

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH TERHADAP PENENTUAN
HARGA JUAL AIR MINUM DALAM KEMASAN DI CV. LISA
JAYA MANDIRI FOOD (AMPO)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

AMALIA MUJAHADAH
NIM 212105030049

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH TERHADAP PENENTUAN
HARGA JUAL AIR MINUM DALAM KEMASAN DI CV. LISA
JAYA MANDIRI FOOD (AMPO)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:

AMALIA MUJAHADAH
NIM 212105030049

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH TERHADAP PENENTUAN
HARGA JUAL AIR MINUM DALAM KEMASAN DI CV. LISA
JAYA MANDIRI FOOD (AMPO)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Oleh:

Amalia Mujahadah
NIM: 212105030049

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dosen Pembimbing:



Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NIP. 198006262023212023

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH TERHADAP PENENTUAN
HARGA JUAL AIR MINUM DALAM KEMASAN DI CV. LISA
(JAYA MANDIRI FOOD (AMPO))**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Kamis
Tanggal: 20 Maret 2025

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Nadia Azalia Putri, M.M.
NIP. 199403042019032019

Dr. Pongky Arie Wijaya, M.M.
NIP. 197601212005011005

Anggota:

1. Dr. Moh. Haris Balady, M.M.
2. Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أَرَبُّكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ
عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ

Artinya:

“Janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan! Sesungguhnya Aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (makmur). Sesungguhnya aku khawatir kamu akan ditimpa azab pada hari yang meliputi (dan membinasakanmu, yaitu hari Kiamat).” (Qs. Hud: 84)¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Qur'an Kemenag, Surah Hud dari Ayat 1 ke ayat 123, diakses pada 08 April 2025, pukul 09.27, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/11?from=1&to=123>.

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa, berkat limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya saya mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu karya paling fundamental dalam sejarah hidup saya untuk mendapatkan gelar sarjana Akuntansi sehingga saya mampu menerapkannya suatu nanti.

Skripsi ini saya tujukan kepada beberapa orang yang sangat berperan penting dalam lancarnya skripsi ini:

1. Kepada Cinta Pertama serta Panutanku Bapak Suwarno. Saya sangat berterima kasih sudah bekerja keras, memberi motivasi, memberi dukungan, dan mendidik saya sehingga saya mampu menyelesaikan Program Studi sampai sarjana.
2. Kepada Pintu Surgaku, Ibu Buami. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi, Beliau tidak pernah henti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa yang selalu mengiringi langkahku. Saya yakin 100% bahwa doa Ibu telah banyak menyelematkanku dalam menjalani hidup yang keras, Terima kasih.
3. Kepada saudara kandung saya, Ahmad Iqbal Kholidin dan Muhammad Adib Sulhi terima kasih sudah membantu dan memberi dukungan dalam kesulitan-kesulitan yang dialami penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Untuk my best friends Aprilia Uzlifatul Jannah, Monica Adelia Putri dan Lailatul Maghfiroh, Teman seperjuangan. Terima kasih atas segala kebaikan dan waktu yang selalu kita habiskan bersama selama masa perkuliahan.

5. Teman-teman mahasiswa utamanya dari Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
6. Tim penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran pada saat menguji hingga skripsi ini di sempurnakan.
7. Serta seluruh keluarga atas kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga kepada penulis.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Melalui kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Nur Ika Mauliyah, M. Ak selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam skripsi ini.
6. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA selaku Dosen Penasihat Akademik.

7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pelayanannya.
8. Dani Widiyanto, Dicky dan keluarga besar pegawai perusahaan air minum dalam kemasan CV. Lisa Jaya Mandiri Food yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk memperoleh ilmu dan pengetahuan yang tidak saya dapatkan diperkuliahan.
9. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan. Sejak mulai pelaksanaan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun di masa mendatang. Besar harapan penulis sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta bagi pembaca.

Jember, 02 Februari 2025

AMALIA MUJAHADAH
NIM: 212105030049

ABSTRAK

Amalia Mujahadah, Hikmatul Hasanah, 2025: Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO).

Kata kunci: Akuntansi Syariah, Harga Jual, AMDK, Prinsip Syariah, Penentuan Harga.

Penentuan harga jual air minum dalam kemasan (AMDK) merupakan aspek penting dalam bisnis yang melibatkan berbagai pertimbangan, termasuk dalam perspektif akuntansi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip akuntansi syariah dalam menentukan harga jual AMDK. Dalam konteks syariah, penetapan harga harus memperhatikan aspek tanggung jawab, keadilan, dan kebenaran.

Adapun fokus penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food? 2. Bagaimana penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food berdasarkan Analisis Akuntansi Syariah?

Tujuan penelitian ini: 1. Untuk menganalisis metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food 2. Untuk menganalisis penjelasan mengenai penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food dalam Analisis Akuntansi Syariah

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Lisa Jaya Mandiri Food telah menerapkan prinsip-prinsip akuntansi syariah dalam penentuan harga jual AMDK, di antaranya dengan memperhitungkan biaya produksi yang transparan, menentukan margin keuntungan yang wajar, serta menghindari praktik gharar dan riba. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan akuntansi syariah di industri air minum dalam kemasan serta membuka peluang untuk penerapan model bisnis yang lebih adil dan transparan dalam sektor ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Teori.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41

C. Subjek Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Analisis Data	45
F. Keabsahan Data.....	47
G. Tahap – Tahap Penelitian	48
H. Sistematika Pembahasan	51
BAB IV PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
B. Penyajian Data dan Analisis.....	57
C. Pembahasan Temuan	83
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 2.1	18
Table 4.1	61
Table 4.2	64
Table 4.3	64
Table 4.4	65
Table 4.5	66
Table 4.6	67
Table 4.7	68
Table 4.8	69
Table 4.9	70
Table 4.10	71
Table 4.11	72
Table 4.12	73
Table 4.13	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	56
Gambar 4.2	57



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring berjalan dan berkembangnya waktu, kebutuhan masyarakat terus mengalami peningkatan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, berbagai produk bermunculan melalui kegiatan bisnis, salah satunya adalah air minum dalam kemasan (AMDK). Produk ini hadir sebagai solusi praktis bagi masyarakat modern yang semakin mengandalkan kecepatan dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari.

