M.M. (Ketua)

Umaima, M.E.I. (Sekretaris)

Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (Anggota)

Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP: 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
 أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta para keluarganya dan sahabatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Nursia dan Ayahanda Kistan, Kakek Kini dan Saudara/i Asti Andriani. A, Nurhikma Safitri, Muhammad Fauzan yang senantiasa memberi semangat, nasihat dan doanya. Dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis selalu semangat dan berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir ini

Penulis telah menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak terutama pembimbing yaitu Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M. selaku pembimbing utama dan Ibu Umaima M.E.I. selaku pembimbing kedua atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana apabila tidak ada bantuan, kerjasama, serta dukungan pihak-pihak yang terbaik hati mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran secara sukarela membantu serta mendukung penulis

sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M. dan Ibu Umaima, M.E.I selaku dosen penguji pertama dan kedua yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi penelitian penulis.
4. Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. sebagai Ketua Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, atas masukan dan bimbingannya selama penulis di bangku perkuliahan hingga saat ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
6. Bapak/Ibu Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam pengurusan yang bersifat administratif selama studi di IAIN Parepare
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajaran yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepala Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Parepare yang telah memberikan izin kepada penulis

dan Transmigrasi Kota Parepare yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kota Parepare.

9. Kepala Pabrik UD. Barokah beserta seluruh karyawan yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dan memberikan data yang diperlukan penulis dalam proses penelitian.
10. Terima kasih kepada teman-teman Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Angkatan 19, Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM), teman-teman anti wacana, teman-teman Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Posko 74 Pattojo Kabupaten Soppeng, teman-teman Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Badan Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Kota Parepare yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan support dan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

PAREPARE

Parepare, 08 November 2023
24 Jumadil Awal 1445

Penulis



Nurhalisa
NIM. 19.2800.065

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhalisa
NIM : 19.2800.065
Tempat/Tgl. Lahir : Batupute 23 Agustus 2001
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan
Di UD. Barokah Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 08 November 2023
24 Jumadil Awal 1445

Penulis



Nurhalisa
NIM. 19.2800.065

ABSTRAK

Nurhalisa, *Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare* (dibimbing oleh Damirah dan Umaima).

Penentuan harga pokok produksi sangat penting, karena semakin meningkatkan persaingan yang terjadi antar perusahaan dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang cukup bersaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UD. Barokah dan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan perhitungan menggunakan metode *full costing*, serta mengetahui bagaimana perbandingan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UD. Barokah dengan metode *full costing*. Perusahaan yang penulis teliti adalah perusahaan yang memproduksi kedelai menjadi tempe.

Jenis penelitian ini *field riset* dengan pendekatan studi kasus dan sampel yang digunakan adalah perusahaan UD. Barokah pabrik tempe di Soreang Kota Parepare dengan menggunakan teknik angket dan kuesioner yang di analisis dengan menggunakan metode penentuan harga pokok produksi yaitu metode *full costing* dan *variabel costing* sedangkan metode penentuan harga jual menggunakan *mark up pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) adanya perbedaan perhitungan diantara metode sederhana UD. Barokah sebesar Rp. 3.889 sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode dari UD. Barokah sebesar Rp. 4.960 terlihat jelas selisih yang ada antara dua metode perhitungan ini yakni dengan selisih Rp. 1.071, tentu saja hal ini sangat berpengaruh untuk kelanjutan usaha UD. Barokah. 2) perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* akan menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan metode perhitungan sederhana UD. Barokah. 3) Hasil perbandingan perhitungan menunjukkan bahwasanya untuk mencapai titik impas dengan metode sederhana perusahaan harus menjual sebanyak menjual sebanyak 3.889 bungkus tempe sedangkan dari perhitungan menggunakan metode *full costing* sebanyak 4.960 bungkus tempe. Jika volume penjualan lebih rendah dari volume titik impas maka akan memperoleh kerugian.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, Volume Penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori.....	14
1. Akuntansi Biaya	14
2. Manfaat Akuntansi Biaya.....	16
3. Tujuan Akuntansi Biaya.....	16
4. Konsep Akuntansi Biaya	17
5. Harga Pokok Produksi	19
6. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi	24
7. Harga jual	29
8. Volume Penjualan	33
9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	42

10. Akuntansi Syariah	43
C. Kerangka Pikir.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
C. Populasi Dan Sampel	51
D. Teknik Pengumpulan dan Penggolongan Data	52
E. Definisi Operasional Variabel.....	53
F. Instrumen Penelitian.....	54
G. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	88
A. Simpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
PEDOMAN WAWANCARA.....	95
BIODATA PENULIS	102

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Penjualan tempe UD. Barokah dari Tahun 2018 s/d 2023	6
4.2	Perhitungan Harga Pokok Produksi Tempe di UD. Barokah	52
4.3	Biaya-biaya bahan baku UD. Barokah	56
4.4	Biaya-biaya Tenaga Kerja UD. Barokah	56
4.5	Biaya Plastik UD. Barokah	59
4.6	Biaya Kayu Bakar	59
4.7	Biaya Listrik dan air UD. Barokah	60
4.8	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel UD. Barokah	60
4.9	Biaya <i>Overhead</i> Tetap UD. Barokah	63
4.10	Perbandingan Biaya <i>Overhead</i> pabrik	65
4.11	Rincian Biaya	65
4.12	Perbandingan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>full costing</i> dan variabel <i>costing</i>	70
4.13	Perbandingan perhitungan harga pokok produksi metode sederhana UD. Barokah dengan metode <i>full Costing</i> .	72
4.14	Perhitungan volume penjualan	75

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	45
2.2	Denah Lokasi	47



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Pedoman Penelitian	89
2.	Surat Permohonan Izin Penelitian dari Kampus	91
3.	Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal	92
4.	Surat Keterangan Selesai Meneliti	93
5.	Dokumentasi	94
6.	Biodata Penulis	96

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonen bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	tedan ha
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	h	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	kh	kadan ha
د	Dal	d	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	esdan ye

ص	Shad	ṣ	es (dengantitikdibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitikdibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalikkeatas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhommah	U	U

- 2) Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan an-tara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathahdanya	ai	a dani
أَوْ	Fathahdanwau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: kaifa

حَوْلَ: ḥaula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta murbatah ada dua:

- 1) Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: <i>rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	: <i>nu‘‘ima</i>
عَدُوُّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ىbertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَـ), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)
-----------	---------------------------------------

عَلِيٌّ : ‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamari-ah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

سَيِّئٌ : *syai’un*

أَمْرٌ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau

ka-limat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indo-nesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata Al-Qur'an (dar Qur'an), sunnah. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

fī zilāl al-qur'an

al-sunnah qabl al-tadwin

al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

i. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t]. contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fī rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa In-donesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menu-liskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada per-mulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang di-tulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat,

maka huruf A dari kata san-dang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

wa mā muhammadun illā rasūl
inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi
Bakkata mubārakan
syahru ramadan al-ladhī unzila fih al-qur’an
Nasir al-din al-tusī
abū nasr al-farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)
Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
Saw.	=	<i>şallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi

SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهعى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di-jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. :Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenisnya.

Terj. :Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama pen-erjemahnya.

- Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang telah membawa semakin pesat persaingan di berbagai sektor perekonomian, termasuk dunia usaha di berbagai sektor di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu mampu bersaing dengan persaingan yang ada. Demikian juga dalam dunia usaha khususnya usaha kecil yang diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan labanya.¹

Mencapai laba, perusahaan harus maksimal dapat melakukan kegiatan penjualan yang paling menguntungkan, hal itu menuntut para pelaku usaha dalam menentukan strategi tertentu untuk mengacu pada efisien dan efektivitas kinerja perusahaan. Penentuan strategi tersebut diantaranya dalam hal penentuan harga pokok produksi. Dalam hal ini biaya yang biasa ditekankan pada umumnya adalah biaya produksi. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur untuk mencapai tujuan tertentu.²

Strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan guna untuk mempertahankan perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan dan meningkatkan laba dalam perusahaannya diantaranya adalah menghasilkan produk yang berkualitas, harga jual yang terjangkau dan biaya produksi yang sedikit sehingga produk yang

¹ Ahmad Nur Al Yudha, *Penentuan Harga Pokok Produksi Percetakan Dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada CV. Global Sejahtera (Jurnal Ekonomi Bisnis, 2012)*, h.4.

² Bastian Bustami dan Nurlela, *“Akuntansi Biaya”* Edisi 4, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013) h. 7

dihasilkan perusahaan memiliki harga jual yang terjangkau dan memiliki nilai saing yang tinggi untuk dipasarkan. Ada beberapa yang harus diperhatikan dalam penentuan laba salah satunya adalah penentuan atau penetapan harga. Penetapan harga termasuk dalam strategi pemasaran produk dengan tujuan untuk mengoptimalkan laba dengan mempertimbangkan komponen dari kalkulasi biaya yang meliputi semua biaya produksi, seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* langsung dan tetap.³

Perusahaan harus dapat melakukan kegiatan penjualan yang paling menguntungkan dan salah satu indikatornya adalah laba kotor perusahaan. Laba kotor berpengaruh terhadap harga jual, biaya produksi dan volume penjualan. Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting dalam mendirikan suatu usaha, mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan, penentuan realisasi biaya produksi, penentuan laba rugi periodik serta penentuan harga persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca. Harga jual suatu produk ditentukan dari harga pokok produksi yang cukup tinggi, maka akan dihasilkan penentuan harga jual yang tinggi pula, akibatnya suatu produk akan tidak mampu bersaing di pasar. Begitu juga sebaliknya, jika perhitungan harga pokok produksi suatu produk rendah maka akan menghasilkan penentuan harga produksi yang rendah juga, akibatnya perusahaan tidak mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual dapat bersaing di pasar.

³ Sari, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Umkm Di Kota Tegal" (*Jurnal Monex*, 2019), h. 30.

Penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilibatkan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.⁴ Seni berbicara merupakan salah satu teknik dasar untuk menarik pelanggan. Biasanya, pelanggan yang merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima akan cenderung memilih untuk kembali membeli produk tersebut. Selain itu, pelanggan yang merasa puas juga kemungkinan besar akan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait pembelian dan loyalitas pelanggan. Sehingga membantu bisnis untuk memperluas jaringan bisnisnya.

Perusahaan sering kali kesulitan menentukan harga jual produknya tidak beda dengan perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang industri. Harga jual adalah harga jual atau biaya produksi dan non produksi yang disertai dengan keuntungan dan dibebankan kepada suatu produk barang sebagai besaran nominal yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Sedangkan biaya produksi merupakan estimasi biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan mentah menjadi produk yang siap dipasarkan dan biaya non produksi dapat diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan diluar proses produksi seperti pemasaran, administrasi, dan umum.⁵

Kesalahan-kesalahan yang sering terjadi tentu merupakan hal yang tidak diinginkan bagi para pelaku usaha karena dapat berakibat signifikan bagi keberlangsungan bisnisnya. Dengan kendali keuangan dan pemahaman tentang laporan keuangan dapat menjadi strategi yang dapat dioptimalkan agar mencegah

⁴ Swasta, "Pengantar Bisnis Modern."

⁵ Mifta Maghfirah et al, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Full Costing Pada Umkm Kota Banda Aceh."

kesalahan-kesalahan sehingga dapat berakibat fatal. Kegagalan adalah hal yang tidak diinginkan setiap manusia. Tingkat kegagalan bisnis adalah ketika bisnis tidak dapat beropersi secara menguntungkan gagal bayar, kebangkrutan, atau penutupan biaya.⁶ Sedangkan tingkat keberhasilan suatu usaha dilihat dari permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif, dan tercapainya tujuan organisasi.⁷

Keuntungan merupakan pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan produk suatu usaha. Penetapan harga pokok produksi dan harga jual merupakan ketetapan yang harus dipahami suatu perusahaan agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain. Sebelum melakukan penjualan perusahaan harus mengetahui biaya pengelolaan barang mentah menjadi barang jadi yang dihasilkan agar dapat menentukan harga jual yang tepat agar tidak mengalami kerugian saat dipasarkan.

Harga pokok produksi merupakan komponen penting untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Adanya informasi harga pokok produksi ini dapat membantu pihak manajemen untuk mengambil keputusan suatu produk yang dihasilkan baik tentang harga jual maupun keputusan-keputusan yang lain sehingga dapat menunjang kelanjutan suatu produk. Perusahaan yang mengelola bahan baku menjadi produk jadi, biaya produksi dikelompokkan dalam tiga macam yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dalam penggolompokan tersebut bertujuan untuk dapat membantu perencanaan, penentuan harga pokok produksi dan dapat menggambarkan keadaan ekonomi yang sesungguhnya.

⁶ Mifta Maghfirah et al.

⁷ Primiana, *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*.

Informasi yang dibutuhkan dalam perhitungan harga pokok produksi adalah informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga jenis biaya tersebut harus ditentukan secara cermat, baik dalam pencatatan maupun penggolongannya. Dalam menentukan harga pokok produksi dapat menggunakan metode *ful costing*. Pada metode *full costing* semua biaya-biaya di perhitungkan baik yang bersifat tetap maupun variabel karena salah satu cara pengendalian biaya yaitu dengan menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk itu sendiri.⁸ Dalam metode *full costing*, biaya diklasifikasikan dalam tiga fungsi utama yaitu fungsi manajemen, fungsi produksi, serta fungsi penjualan dan administrasi.⁹

Tujuan dari perhitungan harga pokok produksi pada dasarnya antara lain:

- 1) Sebagai dasar untuk menetapkan harga jual suatu produk.
- 2) Untuk menetapkan keuntungan atau laba yang diinginkan perusahaan.
- 3) Sebagai alat untuk mengukur atau menilai efisiensi dari proses produksi.

Membangun usaha ekonomi kecil menengah (UKM) selalu di gambarkan sebagai suatu usaha yang memiliki peranan penting karena sebagian besar penduduk hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di lingkup tradisional maupun modern. Usaha kecil dan menengah mempunyai peran yang strategis dalam membangun ekonomi nasional, karena selain peran dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.

UD. Barokah merupakan salah satu UKM (Usaha Kecil Menengah) yang kegiatannya memproduksi kedelai menjadi produk tempe dan tahu. Bahan baku

⁸ L.M. Samryn, "Akuntansi Manajemen Edisi Revisi", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) h. 68

⁹ M. Fuad, dkk, "Pengantar Bisnis", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 173

yang digunakan dalam pembuatan tempe adalah kedelai dan ragi. Kedelai yang digunakan untuk membuat tempe adalah kedelai impor yang berasal dari negara Amerika. Begitu banyak yang patut menjadi pertimbangan dalam menjalankan usaha, terlebih menyangkut harga yang umumnya merupakan suatu hal yang sensitif dalam pemasaran dan penjualan produk dan jasa. Biaya-biaya yang dibebankan meliputi juga biaya produksi, berdampak pada penentuan harga.¹⁰

Tabel 4.1 Penjualan Tempe UD. Barokah dari tahun 2018 s/d 2023

No.	Tahun	Penjualan
1.	2018	Rp. 53.000.000
2.	2019	Rp. 56.800.000
3.	2020	Rp. 40.120.000
4.	2021	Rp. 56.878.000
5.	2022	Rp. 58.338.000
Total		Rp. 265.136.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat omset penjualan tempe dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 mengalami kenaikan yaitu Rp. 18.218.000 namun di tahun 2020 perolehan omset penjualan menurun drastis yang disebabkan oleh adanya virus covid-19 yang membuat kebanyakan pedagang mengalami kerugian dan banyak juga pedagang gulung tikar dikarenakan berkurangnya omset. Maka dapat disimpulkan dari data penjualan tempe diatas mengalami kenaikan dari tahun 2018 sampai 2019 dan mulai normal kembali dari tahun 2021 sampai 2022.

Penentuan harga pokok produksi sangat penting bagi perekonomian, karena dengan penentuan harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang

¹⁰ Machfoedz, "Pengaruh Biaya Dan Biaya Pemasaran Terhadap Hasil Penjualan Pengusahaan Gitar Di Kecamatan Baki."(Jurnal Akuntansi Biaya, 2005), h.13

dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga pokok produksi yang ditetapkan berpengaruh pada penentuan harga jual sehingga berdampak pada laba usaha dan posisi dari keuangan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dengan melihat fenomena masalah yang terjadi maka peneliti tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji tentang Analisis Harga Pokok Produksi terhadap volume penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka permasalahan pokok dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UD. Barokah dalam meningkatkan volume penjualan?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual tempe di UD. Barokah Soreang Kota Parepare?
3. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi UD. Barokah dengan menggunakan metode *Full Costing* dan *variabel costing* dalam penentuan harga jual terhadap volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UD. Barokah dalam meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual tempe di UD. Barokah Soreang Kota Parepare

3. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produksi UD. Barokah dengan menggunakan metode *Full Costing* dan *variabel costing* dalam penentuan harga jual terhadap volume penjualan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini akan berguna sebagai pengembangan ilmu pengetahuan.
- b. Hasil penelitian ini akan berguna sebagai referensi dalam penelitian yang mengkaji lebih dalam tentang perhitungan harga pokok produksi (HPP) dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Secara Praktis

Secara praktis yaitu bahan masukan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca, serta penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktisi sebagai informasi, masukan maupun bahan perbandingan bagi pihak yang bersangkutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Untuk menghindari kesalahan dalam melakukan penelitian, maka penulis merasa perlu untuk menelaah dan mengkaji beberapa karya ilmiah yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas, untuk mendapatkan gambaran dan topik yang akan diteliti dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, sehingga tidak ada pengulangan dalam penulisan karya ilmiah.

