

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Biaya Bersama (*Joint Cost*)

##### 1. Pengertian Biaya Bersama (*Joint Cost*)

Pada perusahaan manufaktur sering dijumpai pengolahan bahan baku sejenis menjadi dua macam atau lebih produk yang berbeda, dimana biaya yang digunakan untuk mengolah atau memproses bahan baku ini sulit diidentifikasi. Biaya yang timbul untuk memproses bahan baku sejenis menjadi produk berbeda jenis disebut biaya bersama. Karena itu perlu diketahui apa yang dimaksud dengan biaya bersama dan sampai kapan biaya bersama dari produk bersama dapat dipisahkan.

Biaya bersama menurut Mulyadi adalah “biaya-biaya yang dikeluarkan sejak mula-mula bahan baku diolah sampai dengan saat berbagai macam produk dapat dipisahkan”.<sup>1</sup> Sedangkan menurut Carter dan Usry, “Biaya bersama adalah biaya yang timbul karena pemrosesan atau pabrikan beberapa jenis barang secara bersama-sama”.<sup>2</sup>

Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa biaya bersama timbul karena adanya pemrosesan beberapa jenis barang yang berbeda secara bersama-sama dan menggunakan bahan baku serta fasilitas yang sama. Biaya bersama terjadi sejak bahan baku diolah sampai dengan saat berbagai macam

---

<sup>1</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 10, (Yogyakarta : Aditya Media, 2000), 339.

<sup>2</sup> Carter, dan Usry, *Akuntansi Biaya II*. Edisi 14. (Jakarta:Salemba Empat, 2009), 46.

produk dapat dipisahkan identitasnya. Biaya bersama ini merupakan biaya yang terjadi sampai titik timbulnya produk utama dan produk sampingan.

Selain biaya bersama ( *Joint Cost* ) ada juga yang disebut dengan biaya bergabung ( *Common Cost* ). Sebenarnya keduanya mempunyai perbedaan yakni biaya bersama tidak mungkin dipisahkan sedangkan biaya bergabung adalah biaya untuk memproduksi dua atau lebih produk yang terpisah ( tidak diolah bersama ) dengan fasilitas sama pada saat yang bersamaan. Jadi biaya bergabung dapat diikuti jejak alirannya ke berbagai produk yang terpisah atas dasar sebab-akibat, atau dengan cara menelusuri jejak penggunaan fasilitas. Biaya bergabung tidak meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung..

Biaya Gabungan (*Joint Cost*) dapat di definisikan sebagai biaya yang muncul dari produksi yang simultan atas berbagai produk dalam proses yang sama. Setiap kali dua atau lebih produk gabungan atau produk sampingan dihasilkan dari sumber daya, maka biaya gabungan terjadi. Biaya gabungan terjadi sebelum titik pisah batas.<sup>3</sup> Di lain pihak biaya bersama tidak dapat diikuti jejak alirannya ke berbagai macam produk yang dihasilkan dan meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

---

<sup>3</sup> William Carter, *Akuntansi Biaya (Cost Accounting)* Buku I, Edisi 14 (Salemba Empat: Jakarta, 2009), 269.

## 2. Metode Alokasi Biaya Bersama (*Joint Cost*)

Mulyadi mengemukakan bahwa biaya bersama dapat dialokasikan ke tiap-tiap produk dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:<sup>4</sup>

### a. Metode Harga Pasar / Nilai Jual Relatif

Metode ini banyak digunakan untuk mengalokasikan biaya bersama kepada produk bersama. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut.

### b. Metode Satuan Fisik

Metode satuan fisik mencoba menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Dalam metode ini biaya bersama dialokasikan kepada produk bersama atas dasar koefisien fisik yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien ini dinyatakan dalam satuan berat, volume atau ukuran yang lain.

### c. Metode rata-rata biaya per satuan

Metode ini hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. Pada umumnya metode ini digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk bersama dari suatu proses tetapi mutunya berlainan. Dalam metode ini harga pokok masing-masing produk dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi.

---

<sup>4</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima (Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta, 2012), 336.

d. Metode rata-rata tertimbang

Jika dalam metode rata-rata biaya per satuan dasar yang dipakai dalam mengalokasikan biaya bersama adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi dikalikan terlebih dahulu dengan angka penimbang dan hasil kalinya baru dipakai sebagai dasar alokasi. Penentuan angka penimbang untuk tiap-tiap produk didasarkan pada jumlah bahan yang dipakai, sulitnya pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi, dan perbedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan.