Air minum dalam kemasan kini memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, dimana pada masa dahulu masyarakat Indonesia yang mengolah air sendiri kini semakin banyak yang beralih kepada air minum dalam kemasan. Selain karena lebih praktis, pergeseran ini juga dipengaruhi oleh menurunnya kualitas air tanah di beberapa wilayah serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi air yang higienis dan aman.²

Namun, di tengah tingginya permintaan pasar muncul persoalan baru dalam praktik bisnis perusahaan AMDK, yakni dalam hal penentuan harga jual. Masih banyak perusahaan yang menentukan harga jual hanya berdasarkan perkiraan pasar atau mengikuti harga pasar tanpa perhitungan biaya yang jelas dan rinci. Penetapan harga yang tidak dilandasi pada data biaya aktual, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya

² Dinda Sekar Pramestu dan Septa Indra Puspikawati, *Analisis Uji Keckeruhan air minum dalam kemasan yang beredar di kabupaten banyuwangi*, Jurnal Kesehatan Masyarakat, Vol.11 No. 2 (2020), hal 76

overhead pabrik, sangat berisiko menimbulkan ketidaksesuaian antara pendapatan dan biaya produksi.³

Ketidaktepatan ini dapat menyebabkan perusahaan mengalami penurunan keuntungan, bahkan kerugian, karena harga jual yang ditetapkan tidak mencerminkan realitas biaya yang dikeluarkan. Di sisi lain, permasalahan ini diperparah dengan *fluktuasi* biaya produksi yang kerap terjadi, baik akibat kenaikan harga bahan baku, material pendukung, maupun faktor eksternal lainnya. Setiap kenaikan biaya produksi idealnya diikuti dengan penyesuaian harga jual, begitu juga sebaliknya. Namun, tanpa sistem penghitungan harga yang akurat, perusahaan akan kesulitan menjaga keseimbangan tersebut.

Harga adalah suatu elemen *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan elemen-elemen lainnya hanya menimbulkan biaya. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan dan keuntungan.⁴ Harga Jual merupakan jumlah biaya yang akan dikenakan kepada konsumen, yang dihitung dari total biaya produksi ditambah biaya non produksi serta keuntungan yang diinginkan.⁵

Islam adalah sistem hidup yang mengatur semua sisi kehidupan dengan menjanjikan keselamatan dunia dan akhirat. Dengan demikian, islam

³ Yana Ulfah, Agus Setiawaty, *Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Melalui Edukasi Penentuan Harga Jual Dalam Menghadapi Persaingan Usaha*, Artikel, (2024), hal 86.

⁴ Benny Dhevyanto, *Pengantar Bisnis ILMU MANAJEMEN*, (Indramayu: Adab, 2023), hal 148.

⁵ Teti Purnama Sari, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, hal 263.

bukan hanya mengatur kehidupan manusia yang bersifat *spiritual* (akhirat), tetapi juga membahas terkait kehidupan *material* (duniawi).⁶

Islam memberikan kebebasan dalam menentukan harga, dimana berbagai konsep harga dalam transaksi jual beli diperbolehkan selama tidak ada dalil yang melarangnya serta berdasarkan prinsip keadilan dan kesepakatan antara pembeli dan penjual.⁷

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. An-nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁸

Perusahaan memerlukan sistem pencatatan akuntansi dalam menjalankan bisnisnya untuk memberikan informasi yang relevan dan akurat. Dalam perspektif Islam, aspek ekonomi dan bisnis tidak hanya dilihat dari sisi keuntungan duniawi semata, namun juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, kebenaran, dan tanggung jawab sosial. Akuntansi syariah hadir sebagai sistem pencatatan dan pelaporan keuangan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Akuntansi ini tidak hanya mengatur pencatatan transaksi, tetapi juga menekankan pada pengambilan keputusan yang sesuai dengan syariat, termasuk dalam hal penentuan harga jual.

⁶ Hamli Syaifullah, *Pengantar Perbankan Syariah*, (Banyumas: 2022), hal 4.

⁷ Adi Mursalin, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023), hal 76.

⁸ Qur'an Kemenag, Surah An-Nisa dari Ayat 1 ke ayat 176, diakses pada 03 Maret 2025, pukul 15.42, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.

Akuntansi syariah melarang unsur-unsur seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan penipuan. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga jual suatu produk, perusahaan harus memastikan bahwa harga tersebut adil, tidak merugikan pihak manapun, dan berdasarkan musyawarah, bukan semata-mata berdasarkan permintaan pasar. Prinsip-prinsip seperti kewajaran (*fairness*) dan transparansi menjadi sangat penting, agar tercipta hubungan yang sehat antara perusahaan dan konsumennya. Penentuan harga dalam Islam juga dilakukan atas dasar kesepakatan bersama (*ridha* antara penjual dan pembeli) dan keseimbangan antara nilai manfaat dan harga yang dibayar.⁹

Dalam hal ini diperlukan pemahaman mendalam tentang akuntansi serta syariat islam dalam penentuan harga jual. Proses ini melibatkan pencatatan transaksi sesuai dengan aturan Allah SWT. Akuntansi syariah mendukung perusahaan dalam mempertahankan integritas bisnis dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah, menilai kinerja sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, mengidentifikasi risiko dan meningkatkan tingkat kepatuhan.¹⁰