Adapun judul yang peneliti ajukan adalah “Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare”. Dari beberapa penelitian maupun tulisan yang berkaitan dengan pembahasan diatas antara lain yaitu:

1. Syamsinar Us dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan pada Balqis Catering di Kota Makassar” menyatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui berapa besar pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016 dengan menggunakan koefisien korelasi untuk melihat bagaimana pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 116991410.036, mengandung arti bahwa nilai variabel harga pokok produksi adalah sebesar 116991410.036. koefisien regresi X sebesar -0,11301.998, menyatakan bahwa setiap

penambahan 1% nilai volume penjualan maka nilai harga pokok produksi akan berkurang -0,11301.998, koefisien regresi tersebut bernilai *negative*, sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah Negatif.¹¹

Perbedaan yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas adalah penelitian terdahulu ini meneliti tentang seberapa besar pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan artinya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga pokok produksi terhadap hasil keseluruhan dari penjualan produk atau barang yang ditetapkan dalam suatu usaha, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi terhadap peningkatan volume penjualan dengan menggunakan metode sederhana UD. Barokah dan metode *full costing*. Dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode sederhana UD. Barokah sebesar Rp. 13.937 dan metode *full costing* sebesar Rp. 19.134 terlihat selisih yang ada diantara dua metode tersebut yakni Rp. 5.161. Persamaan yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas adalah dalam hal perhitungan harga pokok produksi dalam usaha untuk menetapkan harga jual yang yang baik.

2. Indah Apriliani dengan judul penelitian “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung)”. Menyatakan bahwa jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field research*) dan penelitian kepustakaan (*Library research*). Dalam proses pengumpulan data penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif, kemudian

¹¹ Syamsinar Us, “Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Balqis Catering Di Kota Makassar.” (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), h.32.

pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Data yang kemudian dihitung dan dianalisis menggunakan metode *full costing* untuk penentuan harga pokok produksi dan kemudian menetapkan harga jual. Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual dengan metode *full costing* diperoleh hasil yang baik untuk dapat meningkatkan keuntungan pengolah dalam menjumlahkan semua unsur biaya. Hasil perhitungan harga jual dengan metode *full costing* sebesar Rp. 114.000/Kg. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para pengolah untuk dapat meningkatkan keuntungan untuk dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya.¹²

Perbedaan yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas adalah penelitian diatas menggunakan 2 peninjauan dalam menghitung penentuan harga pokok produksi dalam menetapkan harga jual yakni meninjau dalam perpesktif konvensional dan perspektif ekonomi islam sedangkan perspektif yang akan dipakai peneliti hanya menggunakan perspektif Islam dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp. 19.134. dengan hasil tersebut memberikan prinsip-prinsip Akuntansi Syariah yakni prinsip pertanggungjawaban, prinsip keadilan, prinsip kebenaran. Persamaan yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas yakni meneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dalam usaha.

¹² Indah Apriliani, “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung),” (Skripsi: Universitas Islam Muhammadiyah Makassar, 2018), h. 53.

3. Iman Romansyah dengan judul penelitian “Analisis Penentuan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Komparasi Pada Yussy Akmal Dan Shereen *Cake’s And Bread*)” menyatakan bahwa jenis penelitian yang dipakai adalah kualitatif. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa perusahaan Yussy Akmal menggunakan metode berbasis biaya penuh *plus* tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*). Metode ini terlihat pada data penjualan sangat efektif meningkatkan volume penjualan tiap tahunnya. Sedangkan pada perusahaan Shereen menggunakan metode berbasis pasar harga pesaing (*Competitor Price*). Dalam hal ini pada data penjualan atau grafik data penjualan pada tahun 2013 sampai 2015 terdapat mengalami penurunan volume penjualan pada beberapa produk shereen dapat diartikan bahwa metode yang ditetapkan shereen dalam menetapkan harga tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan pada tahun 2013-2015.¹³

Perbedaan yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas adalah penelitian diatas menganalisis dua perusahaan yang berbeda dalam menentukan harga jual produknya dengan menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*) dan metode berbasis pasar harga pesaing (*Competitor Price*). Sedangkan hasil yang dilakukan peneliti perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *mark up pricing* jika menggunakan metode sederhana UD. Barokah harus menjual sebanyak 15.001/bungkus dan metode *full costing* harus menjual sebanyak 19.134/bungkus. Apabila target tidak tercapai maka perusahaan mengalami kerugian. Dalam hal ini pada hasil peneliti masih dalam terlihat naik tidak

¹³ Imam Romansyah, “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.”

terdeteksi turun. peneliti menggunakan metode yaitu metode *full costing* dan *variable costing*. Adapun persamaannya terletak pada variabel *devendent* (volume penjualan) usaha.

4. Miftahkul Huda dengan judul penelitian “Analisis Penerapan Metode *Full Costing* Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual Tempe Pada Home Industri Qolbun Salim” menyatakan bahwa jenis penelitian yang dipakai adalah deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan metode *variabel costing*. Hal ini dikarenakan metode *full costing* memasukkan semua biaya baik yang bersifat tetap maupun biaya variabel ke dalam perhitungan harga pokok produksi.¹⁴

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian diatas adalah penelitian diatas menghitung harga pokok produksi hanya menggunakan metode *full costing* sedangkan penulis menggunakan 2 (dua) metode yaitu metode *full costing* dan *variable costing* dan melakukan perbandingan antara metode sederhana UD. Barokah dan metode *full costing*. Dengan hasil Perbandingan perhitungan harga jual memiliki selisih sebesar Rp. 78.133.650. dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *full costing* sebesar Rp. 67.349.100 tentunya metode perhitungan *full costing* ini lebih besar dibandingkan dengan metode perhitungan *variabel costing* yang memiliki hasil perhitungan harga jual sebesar Rp. 10.784.550. dengan demikian metode *full costing* tersebut lebih efektif digunakan sebagai penetapan harga jual di

¹⁴ Huda, “Analisis Penerapan Metode *Full Costing* Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual Tempe Pada Home Industri Qolbun Salim.”

karenakan metode *full costing* menghitung seluruh biaya-biaya yang termasuk biaya *overhead pabrik*. Alasan penulis menggunakan dua metode adalah agar dapat menjadi pebanding antar kedua metode tersebut guna menentukan unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi. Adapun persamaan dalam penelitian yaitu meneliti tentang penetapan harga jual dalam usaha agar lebih baik dan menguntungkan bagi perusahaan.

B. Tinjauan Teori

1. Akuntansi Biaya

Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode Akuntansi.¹⁵ Akuntansi biaya adalah suatu bidang dalam mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan serta penentuan harga dari suatu produk yang diproduksi dan dijual ke pasar baik guna memenuhi kegiatan pemesanan maupun menjadi persediaan barang dagangan yang akan dijual.¹⁶ Sedangkan Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan dan penyajian, biaya pembuatan dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Akuntansi biaya didefinisikan juga sebagai proses pencatatan, penggolongan, ringkasan, dan pendapatan biaya pabrikasi dan penjualan produk dan jasa dengan cara-cara tertentu, serta peraturan terhadap hasil-

¹⁵ Mkhlishotul Jannah, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor" UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, *Banque Syar'i*, no. 1 (2018): h.2604.

¹⁶ Bustami, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h.73 .

hasilnya. Akuntansi biaya adalah salah satu dari bidang akuntansi yang mempelajari mengenai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan biaya pembuatan dan penjualan produk dan jasa dengan cara-cara tertentu dan menyajikan hasilnya dalam bentuk laporan biaya.

Adapun Penggolongan biaya terdiri dari lima yaitu :

- a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran terdiri dari biaya: bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
- b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan terdiri dari biaya produksi, pemasaran, administrasi dan umum.
- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung.
- d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas terdiri atas: biaya variabel, semi variabel, semifixed, tetap.
- e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu dan manfaatnya
 - 1) Pengeluaran Modal (*capital expenditure*)

Pengeluaran modal yaitu biaya yang mempunyai manfaat lebih dari periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender)

2) Pengeluaran Pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2. Manfaat Akuntansi Biaya

Manfaat akuntansi biaya adalah timbulnya sikap sadar akan biaya tidak banyak memahami bahwa harga pokok produk atau jasa merupakan refleksi kemampuan suatu organisasi dalam memproduksi barang dan jasa. Semakin tinggi kemampuan mengelola biaya, maka akan semakin baik produk dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan baik dari sisi harga maupun kualitas. Tolok ukur kemampuan pengelolaan biaya dapat diprestasikan dengan keberadaan sistem akuntansi biaya yang mampu mengukur biaya dengan cukup akurat serta didukung kemampuan manajemen untuk memanfaatkan informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Manfaat lainnya sebagai berikut:

- a. Sebagai pemasok informasi dasar untuk menentukan harga jual produk barang dan jasa.
- b. Sebagai bagian dari alat pengendalian manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer pusat pertanggung jawaban.
- c. Seluruh pemasok informasi pada pihak eksternal berkenaan dengan seluruh biaya operasi, misalnya saja kepentingan pajak.¹⁷

3. Tujuan Akuntansi Biaya

- a. Penentuan HPP : mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya membentuk produk.
- b. Menyediakan informasi biaya untuk kepentingan manajemen perusahaan : biaya sebagai ukuran efisiensi.

¹⁷ Arfan Ikhsan, dkk, "Teori Akuntansi", (Bandung: Medanetera dan Cipta Pustaka, 2013), h. 272.

- c. Alat Perencanaan : perencanaan bisnis pasti berkaitan dengan penghasilan dan biaya: perencanaan biaya akan memudahkan dalam pengendalian biaya.
- d. Pengendalian Biaya : membandingkan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk dengan biaya sesungguhnya terjadi.
- e. Memperkenalkan berbagai metode: berbagai macam metode dalam akuntansi biaya dapat dipilih sesuai dengan kepentingan yang diperlukan dengan hasil yang efektif dan efisien.
- f. Menghitung laba perusahaan pada periode tertentu: untuk mengetahui biaya merupakan salah satu komponen dalam laba.
- g. Menghitung dan menganalisis terjadinya ketidakpastian dan ketidakefisienan: membahas batas maksimum yang harus diperhatikan dalam menetapkan biaya suatu produk, serta menganalisis dan menentukan solusi terbaik jika perbedaan antara batasan maksimum tersebut dengan yang sesungguhnya terjadi.¹⁸

4. Konsep Akuntansi Biaya

Konsep akuntansi biaya diperlukan untuk dasar pembahasan akuntansi biaya dengan tujuan supaya dapat dipakai pedoman dalam penyusunan laporan biaya. Biaya ini beberapa konsep biaya:

- a. Harga perolehan atau harga pokok (*cost*). Harga perolehan atau harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk:
 - 1). Kas yang dibayarkan

¹⁸ Imam Firmansyah, “Akuntansi Biaya Itu Gampang”, (Jakarta: Naga Swadaya, 2015), h. 15.

- 2). Nilai aktiva lain yang diserahkan/ dikorbankan
 - 3). Nilai jasa yang diserahkan / dikorbankan
 - 4). Tambahan Modal
- b. Biaya (*expenses*)

Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan. Biaya digolongkan ke dalam harga pokok penjualan, biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, biaya bunga dan biaya pajak perseroan.

- c. Penghasilan (*revenue*)

Penghasilan adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk :

- 1) Kas diterima
 - 2) Piutang yang timbul
 - 3) Nilai aktiva lainnya yang diterima
 - 4) Nilai jasa yang diterima
 - 5) Pengurangan hutang
 - 6) Pengurangan modal
- d. Rugi dan laba (*profit and loss*)

Rugi dan laba adalah hasil dari proses mempertemukan secara wajar antar semua penghasilan dengan semua biaya dalam periode akuntansi yang sama. Apabila semua penghasilan lebih besar dibandingkan biaya maka

selisihnya adalah laba bersih. Akan tetapi apabila semua penghasilan lebih kecil dibandingkan dengan biaya, selisihnya adalah rugi bersih.¹⁹

5. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok merupakan nilai *asset*, tetapi jika *asset* ini harus digunakan untuk membantu menghasilkan pendapatan pada tahun berjalan, *asset* tersebut harus diubah menjadi beban.²⁰ Sedangkan, harga pokok produksi adalah total harga pokok barang yang diselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, penentuan harga pokok produksi adalah penentuan faktor-faktor biaya produksi yang dikarenakan pada produk selama proses produksi, yang artinya menentukan biaya yang melekat pada produk jadi dan persediaan barang dalam proses atau yang sedang berjalan.²¹ Penentuan harga pokok produksi adalah semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Harga pokok produksi adalah harga pokok barang yang diproduksi meliputi semua biaya bahan langsung yang dipakai, upah langsung serta biaya produksi tidak langsung, dengan perhitungan saldo awal dan saldo akhir barang dalam pengolahan.

Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan menjadi produk jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya-biaya yang tidak berhubungan dengan unit yang masuk dalam

¹⁹ Imam Firmansyah, “*Akuntansi Biaya Itu Gampang*”, (Jakarta: Naga Swadaya, 2015), h. 9.

²⁰ Armanto Witjaksono, “*Akuntansi Biaya*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 10

²¹ Mursyidi, “*Akuntansi Biaya*”, (Bandung: Refika Aditama, 2008), h. 90

penentuan harga pokok produksi merupakan biaya non produksi. Fungsi Harga pokok yang sangat penting yaitu diantaranya:

- 1) Harga Pokok sebagai penetapan harga jual.
- 2) Harga pokok sebagai dasar penetapan laba.
- 3) Harga pokok sebagai dasar penilaian efisiensi.
- 4) Harga pokok dasar pengambilan serbagai keputusan manajemen.

Adapun tujuan harga pokok produksi antara lain:²²

- 1) Menentukan harga pokok jual produksi.

Harga pokok produksi, maka suatu industri dapat juga menentukan harga jual produksinya. Selain itu, manajemen juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berperan dalam penentuan harga jual produk, seperti keadaan pasar dan campur tangan pemerintah.

- 2) Memantau realisasi biaya produksi.

Manajemen membutuhkan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dalam pelaksanaan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu. Untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya. Pengumpulan biaya produksi untuk jangka waktu tersebut dilakukan dengan menggunakan harga pokok produksi.

- 3) Menghitung laba rugi periode.

Manajemen membutuhkan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu, agar

²² Mulyadi, "Penentuan Harga Pokok Dan Pengendalian Biaya," (*Akuntansi Biaya* : 2015), h. 93.

dapat mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran dalam periode mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto.

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang timbul karena adanya aktivitas produksi. proses produksi suatu perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya yang akan digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. Biaya-biaya tersebut dinamakan biaya produksi atau biaya jasa. Harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur biaya yaitu bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik ketiga unsur tersebut harus diperhatikan sebaik mungkin sehingga dalam pengalokasian dan pembebanan biaya produksi dapat dilakukan dengan tepat.²³

Unsur-unsur pada harga pokok produksi yakni biaya produksi yang bersangkutan dengan pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi. Unsur-unsur yang dibutuhkan dalam membentuk harga pokok produksi adalah biaya bahan baku biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.²⁴ Berikut ini definisi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan yang lainnya disebut biaya konversi (*Conversion Cost*). Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.

1) Biaya Bahan Baku

²³ Muhammad Elmi, Indriati Sumarni dan Shinta Apriyanti, “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full costing Terhadap Harga Jual (Studi Pada Olahan Pangan Usaha Mikro Gula Habang (Arenga Pinnata) Aneka Rasa Desa Atau Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong)”, (JAPB : Vol. 2, No. 1, April 2019), h.126.

²⁴ Sari, “Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Harga Pokok Proses Pada PT. Persada.” *Moneter* (2018), h.164.

Bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi.²⁵ Gaji karyawan termasuk kedalam biaya langsung yang menghasilkan suatu produk, dan mencakup bahan baku yang diperlukan untuk memproduksi barang tertentu. Mudahnya biaya tenaga kerja langsung dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya *overhead* pabrik, beban manufaktur, atau beban yang terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke *output* tertentu. Biaya *overhead* pabrik biasanya memasukkan semua biaya produksi selain bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Pembagian biaya dalam harga pokok produksi.

- 1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang secara total dalam rentang relevan (*relevant range*) tetapi per unit berubah dalam jangka panjang sebenarnya semua biaya bersifat variabel meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap.

²⁵ Alfurkaniati, dkk, “*Pengantar Akuntansi I*”, (Medan: Madenatera, 2017), h 182.

- 2) Biaya Variabel (*Variabel Cost*) adalah biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi tetapi per unit bersifat tetap. Bahan langsung dan tenaga kerja langsung dapat digolongkan sebagai biaya variabel.
- 3) Biaya Semi Variabel adalah biaya yang pada aktivitas tertentu memperhatikan karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel.

c. Peran Harga Pokok Produksi

Adapun peran harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai dasar untuk menetapkan harga jual yang hendak ditetapkan adalah harga jual yang pantas, sesuai dengan tingkat laba yang diinginkan. Dengan mengetahui secara pasti berapa nilai (besarnya biaya) yang telah dikorbankan, maka dapat ditentukan harga jual yang pantas.
- 2) Sebagai alat untuk menilai efisiensi suatu proses produksi. Dengan keberhasilan menerapkan efisiensi, harga pokok produksi benar-benar dapat ditekan pada tingkat yang menguntungkan.
- 3) Sebagai dasar untuk menilai tingkat persediaan dalam proses maupun persediaan barang jadi. Dengan mengetahui harga pokok maupun persediaan barang jadi. Dengan mengetahui harga pokok produksi yang melekat pada masing-masing barang tersebut, besarnya nilai persediaan akan dapat dihitung.

d. Pentingnya Harga Pokok Produksi

Perusahaan manufaktur, informasi mengenai harga pokok produksi yang dihitung dalam kurung waktu tertentu sangat berguna bagi manajemen.

Seperti yang telah disebutkan di atas, harga pokok produksi mengandung tiga unsur biaya, yaitu penjumlahan dari tiga unsur biaya yaitu bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Harga pokok diartikan sebagai beban pokok produksi yang meliputi biaya produksi yang timbul dengan memperhitungkan saldo awal dan saldo akhir barang dalam proses produksi.

Informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen perusahaan, bahwa harga pokok produksi itu sendiri terdiri dari tiga unsur biaya bahan baku langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan *overhead* pabrik (*factory overhead*).

Perhitungan harga pokok produksi sangat mempengaruhi penetapan harga jual suatu produk sekaligus penetapan laba yang diinginkan. Dengan demikian ketepatan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi benar-benar diperhatikan karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.²⁶

6. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi terdapat dua metode pendekatan, yaitu metode *full costing* dan *variabel costing*.²⁷

²⁶ Nanang Wahyu Gunanto, "Analisa Harga Pokok Produksi Dengan Full costing Method Dalam Menetapkan Harga Jual Bola Plastik Pada UD. Bumi Putra", (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2015), h. 5

²⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Cetakan Ketujuh*, (Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN), h. 17

Perhitungan harga pokok produksi adalah untuk mengetahui besarnya biaya produksi yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu barang. Pada umumnya biaya produksi tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung disebut juga dengan biaya utama (*prime cost*), sedangkan yang lain disebut biaya konversi (*conversion cost*). Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.²⁸

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam harga pokok produksi. Terdapat dua pendekatan dalam perhitungan HPP, yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

a. Metode *Full Costing*

Full Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, *Overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.²⁹ Terdapat unsur-unsur biaya dalam metode *full costing* yang terdiri dari:

- 1) Biaya Bahan Baku
- 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung
- 3) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel
- 4) Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

²⁸ Bintang Komara dan Ade Sudarma, “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV. Salwa Meubel”, Jurnal Ilmu Ekonomi, [ISSN 20886969] Vol. 5 Edisi 9 Okt 2016, h. 21-22.

²⁹ Anita, “Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah Terhadap Regulasi Harga Di Indonesia.” Jurnal Prmikiran Ekonomi Islam, 2.2 (2019), h. 39–64

Penjelasan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, Biaya *Overhead* pabrik variabel, Biaya *Overhead* pabrik tetap adalah sebagai berikut:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku mentah yang kemudian selanjutnya barang tersebut diolah menjadi produk jadi dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah langsung yang terlibat langsung ke dalam proses produksi.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

a) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

Biaya *Overhead* pabrik variabel biaya *overhead* pabrik yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume aktivitas.

b) Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

Biaya *Overhead* pabrik tetap adalah biaya *overhead* pabrik yang tidak berubah dalam rentang perubahan volume kegiatan tertentu.

Harga pokok produksi menurut metode *full costing* dengan rumus sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	<u>xxx</u> ±
Harga Pokok Produksi	xxx

Penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* pada umumnya ditujukan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode ini menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi pokok yang ada di perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Dengan demikian laporan laba rugi menurut *full costing* akan tampak sebagai berikut:

Penjualan	Rp. xxx	
Harga Pokok Penjualan	<u>(Rp. xxx)-</u>	
Laba Kotor Atas Penjualan		Rp. xxx
Biaya Komersial : Pemasaran	Rp. xxx	
Administrasi dan Umum	<u>(Rp. xxx)-</u>	
Laba Bersih		Rp. xxx

b. Metode Variabel Costing

Metode *variabel costing* yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya pokok produksi yang bersifat variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel.³⁰

³⁰ Jumiadi AW dan Muhammad Rizal, “*Akuntansi Biaya*”, (Medan: CV. Budi Utomo, 2012) h.

Metode *variabel costing* memisahkan informasi biaya berdasarkan menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan produksi. Pendekatan variabel costing dikenal sebagai *contribution approach* yang merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Dalam metode *variabel costing*, menggunakan pendekatan perilaku yang artinya perhitungan harga pokok produksi dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas perilaku biaya-biaya. Biaya yang di bebaskan dalam metode ini adalah biaya non produksi.

Manfaat Informasi yang dihasilkan oleh metode *variabel costing* sangat berguna bagi laporan keuangan di mana penyusutan yang menggunakan metode *variabel costing* ini bermanfaat bagi manajemen untuk : Perencanaan laba jangka pendek, pengendalian biaya dan pembuatan keputusan. *variabel costing* merupakan penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead variabel*.

Berikut adalah uraian perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *variabel costing*.

Penjualan	Rp. xxx	
Harga Pokok penjualan Variabel		(Rp. xxx)
Batas kontribusi bersih	Rp. xxx	

Biaya komersial variabel:

Pemasaran variabel Rp. xxx

Biaya administrasi dan umum variabel

Batas konstibusi bersih Rp. xxx

Biaya tetap: *overhead* pabrik Rp. xxx

Pemasaran tetap Rp. xxx

Administrasi dan umum tetap Rp. xxx

Laba bersih **Rp. xxx**

7. Harga jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan benar dan akurat agar konsumen tertarik dan ingin membeli produk yang disediakan, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Dan harus dilakukan secara tepat dan akurat, sehingga perusahaan mampu bertahan dan memproduksi sawit di tengah pesaing. Perubahan harga dalam jumlah kecil maupun besar akan berdampak pada penjualan produk dalam kuantitas yang cukup besar. Karena itu perusahaan dituntut hati-hati dalam

penentuan harga jual dengan mempertimbangkan berbagai hal. Maka jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah dan terlalu tinggi.

b. Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual suatu produk barang atau jasa merupakan jenis keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual suatu produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan pemasaran atau sektor keuangan, tetapi juga kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual suatu produk atau jasa tidak hanya akan mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa, tetapi juga mempengaruhi total pendapatan perusahaan.³¹

c. Metode Penetapan Harga Jual

Penetapan harga adalah penentuan harga jual. Dalam uraian diatas telah dikemukakan bahwa sesungguhnya biaya produksi dan biaya penjualan bukan merupakan faktor satu-satunya dalam menentukan harga, namun biaya-biaya tersebut akan merupakan suatu bahan pertimbangan yang penting. Suatu kebijakan mengenai penjualan atau politik penjualan dengan penentuan harganya yang tepat mantap memerlukan semua data dan fakta yang berkaitan dengan biaya. Terdapat empat metode dalam penetapan harga jual, yaitu:

- 1) Penetapan harga jual normal (*Normal Pricing*)

³¹ Halim dkk, “*Akuntansi Manajerial*”, (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 4

Manajer yang menentukan harga jual membutuhkan informasi biaya masa yang akan datang lengkap sebagai dasar penetapan harga jual produk dan jasa. Metode penentuan harga jual normal biasanya disebut *cost-plus pricing*, yaitu penetapan harga jual yang ditentukan dengan menambahkan keuntungan biaya masa yang akan datang untuk produksi dan pemasaran produk.

2) Penetapan harga juala dalam *cost type (Cost-Type Contract Pricing)*

Cost type contract adalah kontrak untuk pembuatan produk dan layanan, dimana pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa dengan harga tertentu berdasarkan total biaya aktual yang dikeluarkan oleh produsen ditambah keuntungan yang dihitung sebagai persentase tertentu dari total biaya aktual.

3) Penetapan harga jual pesanan khusus (*Special Order Pricing*)

Penetapan harga jual pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan selain pesanan perusahaan biasa.

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

Penentuan harga jual yang diterapkan oleh peraturan pemerintah, didasarkan pada semua biaya masa yang akan datang ditambah dengan keuntungan yang diharapkan.

d. Strategi Penetapan Harga Jual

Perusahaan dapat menggunakan dua bentuk stertegi untuk menentukan harga produk atau jasa, sebaagai berikut:

- 1) *Skimming Pricing* : bentuk strategi yang menentukan harga jual produk atau jasa dengan menentukan harga jual awal yang relatif tinggi. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dalam jangka pendek.
- 2) *Penetration Pricing* : suatu bentuk dimana harga jual awal relatif lebih rendah untuk menentukan harga jual guna memperoleh pangsa pasar produk atau jasa yang *relative* besar dalam jangka pendek.³²

e. Faktor-Faktor Mempengaruhi Harga Jual

Menentukan harga jual dalam perusahaan hendaknya memperhatikan beberapa faktor mempengaruhinya. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain:

1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangatlah mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa akan naik. Dan sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.

2) Permintaan dan Penawaran

³² Pricilia dkk, Jurnal EMBA: *Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada UD. Martabak Mas Narto Manado*, 2018. h. 4

Permintaan adalah barang yang diminta pembeli pada tingkat harga tertentu dengan asumsi hal-hal lainnya sama. Penawaran adalah berbagai jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu menganggap hal-hal lain sama. Pertemuan antara kurva penawaran dan permintaan menghasilkan keseimbangan yang menunjukkan besarnya harga-harga (harga jual). Bentuk pasar yang dihadapi produsen dan konsumen juga sangat mempengaruhi keseimbangan harga pada kurva permintaan

3) Elastisitas Permintaan

Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk. Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastis maka keputusan akan menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastis, maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil yaitu: persaingan, biaya, tujuan perusahaan, pengawasan pemerintah.

8. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume

Volume adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang diukur dengan selisih antara *fixed overhead* pabrik yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang

sesungguhnya dicapai, jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah dari pada yang semula dianggarkan, akan timbul varians volume menguntungkan yang akan menunjukkan bahwa organisasi beroperasi dengan kapasitas yang lebih rendah dari pada tingkat yang direncanakan, karena masalah ini dapat diinterpretasikan dengan berbeda-beda.³³

b. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi Perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Beberapa para ahli mengemukakan tentang definisi penjualan antara:

Penjualan adalah proses menjual, padahal yang dimaksudkan penjualan dalam laporan laba rugi adalah hasil menjual atau hasil penjualan (*sales*) atau jualan.³⁴

Penjualan (*sales*) adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang di jual. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses pembuatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait baik dibayar secara tunai maupun kredit.

c. Pengertian Volume Penjualan

³³ Basu Swasta, “Analisis Faktor Pendorong Pemasaran Ekspor Dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT Perkebunan Nusantara Ii (Persero) Medan” (Jurnal Ekonomi Bisnis Islam, 2001), h. 31.

³⁴ Ujang Gunawan, “Pengaruh Pendapatan dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor Arga Pura Bahari Megapolitan Sukabumi”, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, 2006, h. 60

Pengertian volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.³⁵ Hal ini bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dilihat dari bentuk unit, kilo, ton atau liter.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.³⁶ Untuk mengetahui volume penjualan minimal tersebut adalah dengan menggunakan analisis titik impas.

Titik impas adalah volume penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian tetapi juga tidak memperoleh laba sama sekali. Titik impas tersebut dapat diketahui dengan

³⁵ Khaliq Ahmad, "Management from Islamic Perspective" *Internasional Islamic University Malaysia*, 2006, h. 334.

³⁶ Freddy Rangkuti, "Strategi Promosi Yang Kreatif & Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication" (PT. Utama Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2011), h.207.

membagi antara total biaya tetap dengan margin kontribusi, itu berarti dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut:

Rumus volume penjualan (titik impas) sebagai berikut:

$$\text{Titik Impas} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Harga}}}$$

Biaya tetap di dalam rumus tersebut adalah biaya tetap keseluruhan yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi keseluruhan produk di dalam suatu periode tertentu. Sementara itu, biaya variabel adalah biaya variabel per unit dan penjualan produk tersebut adalah harga per unit produk. Dari hasil tersebut akan diketahui suatu volume tertentu yang merupakan nilai penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.³⁷

1) Jenis dan Bentuk Penjualan

a) *Trade Selling*

Kondisi yang terjadi apabila produsen dan pedagang besar memberi keleluasaan kepada pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan pengadaan produk baru, sehingga terjadi pemusatan penjualan melalui penyalur dari ada penjualan ke pembeli akhir.

b) *Missionary Selling*

³⁷ Rudianto, "Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Mengambil Keputusan Manajemen", PT. Grasindo, Jakarta 2006, h. 52.

Missionary Selling peningkatan penjualan dilakukan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan memiliki peyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

c) *Teachnical Selling*

Peningkatan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

d) *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis perusahaan asuransi sering menggunakan jenis penjualan ini.

e) *Responsive Selling*

Dua jenis penjualan utama disini adalah “*route driving*” dan “*retailing*”. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembelian ulang.³⁸

Selain itu terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Penjualan Secara Tunai

³⁸ Swasta, “Pengantar Bisnis Modern.”

Penjualan secara *cash and carry* dimana penjualan setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, pembeli langsung menyerahkan pembayaran secara tunai dan bias langsung dimiliki oleh pembeli.

2) Penjualan Kredit

Penjualan *non cash* dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.

3) Penjualan Secara Tender

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4) Penjualan Ekspor

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit* (LC).

5) Penjualan Secara Konsiyasi

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjualan apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.

6) Penjualan Secara Grosir

Penjualan yang dilakukan tidak langsung kepada pembeli, tetapi pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau *importer* dengan pedagang eceran.

d. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Kondisi lapangan yang sebenarnya terjadi perencanaan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor itu yaitu:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual pada hakekatnya jual beli merupakan pemindahan hak kepemilikan suatu barang yang dinilai dengan uang, dimana didalam proses jual beli terdapat dua pihak yang terlibat di dalamnya yaitu yang bertindak sebagai penjual dan yang bertindak sebagai pembeli. Pada bagian inilah dibutuhkanannya peran penjual dalam kaitannya memprovokasi dan meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu meliputi jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk, syarat penjualan (pembayaran, penghantaran, pelayanan purna jual dan sebagainya).
- 2) Kondisi Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat juga mempengaruhi penjualan. Beberapa faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu jenis pasar, kelompok pembeli dan segmennya, daya beli masyarakat, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 3) Modal Perbedaan ketersediaan modal yang dimiliki juga sangat mempengaruhi penjualan perusahaan. Perusahaan dengan modal besar akan cenderung memiliki penjualan yang lebih tinggi karena terkait dengan beban biaya produksi yang dibebankan kepada produk semakin kecil, berbeda dengan perusahaan dengan modal kecil yang mau tidak

mau seluruh beban produksi yang dimiliki dan *mark up* keuntungan yang diharapkan secara keseluruhan dibebankan kepada produk.

- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan
- 5) Faktor Lain (Periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah).

e. Fungsi dan Tujuan Penjualan

Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjualan untuk merealisasikan penjualan seperti:

- 1) Menciptakan permintaan
- 2) Mencari pembeli
- 3) Memberikan syarat-syarat penjualan
- 4) Memindahkan hak milik

Pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan oleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

- 1) Mencapai Volume Penjualan Tertentu
- 2) Menentukan Laba Tertentu
- 3) Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.

f. Tahapan dalam Penjualan

Manajemen pemasaran kontemporer terdapat tahapan-tahapan dalam penjualan meliputi:³⁹

- 1) Prospek merupakan orang yang mempunyai kemampuan untuk membeli yang telah menunjukkan rasa tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. Terdapat dua alasan pokok yang menyebabkan perusahaan harus secara konstan mencari prospek baru.
- 2) Untuk meningkatkan penjualan,
- 3) Untuk menggantinya konsumen yang tidak lagi membeli produk atau jasa perusahaan.

a) Perencanaan Pra-Penjualan

Penjualan yang dilakukan dengan melakukan kunjungan masih dipandang sebagai dasar penjualan pada umumnya, dan perencanaan dan pelaksanaan kunjungan penjualan merupakan dasar keberhasilan, mengetahui konsumen sebelum melakukan kunjungan penjualan akan lebih memungkinkan keberhasilan penjualan. Elemen perencanaan pra penjualan meliputi faktor-faktor objek penjualan, profil konsumen, manfaat bagi konsumen.

b) Presentasi Penjualan

Setiap kunjungan penjualan merupakan presentasi. Penjual menguraikan penjelasan tentang fungsi dan manfaat produk. Prospek memandang presentasi ini sebagai informasi tentang solusi atas problem yang mereka hadapi. Oleh karena itu, setiap kunjungan

³⁹ Machfoedz, "Pengaruh Biaya Dan Biaya Pemasaran Terhadap Hasil Penjualan Pengusahaan Gitar Di Kecamatan Baki" *Manajemen Pemasaran Kontemporer* 2005, h. 245.

penjualan harus direncanakan dengan baik dan mempunyai tujuan jelas.

c) Mengatasi Keberatan

Prospek Keberatan yang di kemukakan oleh prospek merupakan pernyataan ketidak bersedianya untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Keberatan dapat diungkapkan dengan pernyataan, pertanyaan atau bahkan dengan diam. Keberatan konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh penjual dapat diklasifikasikan kedalam empat kategori yaitu keberatan terselubung, tidak memberi jawaban yang jelas, tidak memerlukan produk yang ditawarkan, keberatan keuangan/harga. Beberapa upaya yang bisa dilakukan guna mengatasi keberatan yang dikemukakan oleh prospek yaitu mengatasi keberatan, memandang keberatan sebagai suatu kesempatan, bersikap positif, memahami keberatan, meminta informasi, persyaratan.

d) Menutup Penjualan

Penutupan penjualan merupakan proses untuk membantu prospek dalam mengambil keputusan yang mendatangkan manfaat untuk mereka. Penjual membantu prospek untuk mengambil keputusan dengan menawarkan suatu produk untuk mereka beli. Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan penjual menutup penjualan merupakan hasil presentasi yang dilakukannya.

9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Literatur yang ada hingga kini terdapat beberapa pengertian yang didasarkan pada besar modal dan usahaserta jumlah tenaga kerja yang digunakan.⁴⁰ Usaha mikro kecil dan menengah adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia.⁴¹ Suatu bentuk usaha yang berskala kecil serta memenuhi kriteria kekayaan bersih ataupun dari hasil penjualan dalam setahun serta kepemilikan sebagaimana yang telah dalam undang-undang. Didalam undang-undang sudah dijelaskan dan ditegaskan mengenai masalah usaha mikro kecil menengah.

10. Akuntansi Syariah

a. Pengertian Akuntansi Syariah

Akuntansi Syariah dapat didefinisikan sebagai proses Akuntansi atas akad-akad sesuai ketentuan yang telah ditetapkan oleh yang maha kuasa. Informasi telah di edarkan Akuntansi Syariah terhadap pemakai laporan lebih luas tidak hanya data finansial tetapi juga mencakup kegiatan perusahaan yang bergerak sesuai dengan ketentuan Syariah serta memiliki tujuan sosial yang tidak terhindarkan dalam Islam, misalnya adanya kewajiban pajak.⁴²

⁴⁰ Tulus T.H Tabungan, "UMKM Di Indonesia " (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 45.

⁴¹ Sari, "Pelaksanaan Penjamin Kredit Usaha Dan Menengah Oleh Lembaga Penjamin Kredit (Studi: Bank Negeri Cabang Pasar Raya Padang Dan PT. Askrindo Padang." (Jurnal Ekonomi: 2011), h.12.

⁴² Khaddafi Muammar, et al., eds., *Akuntansi Syariah* (Medan: Madenatera, 2016).

Akuntansi syariah adalah proses Akuntansi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, baik dalam siklus Akuntansinya maupun pencatatannya. Akuntansi juga berproses sebagai transaksi-transaksi syariah seperti murabahah, musyarakah dan mudharabah.⁴³

b. Tujuan Akuntansi Syariah

Tujuan Akuntansi Syariah adalah merealisasikan kecintaan utama kepada Allah SWT, dengan melaksanakan akuntabilitas ketundukan dan kreativitas, atas transaksi-transaksi, kejadian-kejadian ekonomi serta proses produksi dalam organisasi, yang menyampaikan informasinya bersifat material, batin maupun spiritual, sesuai nilai-nilai Islam dan tujuan syariah. Secara umum tujuan Akuntansi Syariah mencakup:

- 1) Membantu mencapai keadilan sosial-ekonomi (Al Falah),
- 2) Mengenal sepenuhnya kewajiban kepada Tuhan, masyarakat, individu sehubungan dengan pihak-pihak yang terkait pada aktivitas ekonomi yaitu akuntan, auditor, manajer, pemilik, dan pemerintah.⁴⁴

c. Prinsip Akuntansi Syariah

Akuntansi syariah memiliki prinsip-prinsip dasar pada prakteknya, yang membedakannya dengan akuntansi konvensional. Berikut ini prinsip-prinsip akuntansi syariah dan penjelasannya:

- 1) Prinsip Pertanggungjawaban (*Accountability*)

Prinsip Pertanggungjawaban (*Accountability*) merupakan konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim.

⁴³ Hery, Teori Akuntansi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019).

⁴⁴ Khaddafi Muammar, et al., eds., *Akuntansi Syariah* (Medan: Madenatera, 2016).

Pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Bagi kaum muslim, persoalan amanah merupakan hasil transaksi manusia dengan sang Khalik mulai dari alam kandungan. Manusia dibebani oleh Allah SWT. Untuk menjalankan fungsi kekhalfahan di muka bumi. Inti kekhalfahan adalah menjalankan atau menunaikan amanah. Banyak Al-Qur'an yang menjelaskan tentang proses pertanggungjawaban manusia sebagai pelaku amanah Allah SWT di muka bumi. Implikasi dalam bisnis dan akuntansi adalah bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggungjawaban apa yang telah diamanahkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait.

2) Prinsip Keadilan

Menurut penafsiran Al-Qur'an surah Al-Baqarah; 282 terkandung prinsip keadilan yang merupakan nilai penting dalam etika kehidupan social dan bisnis, dan nilai *inheren* yang melekat dalam fitrah manusia. Hal ini berarti bahwa manusia itu pada dasarnya memiliki kapasitas dan energi untuk berbuat adil dalam setiap aspek kehidupannya. Pada konteks akuntansi, menegaskan kata adil dalam Al-Qur'an ayat 282 surah Al-Baqarah, dilakukan oleh perusahaan harus dicatat dengan benar.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ
كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي

عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلَيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْتِ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ آجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Terjemahannya:

Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akal, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu

kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.⁴⁵

3) Prinsip Kebenaran

Prinsip ini sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan prinsip keadilan. Sebagai contoh, dalam Akuntansi kita selalu dihadapkan pada masalah pengakuan dan pengukuran laporan. Aktivitas ini akan dapat dilakukan dengan baik apabila dilandaskan pada nilai kebenaran. Kebenaran ini akan dapat menciptakan nilai keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan transaksi-transaksi dalam ekonomi. Maka pengembangan akuntansi islam, nilai-nilai kebenaran, kejujuran dan keadilan harus diaktualisasikan dalam praktik akuntansi. Secara garis besar, bagaimana nilai-nilai kebenaran membentuk Akuntansi Syariah dapat diterangkan.⁴⁶

C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁷ Proses menjalankan usaha harus mempunyai cara menghitung keuntungan, untuk mendapatkan keuntungan setiap pemilik usaha harus mengetahui beban ayau biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi suatu barang, sehingga dapat diketahui harga barang persatuan untuk dijual, penghitungan biaya, produksi dilakukan untuk mengetahui penggunaan biaya operasional setiap produksi, untuk menghitung biaya produksi pemilik usaha

⁴⁵ RI, *Al-Quran Al-Karim Dan Terjemahnya*.

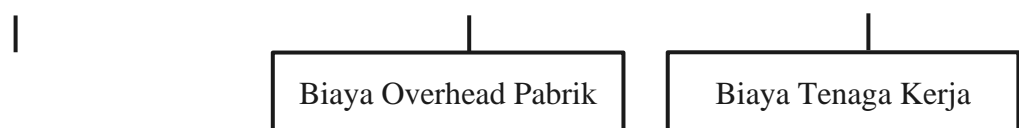
⁴⁶ Khaddafi Muammar, et., eds., *Akuntansi Syariah* (Medan: Madenatera, 2016).

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

harus menghitung jumlah bahan baku yang digunakan, kemudian jumlah biaya tenaga kerja dan semua biaya yang masuk hitungan untuk *overhead* pabrik. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang dapat mendatangkan manfaat di masa yang akan datang yang biasanya berupa laba maupun sisa hasil usaha. Produksi suatu produk akan selalu memerlukan bahan mental atau bahan baku, tenaga kerja langsung, dan hal-hal lainnya yang secara tidak langsung mendukung produksi tersebut. Penggunaan.

Demikian pula yang terjadi di UD. Barokah, perusahaan memerlukan biaya produksi yang berupa biaya bahan baku kedelai dan ragi, serta biaya tenaga kerja langsung berupa upah karyawan dan tenaga tambahan untuk menjalankan kegiatan produksinya hingga akhirnya perusahaan dapat menikmati keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukan, agar memperoleh keuntungan. Akan tetapi dikarenakan bahan pokok dan faktor penunjang produksi lainnya sebagai dasar dalam memproduksi bisa saja mengalami kenaikan, maka perusahaan produksi tempe harus teliti dalam mengetahui serta menghitung biaya produksi yang dipakai dapat memperoleh hasil produksi yang optimal dengan biaya yang minimal.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini, maka penulis membuat suatu bagan kerangka pikir sebagai berikut:



Identifikasi Harga Pokok Produksi

49

Biaya Bahan Baku

Perhitungan Biaya Produksi

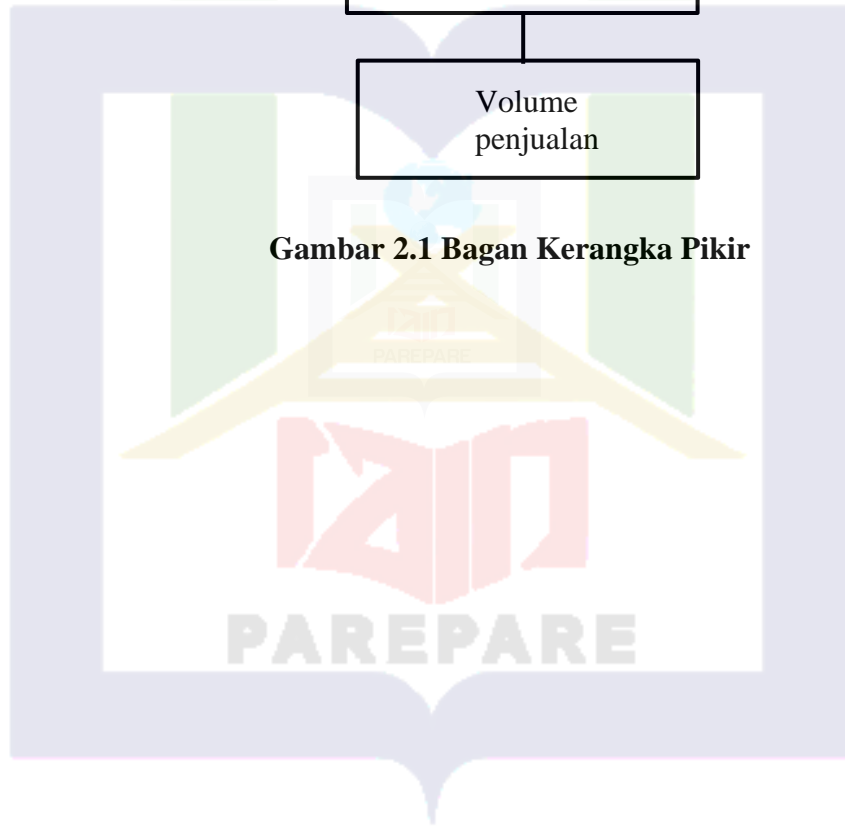
Metode *Full Costing*

Metode sederhana UD. Baroakah

Harga jual

Volume
penjualan

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian adalah semua kegiatan pencarian, penyelidikan, dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi. Berdasarkan penelitian tersebut, maka ketika seseorang melakukan penelitian memerlukan suatu pendekatan tertentu yang sesuai dengan bidang penelitian yang dilakukan.⁴⁸

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif, dimana penelitian ini berdasarkan penemuan-penemuan yang terjadi dilapangan juga banyak menggunakan angka-angka, dan menggunakan jenis penelitian *field riset*. Dimana penggunaan informasi akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan dan penetapan harga jual produk dengan menggumpulkan data yang ada dilapangan berupa biaya-biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya administrasi & umum) untuk menghitung total harga pokok produksi melalui perhitungan *full costing* dan *variabel costing* yang telah ditentukan secara teoritik.

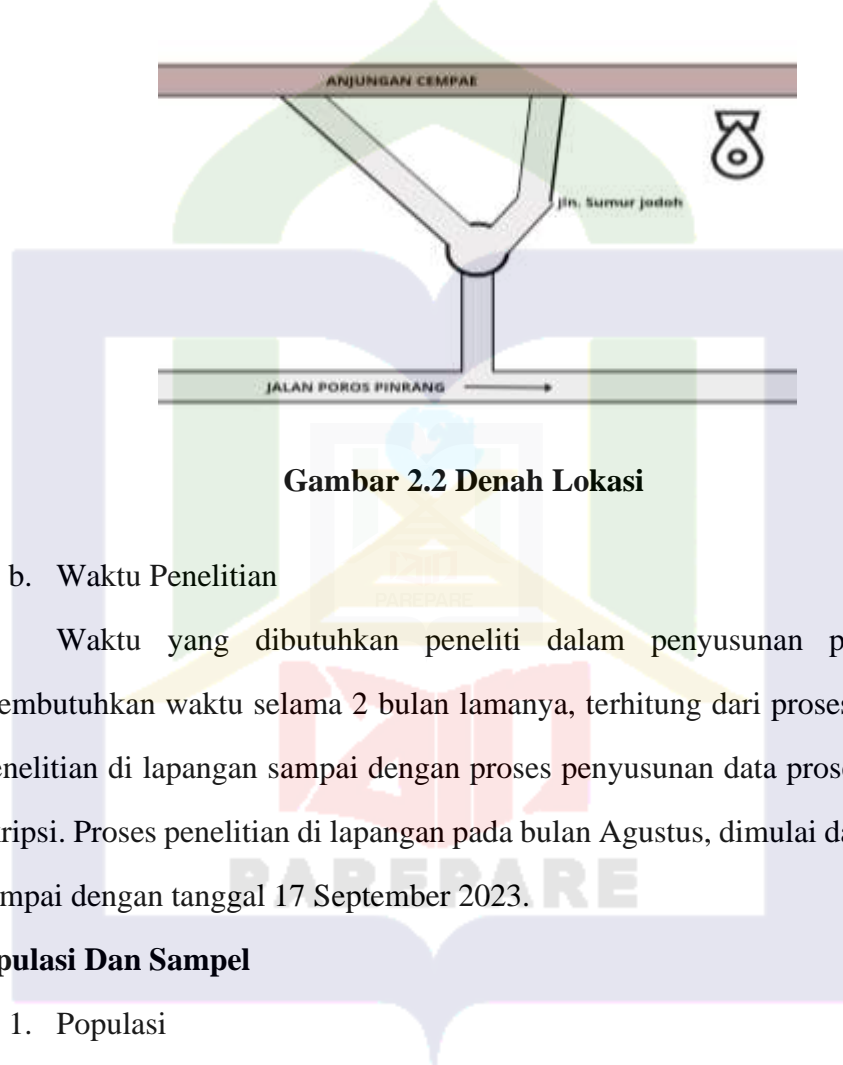
B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

UD. Barokah yang berlokasi di Kecamatan Soreang Kota Parepare masih tergolong sebagai usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Usaha

⁴⁸ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian," (Yogyakarta Literasi Media Publishing, 2015), h. 13.

yang mengelola kacang kedelai menjadi tempe dengan jumlah tenaga kerja tujuh orang yakni Rio, Suriadi, Ismail, Amira, Herani, Rika, Nuriah. Lokasi penelitian ini terletak di Jalan Tanggul Cempae, Kecamatan Soreang Kota Parepare yang dipimpin oleh bapak H. Yayat Ruchyat sampai sekarang.