## **B. Harga Pokok Produksi**

### **1. Pengertian Harga Pokok Produksi**

Harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva (*asset*), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (*expense*).<sup>5</sup> Sedangkan harga pokok produksi adalah mewakili jumlah biaya barang yang diselesaikan pada periode tertentu.<sup>6</sup>

Harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, selain itu harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Namun karena pembuatan produk tersebut bertujuan mengubah aktiva (berupa persediaan bahan baku) menjadi aktiva lain

---

<sup>5</sup> Armanto Witjaksono, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 16.

<sup>6</sup> Hansen Don R & Maryane M. Mowen, *Management Accounting*, Edisi Tujuh, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), 50

(persediaan produk jadi), maka pengorbanan bahan baku tersebut, yang berupa biaya bahan baku, akan membentuk harga pokok produksi.<sup>7</sup>

Dalam penghitungan harga pokok produksi, ada suatu pengorbanan sumber ekonomi yang berupa biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.<sup>8</sup> Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.<sup>9</sup> Biaya juga dapat diartikan sebagai kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan.<sup>10</sup>

## 2. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi dapat dibedakan menjadi dua yaitu metode pembiayaan penuh dan metode pembiayaan variabel. Metode *full costing* maupun *costing* merupakan metode penentuan harga pokok produk perbedaan pokok yang ada diantara kedua metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Metode penentuan harga pokok produk adalah menghitung semua unsur biaya kerja dalam harga pokok produksi. Dalam menghitung unsur-unsur biaya pada harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu metode, *full costing* dan metode *variabel costing*.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 10, (Yogyakarta : Aditya Media, 2000), 10.

<sup>8</sup> Ony Widilestariningtyas dkk. *Akuntansi Biaya*, Edisi 1. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 10.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>10</sup> Baldrick Siregar dkk, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 36.

<sup>11</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta UPP STIM YKPN, 2009), 78.

a. Metode *full costing*

*Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhaed* baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhaed* pabrik variabel, dan biaya *overhaed* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

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

b. Metode Variabel *Costing*

Variabel *costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksinya. Metode variabel *costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi. 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

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan variabel *costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi

dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

### C. Ekonomi Islam

#### 1. Pengertian Ekonomi Islam

Beberapa pengertian tentang hakikat ekonomi Islam yang dikemukakan oleh beberapa ahli ekonomi islam, yaitu:

Menurut M. Akram Khan bahwa ilmu ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar kerja sama dan partisipasi. Definisi yang dikemukakan Akram Khan ini memberikan dimensi normatif (kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat) serta dimensi positif (mengorganisir sumber daya alam). Ilmu ekonomi Islam adalah Ilmu normatif karena ia terikat oleh norma-norma yang telah ada dalam ajaran dan sejarah masyarakat Islam. Ia juga merupakan ilmu positif karena dalam beberapa hal, ia telah menjadi panutan masyarakat Islam.<sup>12</sup>

Menurut Muhammad Abdul Mannan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah- masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>13</sup> Menurut M. Umer Chapra bahwa ilmu ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran

---

<sup>12</sup> Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 64.

<sup>13</sup> *Ibid.*, 65.

Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan.<sup>14</sup>

## 2. Ruang Lingkup Ekonomi Islam

Ruang lingkup ekonomi Islam meliputi pembahasan atas berbagai perilaku manusia yang sadar dan berusaha mencapai *falah*. *Falah* dapat diartikan sebagai suatu kebahagiaan atau kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Dalam hal ini, perilaku ekonomi meliputi solusi yang diberikan atas tiga permasalahan dasar ekonomi, yaitu konsumsi, produksi, dan distribusi. Ketiga aspek tersebut merupakan suatu kesatuan untuk mewujudkan kemaslahatan dalam kehidupan.

Kegiatan konsumsi, produksi, dan distribusi harus menuju pada satu tujuan yang sama yaitu mencapai masalah yang maksimum bagi umat manusia. Konsumsi harus berorientasi pada masalah maksimum sehingga tetap terjaga keseimbangan antar aspek kehidupan. Produksi dilakukan secara efisien dan adil sehingga sumber daya yang tersedia dapat mencukupi kebutuhan seluruh umat manusia. Sedangkan distribusi sumber daya dan output harus dilakukan secara adil dan merata sehingga memungkinkan setiap individu untuk memiliki peluang mewujudkan masalah bagi kehidupannya. Jika ketiga hal tersebut benar-benar diperhatikan dan selalu berusaha mewujudkan masalah dalam berbagai aspek, maka kehidupan manusia akan bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat (*falah*).<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, 66.