Penelitian sebelumnya menjelaskan pentingnya penentuan harga dalam suatu perusahaan. Penelitian oleh Alifah Khaerunnisa Anas mengungkapkan bahwa perusahaan semakin banyak yang mengakibatkan banyaknya persaingan, sehingga menuntun perusahaan AMDK untuk mampu bersaing dalam persaingan pasar. Selanjutnya pada penelitian Muh Fatah Rizqullah

⁹ Sahrullah, Achmad Abubakar dan Rusydi Khalid, *Analisis Penerapan Prinsip Akuntansi Berdasarkan Surah Al-Baqarah Ayat 282*, SEIKO: Journal of Management & Business, Vol.5 No.1, (2022), hal 326.

¹⁰ Muhammad Mustaghfirin dan Eny Latifah, *Implementasi Akuntansi Syariah dalam Bisnis: Tantangan dan Manfaat*, JISEF, Vol. 2 No.1, (2023), hal 52.

bahwa sektor ekonomi memiliki peran yang sangat penting bagi kebanyakan orang tentunya. Akibat perkembangan ini tidak luput dari persaingan yang mengakibatkan perusahaan selalu dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar perusahaan tetap berjalan dan mempertahankan labanya. Sedangkan penelitian sekarang menjelaskan mengenai perubahan biaya yang mengakibatkan berubahnya biaya produksi. Dimana pada perubahan biaya dapat mempengaruhi penetapan biaya. Sehingga yang menjadi pembeda yaitu pada permasalahan penelitian ini dengan sebelumnya.

CV. Lisa Jaya Mandiri Food sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Produksi dan Distribusi Makanan dan Minuman. Adapun produknya adalah air mineral dalam kemasan AMPO, atas pertimbangan beberapa hal antara lain ikut membantu pemerintah dalam menyediakan air bersih layak minum bagi masyarakat dengan harga murah, terjangkau dan yang tak kalah penting dapat menyerap tenaga kerja sebanyak-banyaknya. Ampo mensertifikasi produk air mineral kemasan dengan standard mutu SNI, BPOM, DEPKES, MUI, dan IDO agar tercipta kepercayaan konsumen.¹¹

Sesuai dengan kebijakan terbaru di Jember, Bupati Jember lebih mendorong masyarakat dan pemangku kepentingan untuk menggunakan atau mengonsumsi produk lokal¹², diantaranya yaitu air minum dalam kemasan.

¹¹ Ismi Alfiatun, Naely Azhad dan Eko Raharjo, *Perbandingan Brand Equity Produk Amdk Merek Ampo Dan Merek Al Qodiri*, Artikel, (2019), hal 3.

¹² Radar Jember, "Dongkrak Ekonomi Masyarakat, Bupati Jember Berharap Gunakan Produk Lokal", diakses pada 02 November 2024, pukul 14.57, <https://radarjember.jawapos.com/pemerintahan/793732440/dongkrak-ekonomi-masyarakat-bupati-jember-berharap-gunakan-produk-lokal>.

Produk air minum dalam kemasan yang terkenal dijember seperti air mineral Al Qodiri, Hazora dan Ampo.

Adapun produk air mineral Al Qodiri dikelola oleh perusahaan yang dinaungi oleh pondok pesantren dan produk Hazora dikelola oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), yang menunjukkan bahwa adanya keterlibatan pemerintah dalam pengelolaan produk tersebut. Disisi lain, air mineral Ampo didirikan sebagai perusahaan umum yang dikelola secara independen oleh pengusaha, tanpa adanya keterikatan dengan lembaga atau pemerintahan. Keberadaan Ampo sebagai entitas yang mandiri menarik perhatian untuk melakukan analisis akuntansi syariah.

Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO) menerapkan akuntansi syariah dalam kegiatan operasionalnya yaitu penentuan harga jual dalam suatu produk, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH TERHADAP PENENTUAN HARGA JUAL AIR MINUM DALAM KEMASAN DI CV. LISA JAYA MANDIRI FOOD (AMPO)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV.

Lisa Jaya Mandiri Food?

2. Bagaimana penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food berdasarkan analisis akuntansi syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food
2. Untuk menganalisis penjelasan mengenai penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food dalam analisis akuntansi syariah

D. Manfaat Penelitian

Dengan memahami pemecahan masalah secara mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis: penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap perkembangan keilmuan khususnya tentang akuntansi syariah.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Penulis: menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang analisis akuntansi syariah dalam penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO).
 - b. Bagi Akademik: dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan wawasan khususnya untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember.
 - c. Bagi instansi: dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki kekurangan yang masih ada pada Instansi tersebut dan

dapat dijadikan sebagai evaluasi intansi CV. Lisa Jaya Mandiri Food, mengenai penentuan harga jual yang diterapkan.

- d. Bagi peneliti selanjutnya: dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat bermanfaat bagi pembaca.

E. Definisi Istilah

Pemahaman kajian penelitian ini untuk mempermudah dan untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan pada saat menginterpretasikan istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian tersebut. definisi istilah berisi tentang istilah-istilah penting yang menjadi perhatian dalam judul penelitian.