Gambar 2.2 Denah Lokasi

b. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti dalam penyusunan penelitian ini membutuhkan waktu selama 2 bulan lamanya, terhitung dari proses analisis dan penelitian di lapangan sampai dengan proses penyusunan data proses bimbingan skripsi. Proses penelitian di lapangan pada bulan Agustus, dimulai dari tanggal 16 sampai dengan tanggal 17 September 2023.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok penelitian.⁴⁹ Dalam hal ini populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Adapun populasi dalam

⁴⁹ Muhammad, "Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif."

penelitian ini adalah pemilik perusahaan tempe di UD. Barokah Soreang Kota Parepare.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dalam hal ini teknik sampel yang digunakan penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Teknik *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel yang bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

D. Teknik Pengumpulan dan Penggolongan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi adalah kegiatan mencari data terkait hal atau variabel yang berupa memo, catatan transkrip, nota, pengumuman, dokumen dan sebagainya yang menunjang hasil penelitian.⁵⁰ Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dapat dipercaya jika didukung dengan dokumentasi.

2. Wawancara

Wawancara atau biasa disebut dengan istilah *interview* atau kuesioner lisan adalah kegiatan berdialog dengan tujuan memperoleh informasi dari informan dengan penuh kesadaran.⁵¹ Penelitian dilakukan melalui wawancara dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah

⁵⁰ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta (2010).

disiapkan terlebih dahulu mengenai masalah-masalah yang akan diteliti. Dalam hal ini penulis mewawancarai pemilik perusahaan UD. Barokah Soreang Kota Parepare.

3. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengamatan yang meliputi seluruh kegiatan dengan menempatkan seluruh perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh panca indra.⁵² Observasi merupakan pengamatan dimana peneliti mengamati langsung gejala-gejala objek yang diselidiki baik pengamatan itu dilaksanakan dalam situasi sebenarnya maupun situasi yang diadakan. Observasi sangat perlu guna mendeskripsikan realita Produksi tempe.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu nilai yang digunakan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga dapat memperoleh informasi untuk penarikan kesimpulan. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah:

1. Harga pokok produksi (HPP) adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproses bahan baku ataupun bahan setengah jadi hingga menjadi barang siap dijual.⁵³
2. Pengertian volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.⁵⁴

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta (2010).

⁵³ Hadibroto, "Masalah Akuntansi" (Jakarta: Lembaga Penerbit, 1987), h.60.

⁵⁴ Danang Sunyoto, "Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis." *CAPS (Center for Academic Publishing Service)*, Jakarta, 2013, hlm.179-180.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur data yang dikumpulkannya. Instrumen pengumpulan data ini pada dasarnya tidak dapat dipisah dari metode pengumpulan data.⁵⁵

Untuk memperoleh data dan informasi yang valid dan akurat, dilakukan wawancara secara mendalam terhadap informan-informan yang dijadikan sumber informasi. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan Teknik observasi dan wawancara. Dalam Teknik observasi dan wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan biaya produksi.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kuantitatif yang menggunakan perhitungan angka-angka untuk mengetahui harga pokok produksi yang akan dihasilkan oleh rumus berikut.

Adapun rumus penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing*.

Penentuan Harga Pokok Produksi

1. Metode *full costing*

Biaya Bahan Baku	Rp. xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Pabrik	<u>Rp. xxx</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. xxx

⁵⁵ Brier and ia dwi jayanti, "Instrumen Pengumpulan Data."

2. Metode *variabel costing*

Biaya Bahan Baku	Rp. xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Pabrik	<u>Rp. xxx</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. xxx

3. Metode penentuan harga jual dengan *mark Up Pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{biaya produksi} + (5\% \times \text{biaya produksi})$$

4. Metode perhitungan volume penjualan

$$\text{Volume Penjualan} = \frac{\text{Jumlah Produksi Per Unit} \times \text{Harga}}{\text{Perunit}}$$

$$\text{Volume Titik Impas} = \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Unit}}$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dihasilkan untuk mendeskripsikan rumusan masalah terkait dengan perhitungan harga pokok produksi dengan mengidentifikasi data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik dari perusahaan UD. Barokah untuk menentukan harga jual tempe dengan menggunakan metode *full costing* dengan metode sederhana UD. Barokah dengan melakukan analisis titik impas untuk proyeksi volume penjualan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer dimana data-data tersebut diolah dan akan menghasilkan hasil penelitian yang dijadikan dasar menjawab rumusan masalah penelitian, objek penelitian dalam penelitian ini adalah pembuat tempe di UD Soreang Kota Parepare

Soreang adalah sebuah Kecamatan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan yang jarak pusat Kecamatan dengan Ibu Kota Parepare kurang lebih tujuh kilometer. Adapun jenis usahanya yaitu para pengusaha mikro kecil dan menengah di Kelurahan Watang Soreang yang rata-rata berdiri kurang lebih tiga sampai lima tahun dan ada juga sudah hampir dua puluh tahun yang lalu yang bergerak dalam bidang perdagangan. Perusahaan tempe tersebut sudah dilakukan oleh para nenek leluhur perusahaan UD. Barokah dan kebanyakan dari generasinya melanjutkan usaha yang dirintis oleh keluarganya, maka dari itu UD. Barokah menjadi pemasok tempe cukup besar di Kelurahan Soreang dan juga terkadang ada yang membeli tempe dari luar Kota Parepare. Pak Yayat meneruskan usaha tempe pada tahun 1972, beliau adalah seorang perantaraan

dari Jawa Barat sejak SD, beliau memulai menekuni pembuatan tempe sejak duduk usia 13 tahun membantu orang tuanya dan tidak melanjutkan pendidikannya. Keluarga beliau bisa dikatakan orang pertama pembuat tempe di Kota Parepare sehingga sampai sekarang usaha beliau cukup besar dan diminati banyak pedagang.

Produksi tempe dulunya agar kacang kedelai pecah dengan cara di injak-injak dengankaki dilapisi oleh plastik agar kebersihan tetap terjaga itu memerlukan waktu yang cukup lama. Masa modernisasi sangat mendukung proses pembuatan tempe dimana sekarang ada alat-alat atau mesin yang dapat mempermudah proses pembuatan tempe dan yang pastinya tidak memerlukan waktu yang cukup lama dalam proses pembuatan tempe. Perusahaan ini mulai berkembang pada tahun 2010. UD. Barokah ini dipimpin oleh bapak H. Yayat dan mempunyai tujuh karyawan yakni Rio, Suriadi, Ismail, Amira, Herani, Rika, Nuriah yang membantunya untuk menjalankan perusahaan ini.

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Sederhana perusahaan UD. Barokah

Tabel 4.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Tempe Di UD. Barokah

No.	Keterangan	Kuantitas	Harga satuan	Jumlah
1.	Kacang Kedelai	4.500 Kg	Rp. 12.500	Rp. 56.250.000
2.	Ragi	4.000 Gram	Rp. 17.000	Rp. 136.000
3.	Gaji Tetap	1 Orang	Rp. 2.400.000	Rp. 2.400.000
4.	Gaji Pembuatan Tempe	5 Orang	Rp. 600.000	Rp. 3.000.000
5.	Plastik	3 Kilo	Rp. 27.000	Rp. 81.000
6.	Kayu Bakar	3 Mobil	Rp. 25.000	Rp. 75.000
7.	Listrik	-	-	Rp. 400.000
Jumlah biaya Produksi				Rp. 58.342.000
Jumlah produksi				15.000 Bungkus
HPP= Jumlah Biaya Produksi/ Jumlah produksi				Rp. 3.889

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa perusahaan UD. Barokah hanya mengakui biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung saja. Sedangkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis dalam menentukan harga pokok produksi dengan metode *full costing* peneliti mengelompokkan biaya-biaya kedalam beberapa macam dan pengeluaran yang didasarkan pada harga *rill* dari yang sebenarnya yang terjadi di UD. Barokah. Hal ini penting untuk memudahkan dalam perhitungan biaya tersebut.

2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Dan Metode *Variabel Costing*

Perhitungan harga pokok produksi pada UD. Barokah UD. Barokah sangat diperlukan untuk dijadikan tolok ukur pertama untuk melakukan penetapan harga jual tempe. Peneliti telah melakukan pengumpulan data dimana data-data tersebut akan diperlukan untuk menghitung harga pokok produksi tempe yang diperoleh dari UD. Barokah di Soreang Kota Parepare. Data yang dikumpulkan oleh penulis adalah data mengenai biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dan volume yakni adalah:⁵⁶

- a. Biaya yang berhubungan dengan produksi barang diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya prima (*Prime Cost*) dan biaya Konversi (*Conversion Cost*).
- b. Biaya yang berhubungan dengan volume diklasifikasikan menjadi empat yaitu biaya variabel (*Variable Cost*), biaya tetap (*Fixed Cost*), biaya semi variabel (*Semi Variable Cost*), biaya penutupan (*Shutdown Cost*).

⁵⁶ Syaiful Bahri, *Teori Akuntansi*, (Bandung : CV.Media Sains Indonesia, 2022), h.161.

- 1) Biaya variabel adalah biaya keseluruhan yang dominan tidak tetap atau berubah-ubah secara proporsional sesuai dengan perubahan kualitas produksi per unitnya tetap.
- 2) Biaya tetap adalah biaya yang berada dalam unit tidak tetap atau berubah-ubah akan tetapi dalam totalnya selalu konstan, meski ada batasan *Interval* tertentu.
- 3) Biaya Semi Variabel adalah biaya yang memuat dua hal inti yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
- 4) Biaya Penutupan adalah biaya tetap yang dibebangkan ketika perusahaan tidak memproduksi barang.

Analisis data bahwa perusahaan belum menghitung semua biaya yang seharusnya juga di perhitungkan oleh perusahaan. Biaya-biaya yang terjadi pada UD. Barokah terbagi menjadi 3 bagian yaitu : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik itu diperlakukan secara variabel maupun secara tetap. Berdasarkan wawancara bersama dengan pemilik UD. Barokah menyatakan bahwa penetapan harga pokok produksi

- a. Biaya Bahan Baku

Biaya yang dikeluarkan UD. Barokah dalam menjalankan produksi tempe menggunakan kedelai dan ragi. Untuk setiap hari produksi diperlukan sebanyak 150 kg kedelai. Biasanya yang dikeluarkan untuk membeli kedelai adalah Rp 12.500 /kg. sehingga biaya yang diperlukan untuk bahan baku pembuatan tempe per bulan sebesar Rp. 1.875.000 x 30 hari = Rp. 56.250.000. selain kedelai diperlukan juga ragi sebanyak 500 gram dengan harga Rp. 17.000.

biasanya memerlukan 4 bungkus dalam 1 bulan sehingga dapat diperoleh Rp. 17.000 x 4 = Rp.68.000. Dengan perolehan perbulannya produksi sebanyak 15.000 bungkus tempe yang siap untuk di dikonsumsi. Berdasarkan wawancara bersama dengan UD. Barokah menyatakan bahwasanya :

“Proses produksi pada UD. Barokah dilakukan setiap hari. Berdasarkan wawancara bersama dengan pemilik UD. Barokah menyatakan bahwa penetapan harga pokok produksi.”⁵⁷

Data bahan baku yang diperlukan oleh UD. Barokah dalam 1 kali produksi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Biaya-biaya bahan baku UD. Barokah

Keterangan	Kuantitas	Harga satuan	Jumlah
Kacang Kedelai	150 kg	Rp.12.500	Rp. 56.250.000
Ragi	500 gram	Rp.17.000	Rp. 68.000
Total			Rp. 56.318.000

2

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Produksi tempe membutuhkan tenaga kerja, dalam hal ini tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi sebanyak 7 orang, tetapi hanya 1 orang yang digaji perbulannya sebanyak Rp. 2.400.000 dan keenamnya tergantung banyaknya dari memproduksi digaji perhari sebanyak Rp. 20.000 perharinya bertugas, perhitungan tenaga kerja langsung ditentukan dengan jumlah upah yang diterima perhari dikali dengan upah yang ditetapkan.

⁵⁷ Wawancara dengan pemilik usaha UD. Barokah, pada tanggal 8 November 2023

Tabel 4.4 Biaya-biaya Tenaga Kerja UD. Barokah

No	Keterangan	Karyawan	Biaya Sekali Produksi	Biaya Pekerjaan Perbulan
1.	Bagian membersihkan kulit ari	Rio	Rp. 46.000	Rp. 1.400.000
2.	Bagian pemasakan	Suriadi	Rp. 80.000	Rp. 2.400.000
3.	Bagian pencetakan	Ismail	Rp. 20.000	Rp. 600.000
4.	Bagian Membungkus	Amira & Herani	Rp. 40.000	Rp. 1.200.000
5.	Bagian Menimbang	Rika	Rp. 20.000	Rp. 600.000
6.	Bagian Mengepres	Nuriah	Rp. 20.000	Rp. 600.000
Total			Rp. 226.000	Rp. 6.800.000
Total Per tahun				Rp. 81.600.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Biaya tenaga kerja langsung di UD. Barokah pada tabel 4.4 terdapat 4 bagian yang terdiri dari :

1) Bagian membersihkan kulit ari

Bagian membersihkan kulit ari dikerjakan oleh Rio. Rio mendapatkan gaji sebesar Rp. 46.000 yang tergantung dari banyaknya yang dibersihkan, terkadang dalam sehari melakukan 2 kali produksi yakni $2 \times \text{Rp. } 46.000 = \text{Rp. } 92.000$ perharinya.

2) Bagian pemasakan

Bagian pemasakan dikerjakan oleh Suriadi dengan gaji tetap perbulannya sebesar Rp. 2.400.000

3) Bagian pencetakan

Bagian pencetakan dikerjakan oleh Ismail dengan gaji perhari dan tergantung banyaknya produksi, sekali produksi sebanyak Rp. 20.000 per sekali kerja atau perhari.

4) Bagian Membungkus

Bagian Membungkus terdiri dari 2 karyawan Amira dan Herani dengan gaji perhari dan banyaknya produksi, sekali produksi sebanyak Rp. 20.000 per sekali kerja atau perhari.

5) Bagian menimbang

Bagian menimbang dikerjakan oleh Rika dengan gaji perhari dan tergantung banyaknya produksi, sekali produksi sebanyak Rp. 20.000 per sekali kerja atau perhari.

6) Bagian Mengepres

Bagian Mengepres dikerjakan oleh Nuriah dengan gaji perhari dan tergantung banyaknya produksi, sekali produksi sebanyak Rp. 20.000 per sekali kerja atau perhari.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *Overhead* pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah jenis pengeluaran yang tidak berkaitan secara langsung dengan proses produksi barang ataupun jasa. Biaya ini umumnya sering kali tidak dihitung secara rinci oleh perusahaan dalam menghitung harga pokok produksinya. Biaya *overhead* pabrik yang digunakan pada UD. Barokah adalah sebagai berikut.

1) Biaya *Overhead* Variabel

Biaya *Overhead* pabrik variabel pada home industri tempe UD. Barokah terdiri dari biaya plastik, kayu bakar, dan listrik.

a) Plastik

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha UD. Barokah setiap minggu UD. Barokah menghabiskan biaya untuk plastik sebanyak Rp. 324.000.

Tabel 4.5 Biaya Plastik UB. Barokah

No.	Keterangan	Kuantitas	Jumlah
1.	Plastik	12 Kilo	Rp. 324.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

b) Biaya Kayu Bakar

Bahan bakar untuk memasak kedelai pada UD. Barokah masih menggunakan bahan bakar kayu dalam seminggu produksi menghabiskan biaya sebesar Rp. 75.000 dengan memperoleh kayu sebanyak 3 mobil pickup.

Tabel 4.6 Biaya Kayu Bakar UB. Barokah

No.	Keterangan	Kuantitas	Jumlah
1.	Kayu Bakar	3 Mobil	Rp. 300.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

c) Biaya Listrik

Biaya listrik digunakan untuk menarik air dari dalam bor air, karena dalam produksi tempe di UD. Barokah memerlukan air yang banyak untuk biaya listrik sendiri di UD. Barokah menghabiskan biaya sebesar Rp. 400.000.