<sup>15</sup> Anita Rahmawaty, *Ekonomi Makro Islam* (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2009), 16-17.

### 3. Sistem Perhitungan Biaya

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan *Ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Bersumber dari hadits dari Muslim, Ahmad, Abu Daud dari Said bin al-Musyyab dari Ma“mar bin Abdullah Al-Adawi bahwa Rasullullah bersabda, “Tidaklah orang melakukan *ikhtikar* itu berdosa” Bahwa artinya Rusullullah melarang orang yang mengambil keuntungandi atas keuntungan normal demi mendapatkan laba yang banyak. Dengan cara menjual barang dengan jumlah yang sedikit dengan memberikan harga lebih tinggi.<sup>16</sup>

Dalam akuntansi Islam lebih ditekankan darimana sumber pembiayaan atau modal proses produksi barang atau jasa tersebut. Produksi suatu barang harus *qath'i* (jelas) biayanya. Yang menjadi perhatian dalam Akuntansi Islami disini adalah tentang modal, apakah yang digunakan berasal dari hutang, baik itu hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Islam tidak melarang hutang tetapi juga tidak menganjurkannya. Rasululllah pernah tidak mau menshalahkan seseorang karena orang tersebut meninggal dunia dalam keadaan masih memiliki utang. Sehingga sedapat mungkin dihindari berhutang. Apalagi jika utang tersebut mengandung unsur riba. *Rasululllah shallallahu ‘alaihi wa sallam* melaknat orang yang memakan riba, memberi

---

<sup>16</sup> Amirah, “*Mekanisme Penentuan Harga : Perspektif Ekonomi Syariah* (Tegal : Universitas Pancasakti Tegal, 2012), 8.

riba, juru tulisnya dan dua saksi, apakah itu riba nasiah maupun riba fadhil. Beliau mengatakan: ‘Mereka itu sama’.<sup>17</sup>

Sehingga sebisa mungkin menghindari hutang apalagi jika hutang itu mengandung unsur riba. Tidak boleh menggunakan hutang yang mengandung unsur riba untuk aktivitas perusahaan. Bagaimana jika sebagian aktivitas perusahaan terlanjur dijalankan dari hutang?, maka dari itu harus dijelaskan secara rinci berapa jumlahnya dan digunakan dimana serta digunakan untuk biaya apa. Kemudian hasilnya nanti dibagi sesuai proporsi pembiayaan dari hutang maupun pembiayaan dari pemilik modal. Kemudian proporsi hasil yang berasal dari hutang harus dipisahkan dari laba perusahaan yang dibagi pada para pemilik modal. Laba dari hutang ini sebaiknya disumbangkan untuk kegiatan social maupun kegiatan keagamaan.<sup>18</sup>

#### 4. Prinsip Harga Menurut Ekonomi Islam

Pemikir Ekonomi Islam moderen telah menetapkan prinsip penetapan dan perubahan harga dalam mekanisme harga dalam Pasar Islam sebagai berikut:<sup>19</sup>

*Pertama*, prinsip kebebasan, yaitu kebebasan naik-turunnya harga berdasarkan faktor penawaran dan permintaan. Inilah yang disebut dengan hukum *supply and demand*. Istilah ini sangat terkenal dalam pembahasan “nilai kerja penuh” dalam sistem ekonomi kapitalis dan menjadikannya prinsip mutlak perubahan harga. Sistem Pasar Islam yang cenderung ”bebas”

<sup>17</sup> Ghufran, *Fiqih Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 34.

<sup>18</sup> *Ibid.*, 35.

<sup>19</sup> M Nejatullah Shiddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam* (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), 45.

juga mengakui berlakunya hukum penawaran dan permintaan dalam tingkat harga komoditi di pasar.

Hukum ini menyatakan bahwa apabila penawaran bertambah dan permintaan berkurang maka harga akan turun, sebaliknya jika permintaan meningkat dan penawaran kurang akan menyebabkan kenaikan harga. Sedangkan jika situasi permintaan dan penawaran sama maka harga akan cenderung stabil.