Adapun istilah-istilah sebagaimana yang dimaksud diatas sebagai berikut:

1. Akuntansi Syariah

akuntansi syariah adalah suatu kegiatan identifikasi, klasifikasi, dan pelaporan dalam mengambil keputusan ekonomi berdasarkan prinsip akad-akad syariah yaitu tidak mengandung zhulum (kedzaliman), riba, maysir (judi), gharar (penipuan), barang yang haram dan membahayakan.¹³

2. Harga jual

Harga jual suatu produk adalah tingkat atau besarnya nilai suatu produk yang dihasilkan setelah ditambah biaya-biaya untuk menghasilkan produk tersebut dan dengan pertimbangan harga yang dinyatakan dengan jumlah satuan uang.¹⁴

¹³ Ali Mutaufiq, Aip Zaenal mutaqin, Nurfaedah Nurfaedah, Ana Wijandari dan Al-Amin, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hal 1-2.

¹⁴ Mochammad Ali Imron, *Pengantar Bisnis Modern*, (Banten: Desanta Muliavisitama, 2021), hal 143-144.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk digunakan sebagai acuan penulis dalam menambah teori dan untuk menghindari adanya plagiasi dalam penulisan. Adapun penelitian terdahulu yang dimaksud, sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Sonya Pristy Salsyah Purba, “Metode Activity Based Costing (ABC) Dan Time Driven Activity Based Costing (TDABC) Dalam Menentukan Harga Jual”. Dengan menghitung harga pokok produksi (HPP) secara tepat, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang optimal untuk memaksimalkan keuntungan. Metode *Activity-Based Costing (ABC)* dan *Time-Driven Activity Based Costing (TDABC)* adalah pendekatan yang mengklasifikasikan biaya berdasarkan aktivitas dan alokasi biaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk membandingkan metode ABC dan TDABC dalam menghitung harga pokok produksi guna menentukan harga jual. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data yang menggunakan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan teknik TDABC lebih menguntungkan untuk menghitung harga jual daripada teknik ABC sehingga berdampak pada harga jual produk. Untuk memastikan estimasi Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat dan sejalan dengan alokasi yang

sebenarnya, teknik menghitung TDABC menunjukkan bahwa biaya diakui untuk setiap produk.¹⁵

2. Penelitian oleh Indah Nurul Gina, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Dalam Menentukan Harga Jual Pada Perusahaan Berkah Foldinggate”. Harga pokok produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membuat suatu produk. Perusahaan manufaktur harus menetapkan harga jual yang dapat menutup biaya produksi dan menghasilkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penggunaan full costing dan sistem perhitungan perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi, serta untuk mengevaluasi efektivitas penentuan harga jual oleh perusahaan Berkah Foldinggate dalam mencapai laba yang diinginkan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode *full costing* dalam penentuan harga pokok produksi menghasilkan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan sistem perusahaan, selisih presentase antara 5% hingga 6,5% untuk setiap pesanan. Selain itu, perusahaan Berkah Foldinggate dinilai belum efektif dalam menentukan harga jual karena biaya produksi yang dihitung dengan

¹⁵ Sonya Pristy Salsyah Purba, Hotbin Hasugian dan Arnida Wahyuni lubis, *Metode Activity Based Costing (ABC) Dan Time Driven Activity Based Costing (TDABC) Dalam Menentukan Harga Jual*, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol.8 No.2, (2024), hal 620.

sistem perusahaan belum sesuai dengan teori akuntansi, sehingga laba yang diharapkan belum tercapai.¹⁶

3. Penelitian oleh Yusuf, “Prinsip Etika Bisnis dalam *Mark Up Pricing* untuk Menentukan Harga Jual Emas”. Jual beli adalah aktivitas muamalah yang dilakukan sehari-hari oleh manusia. Umat Islam sebaiknya menjalankan jual beli sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh syara’. Dalam ajaran islam, hukum jual beli adalah mubah atau diperbolehkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi etika bisnis Islam yang terdapat dalam praktik *Mark Up Pricing* dalam penetapan harga jual emas. Metode yang digunakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip etika bisnis Islam dalam *Mark Up Pricing* mencakup, a.) kesatuan, berkomitmen untuk beribadah dengan cara yang halal. b.) keseimbangan, menjaga kepercayaan pelanggan dengan menawarkan produk emas murni berkualitas tinggi. c.) kehendak bebas, memiliki kebebasan dalam memilih bahan baku yang terbaik dan memenuhi pesanan tepat waktu. d.) tanggung jawab dan kebajikan, menerima penjualan kembali dengan syarat bahwa produk tersebut bukan berasal dari emas hasil pencurian. e.) kebenaran dan kejujuran, bertindak jujur dalam menentukan keuntungan yang wajar, baik dari produksi sendiri maupun dari pihak lain. f.) toleransi, memberi rekomendasi kepada pembeli jika produk yang dicari tidak tersedia. g.) keterbukaan dan

¹⁶ Indah Nurul Gina M. Nur Afif dan Indra Cahya Kusuma., *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga jual Pada Perusahaan Berkah Foldinggate*, Jurnal Cakrawala Indah, Vol. 3 No. 11, (2024), hal 3207.

kebebasan, siap menerima kritik dan saran dari pelanggan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan.¹⁷

4. Penelitian oleh Ahmad Zainal Abidin, “Analisis Penerapan Akuntansi Syariah Akad *Ijarah* pada BMT Muamalah Tulungagung”. BMT Muamalah Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariat islam dan berfungsi sebagai lembaga ekonomi mikro yang berfokus pada kegiatan profit dan profit. Penelitian ini menggunakan metode *field research* dan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi dan wawancara. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan PSAK No, 107 tentang akad dan ketentuan DSN MUI No. 09 oleh BMT Muamalah Tulungagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan *ijarah* yang diterapkan telah sesuai dengan keputusan DSN MUI No. 09, dan praktik akuntansi *Ijarah* termasuk pengakuan, penyajian dan pengungkapan juga sejalan dengan PSAK No. 107.¹⁸
5. Penelitian oleh Alifah Khaerunnisa Anas “Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Tirta Rahman Parepare”. Jumlah perusahaan yang terus meningkat menyebabkan persaingan semakin ketat. Situasi ini mengharuskan perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) untuk bersaing dengan

¹⁷ Yusuf, Eny Latifah, Muhammad Baharuddin Yusuf., *Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Mark Up Pricing untuk Menentukan Harga Jual Emas*, Journal Economics Technology And Entrepreneur, Vol.02 No.04, (2023), hal 178.