Tabel 4.7 Biaya Listrik dan air UB. Barokah

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Listrik	Rp. 400.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Berikut ini adalah jumlah keseluruhan pada biaya *Overhead* pabrik variabel dapat dilihat tabel berikut

Tabel 4.8. Biaya *Overhead* Pabrik Variabel UB. Barokah

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Plastik	Rp. 324.000
2.	Kayu Bakar	Rp. 300.000
3.	Listrik	Rp. 400.000
Total		Rp 1.024.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Tabel 4.8 biaya *Overhead* pabrik Variabel pada perusahaan UD. Barokah seminggu sekali produksi sebesar Rp. 1.024.000.

2) Biaya *Overhead* Tetap

Biaya *Overhead* pabrik tetap adalah biaya *Overhead* pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Salah satu biaya *Overhead* pabrik tetap adalah biaya penyusutan. Penggunaan peralatan dapat menyebabkan penyusutan pada nilai peralatan.

a) Biaya Gedung

Luas bangunan yang digunakan dalam proses produksi yaitu sekitar $10 \times 16 \text{ m}^2$ Harga perolehan kurang lebih Rp 80.000.000.

b) Biaya Mesin Giling

Mesing Giling di gunakan untuk memecah biji kedelai supaya memudahkan memisahkan kulit dan biji kedelai. Harga perolehan Rp. 3.000.000 x 2 unit = Rp. 6.000.000.

c) Biaya Mesin Uap (Tungku Pemasak)

Mesin Uap (tungku pemasak) digunakan untuk memasak biji kedelai dengan cara di uapkan. Harga perolehan mesin uap (tungku pemasak) Rp. 5.000.000 x 2 unit = Rp. 10.000.000.

d) Biaya Kipas

Kipas Angin di gunakan untuk mendinginkan biji kedelai yang sudah dimasak. Kipas angin yang digunakan ada 2 kipas dengan masing-masing harga sebesar Rp. 700.000 sehingga harga perolehan kipas angin $2 \times \text{Rp. } 700.000 = \text{Rp. } 1.200.000$.

e) Biaya *Blower* (kipas api)

Biaya *Blower* (kipas api) di gunakan untuk mengipas api di dalam tungku. Kipas api (*blower*) yang digunakan sebanyak 2 kipas api dengan harga perolehan dari kipas biaya *blower* (kipas api) Rp. 500.000. Sehingga $2 \times \text{Rp. } 500.000 = \text{Rp. } 1.000.000$.

f) Biaya Drum

Drum digunakan untuk merendam kedelai, banyak drum yang di gunakan untuk merendam kedelai sebanyak 8 unit. Harga perunit drum Rp. 250.000. maka harga perolehan dari biaya drum adalah Rp. 2.000.000.

g) Biaya Keranjang

Keranjang digunakan untuk menampung kedelai setelah kedelai di rendam selama 12 jam. Keranjang yang digunakan dalam menampung sebanyak 10 unit. Harga perunit keranjang Rp. 25.000. Maka harga perolehan dari biaya keranjang adalah $\text{Rp. } 25.000 \times 10 \text{ unit} = \text{Rp. } 250.000$.

h) Biaya Kain

Kain digunakan untuk meniriskan air sekaligus mendinginkan kedelai setelah kedelai di masak. Kain yang digunakan sepanjang 1/75 meter dengan harga Rp. 22.000. maka harga perolehan dari biaya kain 12 bulan x Rp. 22.000 hasil biaya kain sebesar Rp. 264.000.

i) *Jet Pump*

Jet pump digunakan untuk menyalurkan air. Harga perolehan *Jet Pump* Rp. 1.250.000.

j) Alat Kemas

Alat kemas digunakan untuk merekatkan plastic yang sudah di isi kedelai. Alat kemas kedelai berjumlah 1 unit maka harga perolehan alat kemas Rp. 325.000.

k) Timbangan

Timbangan di gunakan untuk mengukur berat kedelai yang akan di kemas. Harga perolehan timbangan Rp. 250.000 x 3 unit = Rp. 750.000.

l) Biaya Papan Pendingin

Papan pendingin digunakan untuk mendinginkan kedelai yang telah dimasak. Harga perolehan papan pendingin Rp. 1.750.000

m) Lemari Fermentasi Tempe

Lemari fermentasi tempe digunakan untuk menyimpan tempe yang ingi di fermentasi hingga siap dikonsumsi atau dijual dengan berbahan dasar kayu yang di desain sedemikian

rupa. Banyaknya lemari fermentasi tempe yang dibutuhkan untuk tempat fermentasi tempe sebanyak 30 unit dengan harga Rp. 1.500.000 x 30 unit = Rp. 30.000.000.

Perhitungan biaya menggunakan metode garis lurus, berikut tabel total perhitungan biaya *Overhead* pabrik tetap UD. Barokah tentang biaya penyusutan.

Tabel 4.9 Biaya *Overhead* Tetap UD. Barokah tahun 2022

No.	Keterangan	Jumlah unit	Harga prolehan	Umur Ekonomi	Biaya Penyusutan pertahun
1.	Bagunan	10x16 m ²	Rp. 80.000.000	10 Tahun	Rp. 8.000.000
2.	Timbangan	3 Unit	Rp. 250.000	5 Tahun	Rp. 50.000
3.	Mesin Giling	1 Unit	Rp. 3.000.000	5 Tahun	Rp. 600.000
4.	Mesin Uap	2 Unit	Rp. 5.000.000	7 Tahun	Rp. 714.000
5.	Kipas Angin	2 Unit	Rp. 700.000	5 Tahun	Rp. 140.000
6.	Blower (Kipas Api)	2 Unit	Rp. 500.000	5 Tahun	Rp. 100.000
7.	Drum	8 Unit	Rp. 250.000	5 Tahun	Rp. 50.000
8.	Keranjang	10 Unit	Rp. 25.000	1 Tahun	Rp. 25.000
9.	Kain	$\frac{1}{75}$ Meter	Rp. 22.000	1 Tahun	Rp. 22.000
10.	Alat Kemas	1 Unit	Rp. 325.000	7 Tahun	Rp. 65.000
11.	Papan Pendingin	1 Unit	Rp. 1.750.000	10 Tahun	Rp. 175.000
12.	Jet Pump	1 Unit	Rp. 1.250.000	7 Tahun	Rp. 180.000
13.	Lemari Fermentasi	30 Unit	Rp. 1.500.000	10 Tahun	Rp. 150.000
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik					Rp.10.271.000
Biaya <i>Overhead</i> Tetap Perbulan					Rp. 856.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Biaya *overhead* pabrik tetap yang dicatat yaitu sebesar Rp. 10.271.000 yang dihitung berdasarkan metode peyusutan garis lurus. Jumlah keseluruhan dari biaya *Overhead* pabrik UD. Barokah yaitu:

Tabel 4.10 Perbandingan Biaya *Overhead* pabrik

Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
Rp. 10.271.000	Rp. 1.024.000	Rp. 11.295.000

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Tabel 4.10 total biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 11.295.000. Biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel.

d. Rincian Biaya

Rician biaya ini merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan selama pembuatan tempe. Yang termasuk dalam rincian biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Tabel 4.11. Rincian Biaya

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 56.318.000
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.800.000
3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 11.295.000
	Jumlah	Rp. 74.413.000
	Jumlah Produksi	15.000 Bungkus

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Tabel 4.11 dilihat bahwa total dari harga pokok produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp. 74.413.000. Hal ini diperoleh dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel dan UD. Barokah berhasil membuat tempe sebanyak 15.000 dalam satu tahun.

3. Penetapan Harga Jual Tempe

Penetapan harga jual tempe sangatlah diperlukan untuk menstabilkan laba perusahaan. Penetapan harga jual yang hanya mengandalkan insting saja dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Untuk itu butuh yang namanya penetapan harga penjualan. Perhitungan untuk penetapan harga jual

perlu melihat jumlah dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel maupun biaya *overhead* pabrik yang bersifat tetap. Sebelum menetapkan harga jual tempe perlu diketahui terlebih dahulu berapa nilai harga pokok produksi yang di gunakan, perhitungan harga pokok produksi pun memiliki dua cara perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing*.

Berikut ini perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* beserta dengan penentuan harga jualnya.

a) Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing*

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode ini adalah cara perhitungan dengan mengakumulasikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi, baik itu biaya yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel. Berikut ini perhitungan biaya produksi dengan menggunakan pendekatan *full costing* :

Biaya Bahan Baku	Rp. 56.318.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.800.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	Rp. 10.271.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik variabel	Rp. 1.024.000 +
Total Biaya Produksi”	Rp. 74.413.000

$$\text{Biaya perunit} = \frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}}$$

$$= \frac{\text{Rp. 74.413.000}}{15.000}$$

$$= \text{Rp. 4.960}$$

Perhitungan biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan satu bungkus tempe yaitu sebesar Rp. 4.960. Adapun penentuan harga jual, pabrik tempe menggunakan penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing method*) dimana dengan menghitung jumlah seluruh biaya perunit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang ingin di kehendaki.

Rumus:

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produksi} + (\% \text{ mark up} \times \text{Biaya Produksi}) \\ &= \text{Rp. 74.413.000} + (5\% \times 74.413.000) \\ &= \text{Rp. 78.133.650} \end{aligned}$$

Total harga jual yang dapat diperbolehkan oleh UD. Barokah adalah sebesar Rp. 70.517.865 dikarenakan laba yang diharapkan sebesar 5% dari harga biaya produksi.

$$\begin{aligned} \text{Harga jual perunit} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Jumlah Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 78.133.650}}{15.000} \\ &= \text{Rp. 5.208,91} \end{aligned}$$

Perhitungan diatas mengenai harga jual tempe per unitnya itu didapatkan hasil sebesar Rp. 5.208 ini diperoleh dari nilai keseluruhan harga jual dibagi dengan jumlah produk yang dibuat.

b) Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Variabel Costing*

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode variabel costing ini berbeda dengan metode *full costing* ini dikarenakan apabila menggunakan metode variabel costing perhitungan dari biaya-biaya yang dikeluarkan pada proses produksi, yang dihitung adalah hanya biaya variabel saja.

Biaya variabel ini adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah akan tetapi perubahannya sebanding dengan banyaknya jumlah produksi ataupun banyaknya jumlah penjualan. Berikut ini perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variabel costing* beserta dengan harga jualnya:

Biaya Bahan Baku	Rp. 56.318.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.800.000”
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik variabel	Rp. 1.024.000 +
Total Biaya Produksi”	Rp. 64.142.000

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per unit} &= \frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp.64.142.000}}{15.000} \\ &= \text{Rp. 4.276} \end{aligned}$$

Perhitungan biaya produksi adalah biaya yang digunakan untuk menghasilkan satu bungkus tempe yaitu sebesar Rp. 4.276.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produksi} + (\% \text{ mark up} \times \text{Biaya Produksi}) \\ &= \text{Rp. 64.142.000} + (5\% \times 64.142.000) \\ &= \text{Rp. 64.142.000} + 3.207.100 \\ &= \text{Rp. 67.349.100} \end{aligned}$$

Total harga jual yang dapat diperbolehkan oleh UD. Barokah adalah sebesar Rp. 67.349.100 dikarenakan laba yang diharapkan sebesar 5% dari harga biaya produksi.

$$\begin{aligned} \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Jumlah Unit}} \\ &= \frac{\text{Rp. 67.349.100}}{15.000} \\ &= \text{Rp. 4.489,94} \end{aligned}$$

Perhitungan diatas mengenai harga jual tempe per unitnya itu didapatkan hasil sebesar Rp. 4.489.

4. Perbandingan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Dengan *Variabel Costing*

Perbandingan harga pokok produksi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana selisih antara biaya yang telah dikeluarkan sehingga perusahaan dapat menentukan metode perhitungan mana yang telah efisien untuk dipakai oleh perusahaan sehingga laba dari perusahaan dapat diperoleh secara maksimal. Berikut perbandingan perhitungan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual pada UD. Barokah.

Tabel 4.12. Perbandingan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *full costing* dan *variabel costing*

Keterangan	<i>Full Costing</i>	<i>Variabel Costing</i>	Selisih
Harga Pokok Produksi	Rp. 74.413.000	Rp. 64.142.000	Rp. 10.271.000
Biaya Per Unit	Rp. 4.960	Rp. 4.276	Rp. 680

Harga Jual	Rp. 78.133.650	Rp. 67.349.100	Rp. 10.784.550
Harga Jual Per Unit	Rp. 5.208	Rp. 4.489	Rp. 719

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Perbandingan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dengan variabel *costing* yang ada pada tabel di atas untuk penentuan harga jual tempe sangat terlihat jelas bahwa selisih yang ada sangat kecil antara perhitungan menggunakan metode *full costing* dan variabel *costing*.

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan dengan metode *full costing* itu sebesar Rp. 74.413.000 sedangkan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variabel costing* yakni sebesar Rp. 64.142.000. terlihat jelas selisih yang ada antara dua metode perhitungan ini yakni dengan selisih Rp. 10.271.000.

Selisih ini terjadi karena pada perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *variabel costing* yang dihitung hanyalah biaya-biaya yang bersifat variabel, dalam artian biaya yang dapat berubah-ubah sesuai dengan kondisi volume atau pun besaran penjualan sedangkan dalam perhitungan menggunakan metode *full costing* keseluruhan biaya yang dikeluarkan pada saat produksi itu di hitung.

Perhitungan biaya per unit dalam metode *full costing* sebesar Rp. 4.960 sedangkan perhitungan biaya per unit dalam metode *variabel costing* itu sebesar Rp. 4.276 selisih yang ada dalam perhitungan harga per unit ini yaitu sebesar Rp. 680 selisih ini terjadi sejalan dengan hasil akumulasi perhitungan harga pokok produksi tempe.

Perbandingan perhitungan harga jual memiliki selisih sebesar Rp. 78.133.650. dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *full costing* sebesar Rp. 67.349.100 tentunya metode perhitungan *full costing* ini lebih besar dibandingkan dengan metode perhitungan *variabel costing* yang memiliki hasil perhitungan harga jual sebesar Rp. 10.784.550.

Harga jual per unit yang didapatkan setelah dihitung menggunakan metode *full costing* hasil yang didapatkan adalah sebesar Rp. 5.208 sedangkan menggunakan metode *variabel costing* hasil yang didapatkan adalah sebesar Rp. 4.489 selisih sebesar Rp. 719 yang timbul dikarenakan sejak awal sudah terdapat pembebanan biaya yang berbeda, perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* lebih besar dibandingkan dengan metode *variabel costing* secara otomatis yang akan berdampak ke perhitungan harga pokok produksi per unitnya, setelah itu dampaknya akan ke harga jual dan akan sampai ke harga jual per unitnya.

Adanya kedua metode perhitungan ini yakni metode *full costing* dan *variabel costing* akan sangat mempermudah perusahaan untuk dapat memaksimalkan laba perusahaannya, itu dikarenakan perusahaan dapat menentukan harga jualannya sesuai dengan laba yang diharapkan perusahaan, sehingga perusahaan akan tetap berjalan tanpa terkendala oleh masalah biaya. Jika perusahaan ingin menetapkan harga jual yang rendah perusahaan dapat menggunakan metode *variabel costing* begitupula sebaliknya, jika ingin perusahaan ingin menetapkan harga jual yang tinggi perusahaan dapat menggunakan perhitungan dengan *full costing*.

5. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode Sederhana UD. Barokah Dengan Metode *Full Costing*

Tabel 4.13. Perbandingan perhitungan harga pokok produksi metode sederhana UD. Barokah dengan metode *full Costing*.

Keterangan	Biaya produksi perbulan	HPP / bungkus	Keuntungan yang diinginkan	Harga jual	Laba bersih
Metode sederhana	Rp.58.342.000	Rp. 3.889	5%	Rp. 4.083	Rp. 194
Metode <i>full costing</i>	Rp.74.413.000	Rp. 4.960	5%	Rp. 5.208	Rp. 248
Selisih harga pokok produksi dari dua metode				Rp. 1.071	

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Menentukan harga pokok produksi pada umumnya menggunakan 2 metode. Dalam pembahasan kali ini digunakan metode *full costing*. Pada metode ini semua biaya produksi yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap dianggap bagian dari harga pokok produksi. Jika perusahaan salah ketika menentukan harga pokok produksi, bisa jadi perusahaan merugi karena ternyata biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh. Untuk menghindari kesalahan dalam menentukan harga pokok produksi sebaiknya harus mengetahui komponen apa saja yang harus ada dalam perhitungan tersebut.

Analisis dengan membandingkan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini UD. Barokah dan menghitung menurut metode *full costing* terdapat perbedaan pada:

a) Harga Pokok Produksi

Perbandingan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dengan metode sederhana UD. Barokah pada tabel 4.13. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode

full costing Rp. 4.960 sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode dari UD. Barokah sebesar Rp. 3.8891 terlihat jelas selisih yang ada antara dua metode perhitungan ini yakni dengan selisih Rp. 1.071.