Prinsip penetapan harga berdasarkan otoritas pasar didukung oleh hukum asalnya bahwa harga itu merupakan ketentuan atau urusan Allah SWT. Pada saat pasar dalam keadaan normal, campur tangan dalam bentuk apapun dari pihak penguasa adalah suatu kezaliman, karena dapat merusak sistem pasar. Ketetapan hukum harga itu merupakan ketentuan Allah SWT juga memberi kesan bahwa pedagang Islam dituntut beriman dan diyakini tidak mungkin mengkhianati orang lain demi keuntungan pribadi. Kebebasan ini juga menuntun kepada bentuk persaingan harga antara produsen dan penjual, dimana harga yang wajar akan selalu dipilih oleh konsumen.

*Kedua*, prinsip harga yang wajar. Prinsip ini mendapat bahasan yang beragam daripada pakar Ekonomi Islam kontemporer, terutama menyangkut batas-batas keuntungan atau margin yang dinilai wajar atau layak. Asumsi umum tentang harga bahwa ia menggambarkan nilai kerja dan produksi di tambah dengan margin sekian persen. Harga yang layak akan muncul dari persaingan pasaran yang sehat dimana rasionalitas ekonomi sangat dominan dalam menekan kecendrungan produsen untuk menaikkan harga seenaknya.

Rasionalitas ekonomi itu menyatakan bahwa tujuan konsumen adalah memaksimalkan kepuasan, sedangkan tujuan produsen adalah memaksimalkan keuntungan. Hal ini juga menuntut pengetahuan lebih di kalangan konsumen mengenai kualitas suatu barang untuk dibandingkan dengan harga, apakah wajar atau tidak.

Monzer Kahf tidak sependapat dengan pandangan diatas. Namun ia menunjuk konsep “harga yang sebanding” dari Ibnu Taymiyah. Konsep harga yang sebanding bukan hanya ditentukan oleh harga yang seimbang dengan nilai guna dan jangka waktu penjualan suatu komoditi. Konsep harga yang wajar atau adil bergerak antara apa yang oleh para ahli Ekonomi Moderen anggap lazim dan apa yang oleh para ahli ekonomi dianggap memenuhi norma-norma Islam.

Namun perbedaan antara pakar-pakar Ekonomi Islam mengenai sifat keuntungan tetap berlanjut. Baqir mengatakan, Islam tidak menganggap resiko sebagai salah satu faktor produksi, sedangkan keuntungan bukanlah imbalan dari resiko yang harus dipikul. Ia merupakan pemindahan dari kerja hari ini atau di masa lalu yang dituangkan dalam bentuk harta milik. Ia tidak setuju dengan pandangan bahwa bagian penyedia modal di dalam suatu akad *Mudharrabah* harus dipandang sebagai imbalan dari ketidakpastian yang harus dipikul.

*Ketiga*, berkaitan dengan keuntungan, yaitu keuntungan sosial. MA. Mannan mengemukakan konsep ini sebagai diagnosa terhadap urgensi rasionalitas ekonomi.<sup>32</sup> Prinsip harga sosial merangkum “kepuasan” pihak-

pihak yang terlibat di pasar. Ini suatu proses ke arah keseimbangan harga dimana para produsen memperhatikan kepentingan sosial umat atas dasar norma-norma dan nilai keimanan Islamnya, tidak menaikkan harga semaunya demi keuntungan yang sangat besar. Perhatian yang bersifat sosial-ekonomi ini justru akan memberikan keuntungan bagi produsen berupa kelancaran pasaran dan peredaran uang, karena konsumen merasa efektif dalam berbelanja.

Prinsip ini akan mampu menciptakan hubungan harmonis antara produsen dan konsumen dalam waktu yang lama. Sedangkan dalam jangka pendek dengan perhatian yang komprehensif dari pemerintah untuk terus membina kerjasama sosial yang serasi antara produsen dan konsumen dengan menghormati kepentingan masing-masing akan dapat mewujudkan suatu sistem perekonomian yang stabil dan tumbuh dengan pesat.

Dari ketiga prinsip islam mengenai harga diatas, suatupandangan dapat diluruskan bahwa keseimbangan harga bukannya bermaksud konstansias (keadaan tetap) harga. Namun ia lebih ditentukan dengan berjalannya berbagai variabel pasar secara natural sebagai akibat langsung dari sebuah sistem pasar yang sehat.