¹⁸ Ahmad Zainal Abidin, Budiani Kusumaningrum dan Miftakhul Huda, *Analisis Penerapan Akuntansi Syariah Akad Ijarah Pada BMT Muamalah Tulungagung*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol.11 No.1, (2023), hal 43-44.

produsen lainnya. Untuk tetap bertahan, perusahaan perlu menerapkan manajemen yang efektif dan menetapkan harga jual yang sesuai. Metode yang digunakan kualitatif pendekatan fenomenologis, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode penentuan harga jual dan analisis akuntansi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga jual air minum dalam kemasan (AMDK) dengan merek Rosi di CV. Tirta Rahman Parepare menggunakan perhitungan metode cost plus pricing sebesar Rp 1.417.915.200 sebulan dengan hasil produksi 120.900 karton.¹⁹

6. Penelitian oleh Muh Fatah Rizqullah “Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Batu Di Desa Allakuang”. Komponen penting dalam pembentukan laba meliputi pendapatan dari penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang. Pengelolaan biaya sangat krusial, karena kesalahan dalam penetapan harga dapat berdampak fatal bagi perusahaan. Metode yang digunakan metode campuran yaitu gabungan antara kuantitatif dan kualitatif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui biaya-biaya, perhitungan terhadap penentuan harga jual batu di Desa Allakuang. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan harga pokok produksi cobek dengan menggunakan metode *full costing*

¹⁹ Alifah Khaerunnisa Anas, *Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. TIRTA RAHMAN PAREPARE*, (Skripsi: IAIN PAREPARE, 2023), hal 4-5.

menhasilkan lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan metode *variabel coasting*.²⁰

7. Penelitian oleh Muhammad Hisab, “Pengaruh kelangkaan Minyak Goreng terhadap Penetapan Harga Jual dan pengelolaan Laba pada UMKM Usaha Makanan di Desa Cikembar”. Kelangkaan minyak goreng yang dimulai pada tahun 2021 telah memaksa banyak pelaku UMKM di sektor makanan, terutama yang mengandalkan metode penggorengan, untuk melakukan berbagai strategi agar tetap dapat bertahan dan menjalankan usaha mereka. Salah satu faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual dan manajemen laba yaitu ketersediaan bahanbaku hasil produksi. Pendekatan dan jenis penelitian yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dengan menggunakan teknik wawancara dan data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak fenomena kelangkaan minyak goreng terhadap penetapan harga jual dan manajemen laba dikalangan UMKM makanan di Desa Cikembar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, dan bebas dari gejala asumsi klasik lainnya.²¹
8. Penelitian oleh Caroline T. Rolos, “Analisis Penentuan Harga Jual Listrik Pada PT PLN (PERSERO) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Gorontalo”. Penetapan harga jual adalah suatu faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. PT PLN (Persero) Unit Induk

²⁰ Muh Fatah Rizqullah, *Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Batu Di Desa Allakuang (Analisis Akuntansi Syariah)*, (Skripsi: IAIN PAREPARE, 2023), hal 4-5.

²¹ Muhammad Hisab dan Idang Nurodin, *Pengaruh Kelangkaan Minyak Goreng Terhadap Penetapan Harga jual Dan Pengelolaan Laba Pada UMKM Usaha Makanan Di Desa Cikembar*, Jurnal Akuntansi UNIHAZ:JAZ, Vol.5 No.1, (2022), hal 44.

Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Gorontalo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam layanan kelistrikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga jual dengan akurat untuk menghindari risiko kerugian dan kebangkrutan. Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan teknik desk dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penetapan harga jual yang ditentukan berdasarkan biaya penuh di PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, dan Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual listrik yang ditentukan PT PLN sebesar Rp. 1.132/Kwh sedangkan harga jual listrik yang ditentukan dengan metode cost plus pricing lebih kecil yaitu Rp.591,08/Kwh. Penentuan harga jual pada PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Gorontalo dapat ditentukan berdasarkan peraturan pemerintahan dan juga metode cost of plus pricing.²²

9. Penelitian oleh Dumadi, “Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari)”. Kebutuhan seluler pintar atau smartphone terutama jenis tertentu akan mengalami kenaikan setiap tahunnya, dikarenakan pentingnya komunikasi dan memudahkan kegiatan sehari hari misalnya dalam pekerjaan, bisnis dan sebagainya. Hal ini menjadikan peluang pada konter terutama pada konter Andika Cell ini. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui

²² Caroline T. Rolos, Sifrid Pangemanan dan Novi Budiarmo, *Analisis Penentuan Harga Jual Listrik Pada PT PLN (PERSERO) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah Dan Gorontalo*, Jurnal EMBA, Vol.9 No.3, (2021), hal 1703.

kuesioner dengan analisis regresi linear berganda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga jual dan merek produk terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan harga jual dan merek produk baik secara individu maupun bersama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di konter Andika Cell Losari.²³

10. Penelitian oleh Mar'atus Sholikhah, "Analisis Penerapan Akuntansi Syariah Pada Skema Jual Beli KPR Syariah". PT MIB Merupakan pihak pengembang atau developer yang bergerak dibidang properti dengan sistem syariah. Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan akuntansi syariah dalam skema jual beli kredit syariah pada penjualan perumahan di PT MIB, serta untuk mengkaji perspektif hukum islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli kredit pada PT MIB telah memenuhi rukun jual beli yaitu penjual dan pembeli, kemudian ijab qabul, barang yang diperjual belikan yaitu rumah, dan nilai tukar pengganti barang yaitu uang.²⁴

Tabel 2.1
Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Sonya Pristy Salsyah	Metode Activity Based Costing	Penelitian ini sama sama menggunakan	Penelitian terdahulu menggunakan

²³ Dumadi, Slamet Bambang Riono, dan Mulyamin, *Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari)*, Journal Economics and Management (JECMA), Vol.2 No.1, (2021), hal 45.