Selisih ini timbul dikarenakan dalam perhitungan harga pokok dengan menggunakan metode sederhana UD. Barokah yang dihitung hanya biaya-biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung saja tanpa memasukkan biaya *overhead* pabrik baik yang tetap maupun yang variabel.

b) Harga Jual

Penentuan harga jual perusahaan selama ini berdasarkan perkiraan perusahaan sebesar Rp. 4.083 menurut perusahaan dengan harga seperti itu perusahaan sudah mendapatkan keuntungan padahal sebenarnya jika dihitung menggunakan metode *full costing* perusahaan tidak mendapat keuntungan karena nilai dari perhitungan metode *full costing* harga pokok produksinya, yaitu sebesar Rp. 5.208 perusahaan seharusnya menjual dengan harga diatas harga pokok produksi metode *full costing* untuk mendapatkan keuntungan.

c) Laba Bersih

Perhitungan penetapan harga jual berdasarkan pasar. Laba yang diperoleh dengan menggunakan metode sederhana perusahaan tempe UD. Barokah memperoleh laba sebesar Rp. 194, sedangkan metode *full costing* memperoleh laba sebesar Rp. 248 Sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan produksi tempe lebih lanjut.

Hasil ini terlihat bahwa perusahaan harus melakukan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* lebih baik dibandingkan jika menggunakan perhitungan menurut UD. Barokah yang cara perhitungannya sangat sederhana, serta tidak semua biaya yang keluar untuk produksi dihitung. Ditinjau dari perhitungan, metode *full costing* telah membebankan semua biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi. Harga pokok produksi adalah semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang terlibat dalam proses meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Disisi lain, penggunaan metode *full costing* akan menunjukkan hasil harga jual yang optimal. Sehingga setiap bungkus tempe akan dijual dengan harga yang wajar dan bersaing.

1. Perbandingan Volume Titik Impas UD. Barokah Dengan Menggunakan Metode *Full Costing*

Tabel 4.14. Perhitungan Volume Penjualan

Keterangan	Harga pokok produksi	Unit	Jumlah
Metode sederhana UD. Barokah	Rp. 58.342.000	3.889	3.889
Metode <i>full costing</i>	Rp. 74.413.000	3.889	4.960

Sumber: UD. Barokah Soreang Kota Parepare Tahun 2023

Hasil perbandingan perhitungan dari tabel di atas menunjukkan bahwasanya untuk mencapai titik impas dengan metode sederhana dari perusahaan UD. Barokah harus menjual sebanyak 3.889 bungkus tempe sedangkan dari perhitungan menggunakan metode *full costing* sebanyak 4.960

bungkus tempe. Jika volume penjualan lebih rendah dari volume titik impas maka akan memperoleh kerugian. Untuk itu perusahaan harus pandai dan bijak, menangani masalah ini dengan menyusun strategi pemasaran dan kualitas produk agar tetap stabil penjualan perusahaan.

B. Pembahasan

1 Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membuat barang tersebut siap untuk dijual. Jadi harga pokok produksi merupakan harga yang ditentukan berdasarkan harga pokok barang yang diproduksi ditambah dengan biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi berlangsung.⁵⁸

Perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan masih sangat sederhana dan belum merinci seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yaitu bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Perusahaan tidak menghitung biaya *overhead* pabrik secara lengkap, seperti biaya penyusutan mesin, dan tenaga kerja tidak langsung tidak diakui oleh perusahaan pada saat menghitung harga pokok produksi.

Peneliti membahas biaya-biaya apa saja yang diakui oleh perusahaan:

- a. Biaya bahan baku merupakan pengeluaran yang dilakukan untuk pemakaian bahan baku produksi utama yang terkait langsung dengan produk yang akan dihasilkan. Bahan baku yang digunakan adalah kacang kedelai. Perusahaan menghitung biaya bahan baku yang dipakai dengan cara menghitung seberapa banyak bahan baku yang digunakan selama

^{58 58} Armanto Witjaksono, "Akuntansi Biaya", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 10

proses produksi dalam waktu kurang lebih 1 tahun. Adapun jumlah bahan baku yang digunakan pada produksi tempe yaitu 4.500 kg dengan biaya Rp. 56.250.000.

- b. Biaya tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi hingga barang jadi sehingga pembayaran gaji dihitung perbulan. Perusahaan mempunyai karyawan sebanyak 7 orang dengan bermacam-macam gajinya. Adapun total biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 5.400.000.
- c. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku atau biaya kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik yang diakui perusahaan pada saat menghitung harga pokok produksi yaitu hanya biaya listrik, plastik, dan kayu bakar. Besarnya biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan sebesar Rp. 556. 000.

2 Harga Jual

Harga jual merupakan biaya yang dikeluarkan untuk produksi ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan. Perusahaan menentukan harga berdasarkan harga pokok produksi di karenakan produk di jual langsung pada konsumen dan induk market. Harga jual ditentukan berdasarkan harga yang dipasarkan, baik itu arga tinggi atau arga rendah.⁵⁹

Adapun harga jual yang berlaku pada periode 2023 yaitu sebesar Rp. 3.889 perbungkus. Maka total penjualan dalam periode ini sebesar Rp. 60.000.000.

⁵⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, 2008. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13, Jilid 2, Erlangga.

3 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

a. perbandingan harga pokok produksi menurut perusahaan UD. Barokah dengan metode *full costing*

Terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan dengan harga pokok produksi menurut penulis. Dari hasil perhitungan menurut perusahaan jumlah biaya produksi sebesar Rp. 58.342.000, dengan harga pokok produksi Rp. 3.889 perbungkus. Sedangkan menurut metode *full costing* sebesar Rp. 74.413.000, dengan harga pokok produksi sebesar Rp. 4.960 perbungkus.

Perbedaan antara perhitungan menurut perusahaan dengan peneliti disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan unsur biaya penyusutan mesin, biaya bahan bakar dan biaya tenaga kerja langsung. Hal ini mengakibatkan biaya *overhead* pabrik secara keseluruhan disajikan terlalu kecil.

Harga pokok produksi perusahaan lebih kecil sehingga akan mengakibatkan harga jual yang lebih tinggi, namun belum tentu perusahaan akan mendapatkan laba yang besar karena masih ada biaya-biaya produksi yang tidak dihitung oleh perusahaan seperti biaya *overhead* pabrik variabel. Perusahaan tidak akan mampu mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

Perhitungan harga pokok produksi menurut peneliti lebih besar karena metode *full costing* menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Hal ini dapat membantu perusahaan mengetahui biaya yang sebenarnya sehingga lebih memudahkan dalam menentukan

harga jual dan mengetahui seberapa besar laba yang didapatkan oleh perusahaan

b. perbandingan harga jual menurut perusahaan UD. Barokah dengan metode *full costing*.

Hasil perhitungan harga jual perusahaan UD. Barokah dan *full costing* terdapat perbedaan karena perusahaan tidak menentukan harga jual berdasarkan harga pokok produksi melainkan hanya mengikuti harga pasaran. Sedangkan menurut *full costing* harga jual dihitung berdasarkan teori yang berlaku yaitu biaya produksi ditambah dengan laba yang diinginkan perusahaan.

Harga jual menurut perusahaan UD. Barokah sebesar Rp. 3.889 per bungkus dan menurut *full costing* yaitu sebesar Rp. 4.960 per bungkus. Perusahaan dapat mengikuti harga pasaran yang ada selama harga jual tidak lebih besar dari biaya produksinya. Jika harga pasaran lebih rendah dari biaya produksi maka perusahaan akan mengalami kerugian.

2. Harga jual menurut *full costing* sudah sesuai dengan teori Akuntansi, perhitungan harga jual menurut *full costing* lebih tinggi dari harga jual yang berlaku di pasaran. Hal ini dapat mengakibatkan perusahaan memperoleh laba yang tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miftahkul Huda dengan judul analisis penerapan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual tempe pada *Home* industri Qolbu Salim dengan hasil mengatakan bahwasanya dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dan

lebih menguntungkan disbanding dengan menggunakan metode *variable costing* dan metode sederhana.

4. Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Di Tinjau Dari Analisis Akuntansi Syariah

Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan menjadi produk jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Analisis adalah penyelidikan dan penguraian terhadap suatu masalah untuk mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dan proses pemecahan masalah yang dimulai dengan dugaan dan kebenarannya.⁶⁰ Akuntansi syariah adalah proses akuntansi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, baik dalam siklus akuntansinya maupun pencatatannya.⁶¹ Analisis Akuntansi Syariah merupakan penyelidikan terhadap suatu masalah untuk menemukan kebenaran dengan berpedoman pada prinsip-prinsip akuntansi syariah. Prinsip-prinsip akuntansi yaitu prinsip pertanggungjawaban, prinsip keadilan dan prinsip kebenaran.

a. Prinsip Pertanggungjawaban

Prinsip Pertanggungjawaban diartikan sebagai keharusan untuk menanggung dan menjawab, dalam artian lain keharusan menanggung akibat yang ditimbulkan oleh perilaku seseorang dalam rangka menjawab suatu persoalan. Pertanggungjawaban berkaitan langsung dengan konsep

⁶⁰ Sulchan Yasyin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Amanah, (1997).

⁶¹ Hery, *Teori Akuntansi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019).

amanah yang implikasinya dalam bisnis dan akuntansi bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggungjawaban atas apa yang telah diamanatkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait dan pertanggungjawaban diwujudkan dalam bentuk laporan keuangan. Prinsip pertanggungjawaban tercantum dalam surah Al-Muddassir: 74/38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ۗ ۝۳۸

Terjemahnya:

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan.”⁶²

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap orang bergantung dengan amalnya pada hari akhir nanti. Kelak dihari kiamat, setiap orang akan mempertanggungjawabkan semua amal perbuatan yang telah dikerjakan sewaktu hidup di dunia. Prinsip pertanggungjawaban berkaitan dengan kebersihan lingkungan sekitar dengan mengelola saluran limbah agar masyarakat tetap merasa terganggu dengan adanya pabrik tempe tersebut.

b. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan adalah pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak-hak dan kewajiban. Keadilan terletak pada keharmonisan menuntut hak dan menjalankan kewajiban atau dengan kata lain bahwa setiap orang memperoleh apa yang menjadi haknya dan setiap orang memperoleh bagian yang sama. Prinsip keadilan diperintahkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl: 16/90

⁶² Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Media Fitrah Rabbani, 2012).

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠ ﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”.⁶³

Ayat tersebut memerintahkan manusia untuk berlaku adil, berbuat ihsan dan memberikan hak kepada para kerabat. Ayat tersebut juga melarang untuk berbuat keji, mungkar dan melakukan permusuhan antar manusia. Dalam hal ini prinsip keadilan pada penelitian ini adalah upaya adil terhadap karyawan-karyawan sesuai dengan kontribusi dalam perusahaan, pelayanan yang sama dan terhadap konsumen.

c. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran adalah kesesuaian antara apa yang dicatat dan dilaporkan dengan apa yang terjadi dilapangan. Prinsip kebenaran tersebut, sesuai dengan yang diperintahkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 2/282.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ
٢٨٢

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu

⁶³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Media Fitrah Rabbani, 2012).

mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar”.⁶⁴

Ayat tersebut memerintahkan agar setiap transaksi yang dilakukan perlu dicatat. Dan orang yang bertanggungjawab melakukan pencatatan harus mencatat sesuai dengan fakta yang ada. Dalam hal ini prinsip kebenaran atau kejujuran pada penelitian ini adalah jujur apa adanya dalam branding produk, tidak membohongi public dan tidak menipu orang lain. Penjual menjelaskan mana barang yang bagus dan kemudian memberikan harga yang sesuai dengan kondisi barang tersebut.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Apriliani dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah” memiliki persamaan yang mana hasil dari penelitian menunjukkan bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* memperoleh asil yang baik untuk dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa adanya dengan memasukkan seluruh komponen biaya-biaya dalam mempertimbangkan penentuan harga dapat mempermudah dalam perhitungan penentuan harga jual. Penggunaan metode ini tidak hanya mempermudah bagi para manajer, namun terhadap para karyawan juga sangat dirasakan dan begitu juga dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode *full costing* dalam proses kegiatan penentuan harga jual memiliki peran yang penting.

⁶⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Media Fitrah Rabbani, 2012).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iman Romansyah dengan judul penelitian “Analisis Penentuan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Komparasi Pada Yussy Akmal Dan Shereen *Cake’s And Bread*)” menyatakan bahwa dengan menggunakan metode *full costing* dalam menentukan harga jual produksi sangat penting agar penjualan yang dilakukan sangat efektif dan dapat meningkatkan volume penjualan tiap tahunnya.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Miftahkul Huda dengan judul penelitian “Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual Tempe Pada Home Industri Qolbun Salim” menyatakan Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan metode *variabel costing*. Hal ini dikarenakan metode *full costing* memasukkan semua biaya baik yang bersifat tetap maupun biaya variabel ke dalam perhitungan harga pokok produksi.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Apriliani dengan judul Syamsinar Us dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Balqis Catering Periode 2016”, bertolak belakang dengan penelitian ini karena dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga pokok produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan dengan hasil keseluruhan dari penjualan

produk. Sedangkan penelitian menunjukkan bahwa jika volume penjualan lebih rendah dari volume penjualan maka akan memperoleh kerugian.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian tentang analisis harga pokok produksi terhadap volume penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare dapat di tarik simpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan memproduksi kedelai untuk dijadikan sebuah produk yaitu tempe, UD. Barokah belum bisa mengklasifikasikan biaya-biaya yang seharusnya dihitung secara tepat dan sesuai dengan perhitungan akuntansi biaya. Bahkan pada perusahaan ini tidak melakukan perhitungan laporan keuangan.
2. Menggunakan metode *full costing* lebih efektif dalam menentukan harga pokok produksi. Diketahui bahwasanya pada metode *full costing* semua biaya-biaya diperhitungkan baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel karena salah satu rumus pengendalian biaya yaitu dengan menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk itu sendiri.
3. Terlihat perbandingan Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp. 3.889 sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode sederhana dari UD. Barokah sebesar Rp. 4.960 terlihat jelas selisih yang ada antara dua metode perhitungan ini yakni dengan selisih Rp. 1.071. Dengan laba yang diperoleh dengan menggunakan metode sederhana perusahaan tempe UD. Barokah memperoleh laba sebesar Rp. 194 sedangkan metode *full costing* memperoleh laba sebesar Rp. 248. Tentu saja hal ini sangat berpengaruh untuk kelancaran perusahaan UD. Barokah. Kelebihan pada metode *full costing* ini disebabkan karena semua unsur biaya ikut

diperhitungkan seperti biaya penyusutan, biaya pemakaian perlengkapan dan yang lainnya pada metode yang digunakan UD. Barokah tidak ikut diperhitungkan, tentu saja biaya yang sering diabaikan tersebut seharusnya memang perlu diperhitungkan walaupun sebenarnya biaya penyusutan tersebut bukan kas tunai yang dikeluarkan, tetapi adalah jumlah uang yang harus disisihkan atau ditabung dari pendapatan perusahaan secara berkala dalam rangka mempersiapkan penggantian atau pembelian suatu peralatan atau mesin tertentu.