²⁴ Mar'atus sholikhah, *Analisis Penerapan Akuntansi Syariah pada Skema Jual Beli KPR Syariah*, Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia, Vol.3 No. 2, (2020), hal 74.

	Purba dkk (2024)	(ABC) Dan Time Driven Activity Based Costing (TDABC) Dalam Menentukan Harga Jual	metode deskriptif kualitatif dan untuk menentukan harga jual	metode ABC dan TDABC, sedangkan sekarang berdasarkan analisis akuntansi syariah.
2	Indah Nurul Gita dkk. (2024)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Perusahaan Berkah Foldinggate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan metode penelitian melalui observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. 2. Sama sama menjelaskan mengenai penentuan harga jual perusahaan. 	Penelitian terdahulu menggunakan analisis harga pokok penjualan, sedangkan sekarang menggunakan analisis akuntansi syariah.
3	Yusuf dkk (2023)	Prinsip Etika Bisnis Islam dalam <i>Mark Up Pricing</i> untuk Menentukan Harga Jual Emas	Penelitian ini sama sama untuk menentukan harga jual serta menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Penelitian terdahulu berfokus pada penentuan harga jual yang didasarkan pada prinsip etika bisnis Islam.
4	Ahmad Zainal Abidin (2023)	Analisis Penerapan Akuntansi Syariah Akad <i>Ijarah</i> pada BMT Muamalah Tulungagung	Penelitian ini sama sama termasuk kategori <i>field research</i> dan menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Penelitian terdahulu menjelaskan mengenai penerapan akuntansi syariah yang berfokuskan pada BMT Muamalah tulungagung

				apakah sudah sesuai dengan PSAK No. 107 tentang <i>Ijarah</i> . Sedangkan sekarang pada penentuan harga jual.
5	Alifah Khaerunnisa Anas (2023)	Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Tirta Rahman Parepare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel akuntansi syariah dan penentuan harga jual. 2. Sama-sama menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti terdahulu melakukan penelitian di perusahaan CV. Tirta Rahman Parepare sedangkan sekarang di CV. Lisa Jaya Mandiri Food Ampo. 2. Peneliti terdahulu memiliki fokus permasalahan pada persaingan pasar, sedangkan sekarang pada perubahannya biaya operasional.
6	Muh Fatah Rizqullah (2023)	Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Batu di Desa Allakuang (Analisis Akuntansi Syariah)	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel harga jual dan menggunakan analisis akuntansi syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peneliti terdahulu menggunakan harga pokok produksi sedangkan sekarang hanya menggunakan analisis akuntansi syariah. 2. Peneliti

				terdahulu menggunakan metode campuran, sedangkan sekarang menggunakan metode kualitatif deskriptif
7	Muhammad Hisab dan Idang Nurodin (2022)	Pengaruh kelangkaan Minak Goreng terhadap Penetapan Harga Jual dan pengelolaan Laba pada UMKM Usaha Makanan di Desa Cikembar.	Penelitian ini sama-sama menggunakan teknik sekunder dan primer.	Peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif asosiatif, sedangkan sekarang metode kualitatif.
8	Caroline T. Rolos dkk (2021)	Analisis Penentuan Harga Jual Listrik Pada PT PLN (PERSERO) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi tengah dan Gorontalo.	Penelitian ini sama-sama memiliki variabel penentuan harga jual, serta menggunakan metode pendekatan kualitatif.	Peneliti terdahulu hanya melakukan analisis penentuan harga jual sedangkan sekarang menggunakan analisis akuntansi syariah terhadap penentuan harga jual.
9	Dumadi dkk (2021)	Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel harga jual.	Peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan sekarang menggunakan kualitatif.

		di Konter Andika Cell Losari)		
10	Mar'atus sholikhah (2020)	Analisis Penerapan Akuntansi Syariah pada Skema Jual Beli KPR Syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sama sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. 2. Sama sama melakukan analisis akuntansi syariah. 	Peneliti terdahulu berfokus terhadap skema jual beli KPR syariah, sedangkan sekarang berfokus terhadap penentuan harga jual.

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu.

Diatas dijelaskan mengenai beberapa penelitian yang sudah membahas topik yang relevan dengan penelitian ini yaitu Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO). Meskipun penelitian ini sudah pernah dibahas oleh penelitian sebelumnya, namun penelitian ini terdapat gap/perbedaan dan pembaruan dari tahun penelitian dan lokasi penelitian.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Analisis

Analisis adalah suatu kegiatan untuk memeriksa atau menyelidiki suatu peristiwa melalui data untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis biasanya dilakukan dalam konteks penelitian maupun pengolahan data. Hasil analisis diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman serta mendorong pengambilan keputusan.²⁵

²⁵ Syahputra, Frankie Jan Salean dan Nunung Nurhayati, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Intelektual Manifes Media dan Penulis, 2023), hal 47.

Analisis merupakan proses untuk mengidentifikasi dan mengatur data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara terstruktur. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori-kategori, merincinya menjadi unit-unit, melakukan sintesis, menyusunnya dalam pola yang jelas, memilih informasi yang relevan untuk dipelajari, dan akhirnya menarik kesimpulan agar mudah dipahami baik oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁶

2. Akuntansi Syariah

a. Pengertian Akuntansi Syariah

Akuntansi merupakan proses identifikasi transaksi, pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran, sehingga dihasilkan informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Sedangkan syariah ialah aturan yang telah ditetapkan Allah SWT untuk dipatuhi oleh manusia dalam menjalani segala aktivitasnya didunia. Dapat disimpulkan bahwa akuntansi syariah adalah suatu kegiatan identifikasi, klasifikasi, dan pelaporan dalam mengambil keputusan ekonomi berdasarkan prinsip akad-akad syariah yaitu tidak mengandung *zhulum* (kedzaliman), *riba*, *maysir* (judi), *gharar* (penipuan), barang yang haram dan membahayakan.²⁷

²⁶ Bidjaksana Arief Fateqah dan Sri Karuniari Nuswardhani, *Teori dan Praktik Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Perencanaan, Dan Penulisan*, (Anak Hebat Indonesia, 2024), hal 312.

²⁷ Ali Mutaufiq, Aip Zaenal mutaquin, Nurfaedah Nurfaedah, Ana Wijandari dan Al-Amin, *Pengantar Akuntansi Syariah*, hal 1-2.

b. Tujuan Akuntansi Syariah

Segala aturan yang diturunkan ALLAH SWT dalam sistem Islam mengarah pada tercapainya kebaikan kesejahteraan. Keutamaan serta menghapuskan kejahatan, kesengsaraan dan kerugian pada seluruh ciptaannya. Dan ekonomi untuk mencapai keselamatan dunia dan akhirat.

Adapun 3 sasaran hukum Islam yang menunjukkan Islam sebagai sumber kebaikan bagi masyarakat dan isinya, sebagai berikut:

- 1) Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya.
- 2) Tegaknya keadilan didalam masyarakat.
- 3) Tercapainya masalah (puncak sasaran): selamat agama, jiwa, akal, harta, keluarga dan keturunannya

Dengan demikian, tujuan akuntansi syariah adalah merealisasi kecintaan utama kepada Allah SWT, dengan melaksanakan akuntabilitas ketundukan dan kreativitas, atas transaksi-transaksi, kejadian-kejadian ekonomi serta proses produksi dalam organisasi, yang penyampaian informasinya bersifat material, batin maupun spiritual, sesuai nilai-nilai Islam dan tujuan syariah.²⁸

c. Prinsip Umum Akuntansi Syariah

Akuntansi syariah hadir untuk menyempurnakan sistem akuntansi konvensional yang datang dari tradisi barat. Tujuannya

²⁸ Muklisul Muzahid, *Kerangka konseptual Akuntansi Konvensional dan Akuntansi Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EKONIS), (2024), hal 10.

meliputi: 1) Prinsip syariah diutamakan dalam segala jenis transaksi, terutama menyangkut hak dan kewajiban para pihak. 2) Menyediakan informasi dan layanan sebagai dasar atas segala keputusan. 3) Menumbuhkan ketaatan terhadap ajaran agama dalam segala aktivitas usaha.²⁹ Ketiga dapat dikatakan merangkum prinsip dan nilai islam yang diterapkan dalam kegiatan akuntansi seperti tanggungjawab, keadilan dan kebenaran sebagaimana yang disebut dalam arti surat AL-Baqarah ayat 282:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا
 عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
 يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا
 يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ
 رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ
 الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب
 الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْعَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ
 أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ

²⁹ Munir Is'adi, Nur Ika Mauliyah, Warga Barokah Sugiarto dan Muhammad Korib Hamdani, *Akuntansi Rumah Tangga dalam Perspektif Islam*, (Penerbit NEM, 2023), hal 10-11.

أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ ۖ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٦﴾

Artinya:

“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 akalnya, 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.”³⁰

Berikut merupakan prinsip umum akuntansi syariah yang menjadi dasar *universal* dalam operasional akuntansi syariah, adapun diantaranya;³¹

³⁰ Qur'an Kemenag, *Surah Al- Baqarah dari Ayat 1 ke ayat 286*, diakses pada 03 Maret 2025, pukul 20.29, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=286>

³¹ Firdaus furywardhana, *Akuntansi Syariah di Lembaga Keuangan Syariah*, (Guepedia, 2021), hal 21-23.

1) Prinsip pertanggungjawaban

Merupakan suatu konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim, pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Karena bagi kaum muslimin, persoalan amanah adalah hasil transaksi manusia dengan sang kholiq mulai dari alam kandung hingga kembali lagi pada-Nya. Sebab Allah menciptakan manusia sebagai kholifah di muka bumi dan inti dari kekhelifahan itu ialah menjalankan atau menunaikan amanah. Jadi, implikasi dalam bisnis dan akuntansi adalah bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggungjawaban atas apa yang telah diamanahkan dan yang diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait pada dirinya, wujudnya bisa berbentuk laporan akuntansi.

2) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan tidak saja berupa nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan sosial dan bisnis, tetapi juga merupakan nilai yang secara melekat dalam diri setiap manusia. Keadilan dalam konteks aplikasi dalam akuntansi mengandung dua pengertian, yaitu: pertama, berkaitan dengan praktik moral, yaitu kejujuran, yang merupakan faktor yang sangat dominan. Tanpa kejujuran ini, informasi akuntansi disajikan akan menyesatkan dan sangat merugikan masyarakat. Kedua, kata adil bersifat lebih

fundamental (dan tetap berpijak pada nilai-nilai etika/syariah dan moral).