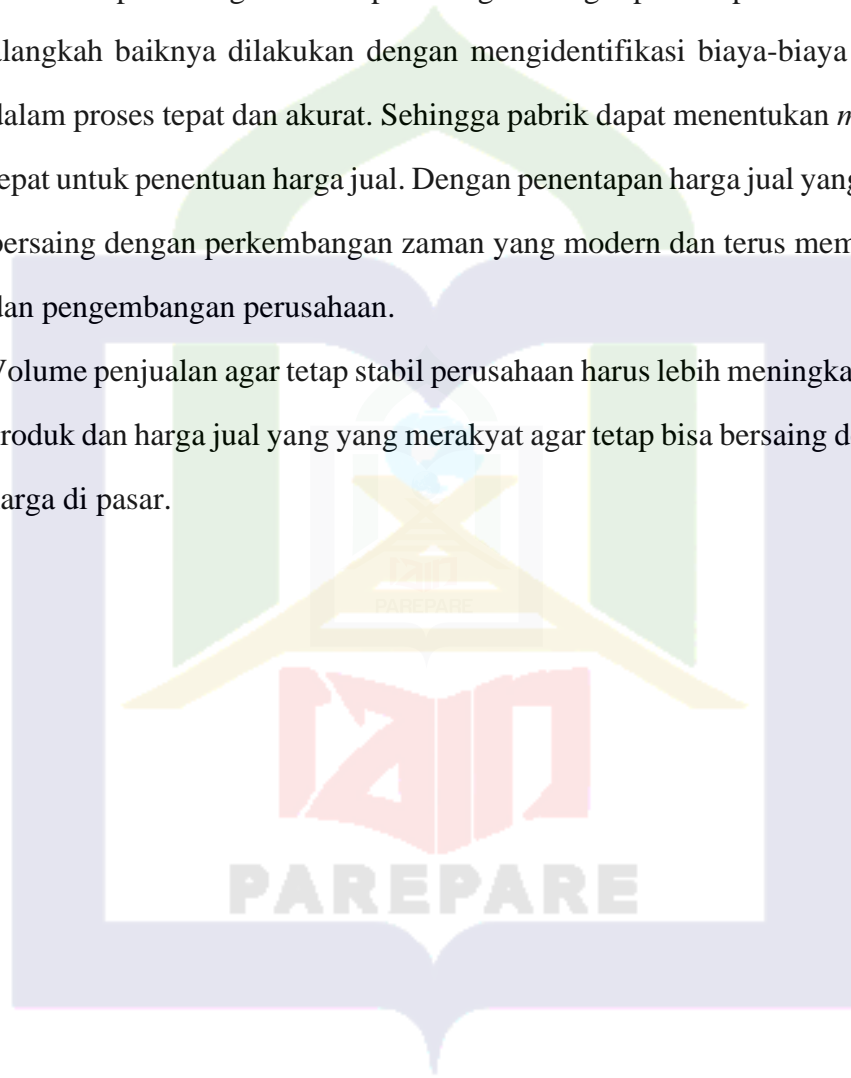
4. Hasil perbandingan perhitungan menunjukkan bahwasanya untuk mencapai titik impas dengan metode sederhana dari perusahaan UD. Barokah harus menjual sebanyak 3.889/bungkus tempe sedangkan dari perhitungan menggunakan metode *full costing* sebanyak 4.960/bungkus tempe. Jika volume penjualan lebih rendah dari volume titik impas maka akan memperoleh kerugian.

B. Saran

Penelitian tentang analisis harga pokok produksi terhadap volume penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare, penulis ingin menyampaikan beberapa hal yang bisa dijadikan bahan masukan, sebagai berikut:

1. Untuk menghasilkan harga pokok produksi maupun menentukan harga jual sebaiknya UD. Barokah lebih rinci dan lebih terorganisir dalam menghitung biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yaitu dengan menggunakan perhitungan metode *full costing*. Sehingga dapat menghasilkan perhitungan yang lebih tepat dan akurat dibandingkan metode yang digunakan UD. Barokah.

2. Pihak UD. Barokah sebaiknya menghitung seluruh biaya yang digunakan dan juga biaya-biaya peyusutan peralatan. Karena ini merupakan elemen yang sangat penting untuk menghitung biaya *overhead* pabrik nantinya.
3. Untuk dapat menghasilkan perhitungan harga pokok produksi yang tepat, alangkah baiknya dilakukan dengan mengidentifikasi biaya-biaya yang terjadi dalam proses tepat dan akurat. Sehingga pabrik dapat menentukan *mark-up* yang tepat untuk penentuan harga jual. Dengan penentuan harga jual yang tepat, dapat bersaing dengan perkembangan zaman yang modern dan terus mempertahankan dan pengembangan perusahaan.
4. Volume penjualan agar tetap stabil perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk dan harga jual yang yang merakyat agar tetap bisa bersaing dengan harga-harga di pasar.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Alfurkaniati, dkk, 2017 *“Pengantar Akuntansi P”*, Medan: Madenatera.

Alisjahbana, Armida Salsiah dan Endah Murniningtyas. 2018. *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia: Konsep, Target dan Strategi Implementasi*. Bandung: Unpad Press.

Ahmad, K. *Management from Islamic Perspective*. International Islamic University Malaysia, 2006.

Ahmad Nur Al Yudha. *Penentuan Harga Pokok Produksi Percetakan Dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada CV. Global Sejahtera*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2012.

Anita, Dewy. *“Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah Terhadap Regulasi Harga Di Indonesia.”* *Jurnal Prmikiran Ekonomi Islam* 2.2, 2019.

Apriliani, Indah. *“Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam,”* 2018.

Brier, Jennifer, and ia dwi jayanti. *“Instrumen Pengumpulan Data”* 21, no. 1. 2020.

Bustami, Bastian dan Nurlela. *“Akuntansi Biaya”* Edisi 4, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.

Bustami. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.

Danang Sunyoto. *“Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis.”* *Ekonomi*, no. CAPS Center for Academic Publishing Service.

Elmi, Muhammad. dkk, *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full costing Terhadap Harga Jual (Studi Pada Olahan Pangan Usaha Mikro Gula Habang (Arenga Pinnata) Aneka Rasa Desa Atau Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong)*, JAPB : Vol. 2, No. 1, April 2019.

Firmansyah, Imam. *“Akuntansi Biaya Itu Gampang”*, Jakarta: Naga Swadaya, 2015.

———. *“Akuntansi Biaya Itu Gampang”*, Jakarta: Naga Swadaya, 2015.

Fuad, M. dkk. 2015 *“Pengantar Bisnis”*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Halim, *“Akuntansi Manajerial”*, Yogyakarta: BPFE, 2013.

Ikhsan, Arfan. dkk, 2013 *“Teori Akuntansi”*, Bandung: Medanetera dan Cipta Pustaka.

Jumiadi AW dan Muhammad Rizal, 2012 *“Akuntansi Biaya”*, Medan: CV. Budi Utomo.

Gunanto, Nanang Wahyu. *“Analisa Harga Pokok Produksi Dengan Full costing*

- Method Dalam Menetapkan Harga Jual Bola Plastik Pada UD. Bumi Putra*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2015.
- Hadibroto. *Masalah Akuntansi*. Jakarta: Lembaga Penerbit, 1987.
- Huda, Miftahkul. “*Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual Tempe Pada Home Industri Qolbun Salim.*” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018.
- Imam Romansyah. “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,*” 2016.
- Ahmad, Khaliq. “*Management from Islamic Perpectif* ” Internasional Islamic University Malaysia, 2006.
- Armanto Witjaksono, “*Akuntansi Biaya*”, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Komara dan Ade Sudarma, Bintang. “*Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV. Salwa Meubel*”, *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 5 Edisi 9 Okt 2016.
- Kotler. “*Manajemen Pemasaran.*” Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2006.
- . “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13, Jilid 2, Erlangga, 2008.
- Machfoedz, Nurbiyati titi & Mahmud. “*Pengaruh Biaya Dan Biaya Pemasaran Terhadap Hasil Penjualan Pengusahaan Gitar Di Kecamatan Baki,*” 2005.
- Mifta Maghfirah et al. “*Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Full Costing Pada Umkm Kota Banda Aceh.*” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1.2, 2016.
- Mkhlishotul Jannah. “*Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor.*” *Banque Syar’i*, no. 1, 2018.
- Muhammad. “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif.*” UPFE, UMY, 2005.
- Mulyadi. “*Akuntansi Biaya.*” Yogyakarta Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015.
- . “*Akuntansi Biaya.*” Yogyakarta Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015.
- . “*Penentuan Harga Pokok Dan Pengendalian Biaya.*” *Akuntansi Biaya* :2015.
- . *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- . *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- . *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Cetakan Ketujuh*, Yogyakarta: Penerbit AMP YKPN.
- Mursyidi. *Akuntansi Biaya*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2008.

- . *“Akuntansi Biaya”*, Bandung: Refika Aditama, 2008.
- Pricilia dkk, 2008 *Jurnal EMBA: Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada UD. Martabak Mas Narto Manado.*
- Primiana, Ina. *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri.* Bandung: Alfabeta, 2009.
- Rangkuti, Freddy. *“Strategi Promosi Yang Kreatif & Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication” PT. Utama Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2013.*
- RI, Kementerian Agama. *Al-Quran Al-Karim Dan Terjemahnya.* Bandung: Cordoba, 2019.
- Rudianto, *“Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Mengambil Keputusan Manajemen”*, PT. Grasindo, Jakarta 2006.
- Rukajat, Ajat. *“Pendekatan Penelitian Kualitatif”*, Qualitative Research Approach, Ed 1, Cet 1, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Sanusi, Anwar. *“Metodologi Penelitian Bisnis”*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sari, Dian Indah. *“Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Harga Pokok Proses Pada PT. Persada.” Akuntansi Biaya, 2018.*
- Sari, Hetika Hetika dan Yeni Priatna. 2019. *“Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Umkm Di Kota Tegal.* *Jurnal Monex*, 8.
- Sari, Orchidya. *“Pelaksanaan Penjamin Kredit Usaha Dan Menengah Oleh Lembaga Penjamin Kredit Studi: Bank Negeri Cabang Pasar Raya Padang Dan PT. Askrindo Padang.” Ekonomi*, no. Padang 2011.
- Siyoto dan Ali Sodik, Sandu. *“Dasar Metodologi Penelitian,”* Yogyakarta Literasi Media Publishing, 2015.
- Samryn, L.M. *“Akuntansi Manajemen Edisi Revisi”*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Cet. XXIII; Bandung: Alfabeta, 2016.
- Swasta, Basu. *“Pengantar Bisnis Modern.” Akuntansi Bisnis, 2000.*
- Syaiful Bahri, *Teori Akuntansi*, Bandung : CV.Media Sains Indonesia, 2022.
- Tabungan, Tulus T.H. *“UMKM Di Indonesia”* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Us, Syamsinar. *“Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Balqis Catering Di Kota Makassar.” Skripsi, 2017.*

LAMPIRAN





Nama Mahasiswa : Nurhalisa
 NIM : 19.2800.065
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
 Judul : Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan di UD. Barokah Soreang Kota Parepare

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana latar belakang berdirinya usaha tempe UD. Barokah?
2. Bagaimana jadwal produksi yang dilaksanakan oleh usaha tempe UD. Barokah?
3. Biaya apa saja yang dikeluarkan untuk membuat tempe?
4. Biaya apa saja yang diperlukan untuk memproduksi tempe?
5. Berapakah biaya yang dikeluarkan untuk membuat tempe?
6. Bahan baku apa saja yang digunakan dalam pembuatan tempe usaha tempe UD. Barokah?
7. Berapa banyak karyawan yang di pekerjakan?
8. Berapa banyak karyawan yang diberikan setiap bulannya?
9. Bagaimana kemasan, bentuk, ukuran, takaran, yang ditetapkan dalam pembuatan produk tempe tersebut?
10. Bagaimana cara perhitungan harga pokok produksi?

11. Bagaimana cara penetapan perhitungan harga jual produk tempe?
12. Berapa persen laba (keuntungan) yang di harapkan oleh UD. Barokah?

Parepare, 08 November 2023

Mengetahui,

Pembibing Utama

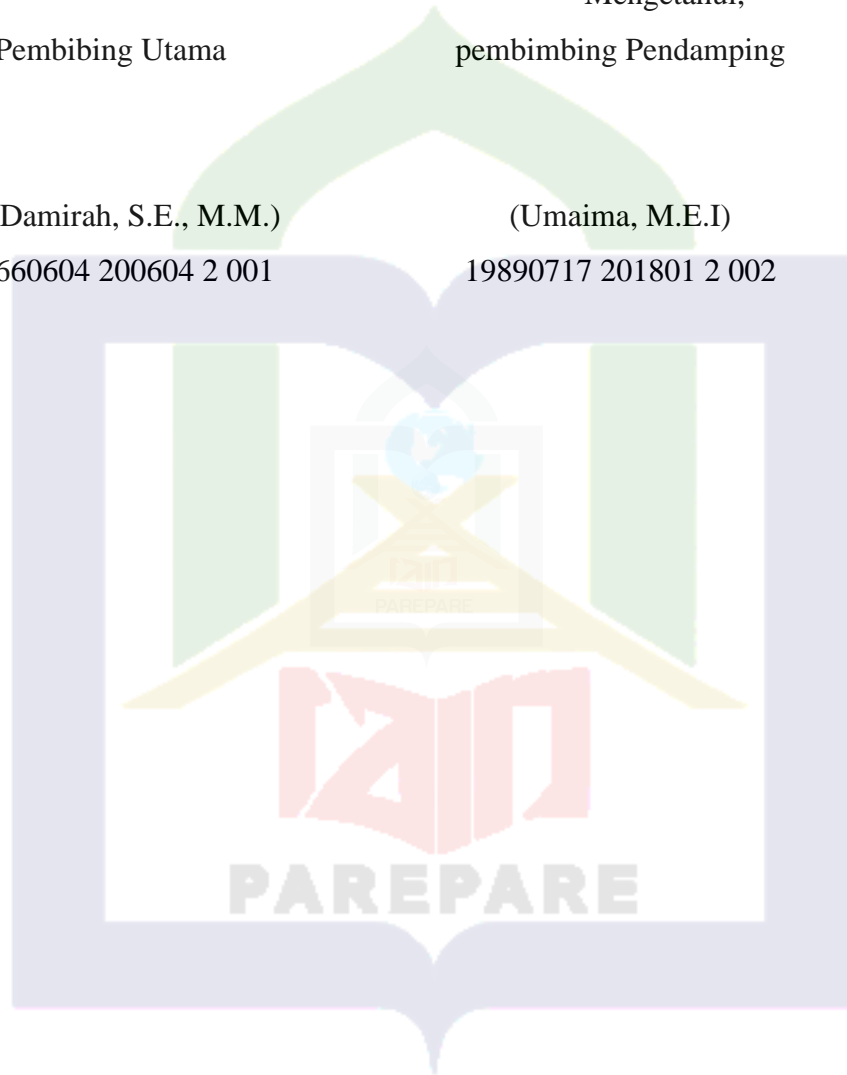
pembimbing Pendamping

(Dr. Damirah, S.E., M.M.)

(Umaima, M.E.I)

197660604 200604 2 001

19890717 201801 2 002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-5725/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2023

27 Oktober 2023

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NURHALISA
Tempat/Tgl. Lahir : BATUPUTE, 23 Agustus 2001
NIM : 19.2800.065
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : KELURAHAN WATANG SOREANG KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. BAROKAH KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Oktober sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SRN IP0000920

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 920/IP/DPM-PTSP/11/2023

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **NURHALISA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **AKUTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

ALAMAT : **BATU PUTE, KAB. BARRU**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. BAROKAH SOREANG KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE (UD. BAROKAH SOREANG)**

LAMA PENELITIAN : **03 November 2023 s.d 03 Desember 2023**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **08 November 2023**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE

 **Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**
Pangkat : Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP : 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

■ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai Sertifikasi Elektronik



SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yayat Ruchyat
Jabatan : Pemilik UD. Barokah
Alamat : Jln. Sumur Jodoh, Kelurahan Watang Soreang, Kota Parepare.

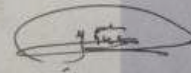
Dengan ini menerapkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nurhalisa
NIM : 19.2800.065
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Kampus : IAIN Parepare

Telah selesai melakukan penelitian mengenai Harga Pokok Produksi di Kabupaten Watang Soreang Kota Parepare, terhitung mulai tanggal 03 November 2023 sampai dengan 03 Desember 2023 untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. BAROKAH SOREANG KOTA PAREPARE"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk di pergunakan sebagaimana semestinya.

Rabu, 13 Desember 2023
Pemilik UD. Barokah



Yayat Ruchyat

DOKUMENTASI WAWANCARA





PAKEPARE

Ukuran-ukuran tempe yang ada di UD. Barokah antara lain :

- a. Besar dengan harga sebesar Rp. 5.000



Gambar 2.3 Tempe Ukuran Sedang 500 gram

- b. Sedang dengan harga sebesar Rp. 3.000



Gambar 2.4 Tempe Ukuran Sedang 250 gram

- c. Kecil dengan harga sebesar Rp. 2.500



Gambar 2.5 Tempe Ukuran Sedang 100 gram

BIODATA PENULIS



Nurhalisa, lahir di Batupute pada tanggal 23 Agustus 2001 merupakan anak kedua dari empat bersaudara, dari pasangan Ayahanda Kistan dan Ibunda Nursia. Penulis tinggal di Batupute, Kelurahan Batupute, Kecamatan Soppeng Riaja, Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikannya di Taman Kanak-Kanak (TK) Batupute pada tahun 2006 kemudian melanjutkan Sekolah Dasar di SD Impres Batupute dan tamat pada tahun 2013, kemudian melanjutkan Pendidikan di SMPN 1 Soppeng Riaja dan lulus pada tahun 2016, dan kemudian pendidikan di jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 BARRU dan Lulus Pada Tahun 2019. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil jurusan Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Soppeng Kecamatan Liliraja Kabupaten Soppeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Kemudian pernah melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Kota Parepare. Untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak), penulis telah menyusun skripsi dengan judul *“Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan di UD. Barokah Kota Parepare”*.