3) Prinsip kebenaran

Prinsip kebenaran ini tidak bisa dilepaskan dari prinsip keadilan, contoh misal, dalam akuntansi kita akan selalu dihadapkan dengan berbagai permasalahan baik itu pengakuan maupun pengukuran laporan. Aktivitas ini akan dapat terlaksana jika dilandaskan pada nilai kebenaran. Kebenaran ini akan menciptakan nilai keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan setiap transaksi ekonomi. Dengan demikian, pengembangan akuntansi Islam akan mengandung nilai-nilai kebenaran, kejujuran dan keadilan yang harus diaktualisasi dalam praktik akuntansi.³²

3. Teori Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga Jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan

³² Abdul Nasser Hasibuan, *Pengembangan Konsep Akuntansi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2023), hal 23-24.

persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.³³

b. Penentuan harga jual

Penentuan harga jual merupakan proses yang sangat penting sekaligus menarik karena kesalahan dalam penentuan harga dapat berakibat fatal bagi keberlangsungan bisnis. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan volume penjualan dan daya saing produk, sementara penetapan harga yang terlalu rendah dapat mengikis margin keuntungan bahkan merugikan perusahaan.

Dengan demikian, penetapan harga jual yang tepat membutuhkan analisis secara mendalam terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi, di antaranya biaya produksi, strategi pesaing, kondisi pasar, dan pandangan konsumen. Selain itu, dalam menetapkan harga perusahaan juga perlu mempertimbangkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, misalnya membangun loyalitas pelanggan atau meningkatkan pangsa pasar. Pertimbangan berbagai faktor secara tepat dapat menjamin bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya untuk

³³ Abdul Nasser Hasibuan dan Rahmad Annam, *Akuntansi Manajemen*, (Medan: CV. Merdeka Kreasi, 2021), hal 190-191.

menutupi biaya dan memberikan keuntungan, tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen dan kompetitif pasar.³⁴

c. Tujuan Penentuan Harga Jual

Adapun tujuan penentuan harga jual, sebagai berikut:³⁵

1) Memaksimalkan keuntungan

Pengaturan harga bertujuan untuk mencapai profitabilitas yang optimal bagi perusahaan. Dengan menetapkan harga secara tepat, perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan dan keuntungan bersih.

2) Mengakomodasi biaya produksi

Penetapan harga juga bertujuan untuk mencakup biaya produksi, distribusi, dan kegiatan bisnis lainnya. Harga yang ditetapkan harus mencerminkan upaya dan sumber daya yang dikeluarkan dalam menciptakan dan menyediakan produk dan layanan.

3) Memenuhi harapan konsumen

Harga yang tepat menciptakan keseimbangan antara nilai produk atau layanan dan espektasi konsumen. Tujuan ini adalah untuk memastikan bahwa konsumen merasa harga yang dibayar sesuai padan dengan manfaat yang mereka terima.³⁶

³⁴ Sri Suartini, Novy Trianthy, Ariefah Sundari dan Elsa, *Akuntansi Manajemen*, (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2024), hal 125-126.

³⁵ Shinta Laura, Rizal Azmi dan Ahmad Abrar Rangkuti, *Manajemen Pemasaran*, (Sukoharjo: Pradina pustaka, 2024), hal 83.

³⁶ Shinta Laura, Rizal Azmi dan Ahmad Abrar Rangkuti, 84.

4) Mendukung strategi pemasaran

Penetapan harga jual harus sejalan dengan strategi pemasaran perusahaan. Apakah itu sebagai bagian dari strategi diferensiasi, penetrasi pasar, atau penetapan harga premium, harga harus mendukung pesan dan posisi merek yang diinginkan.

Pemasaran merupakan suatu rangkaian proses perencanaan dan pelaksanaan yang melibatkan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan distribusi terhadap ide, layanan, produk, organisasi, serta acara, dengan tujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang dapat memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi.³⁷

Strategi marketing adalah rencana yang menyeluruh yang mengatur langkah-langkah dan kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.³⁸

5) Meningkatkan daya pesaing

Pengaturan harga jual memiliki tujuan untuk meningkatkan daya saing produk atau layanan dipasar. Harga yang bersaing dapat menjadi faktor kunci dalam memenangkan preferensi konsumen.

³⁷ Abdul Wadud Nafis, Faiqotul Hima dan misbahul Munir, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Islam Dalam Mengembangkan Produk Simpanan Idul Fitri (Sifitri) Di BMT UGT Sidogiri Kabupaten Jember*, IJIEF Indonesia Journal Of Islamic Economics & Finance, Vol. 5, No. 1, (2022), hal 13.

³⁸ M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh dan Nur Ika Mauliyah, *STRATEGI DIGITAL MARKETING DENGAN INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA BUTIK DOT.ID*, Human Falah, (2023), hal 129.

6) Mendukung tujuan jangka panjang

Penetapan harga harus selaras dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Ini mungkin mencakup membangun citra merek yang kuat, memasuki pasar baru, atau mencapai pertumbuhan bisnis berkelanjutan.

7) Menyesuaikan dengan perubahan pasar

Tujuan menetapkan harga juga melibatkan fleksibilitas untuk menyesuaikan harga dengan perubahan dalam kondisi pasar, permintaan konsumen atau faktor eksternal lainnya.³⁹

d. Faktor-faktor Penentuan Harga Jual

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mempertimbangkan faktor penentuan harga:

1) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Biaya bahan baku juga dikenal dengan nama biaya bahan utama dan bisa ditelusuri kepada produknya. Misalnya biaya pembelian kayu, biaya pembelian tepung, dan biaya-biaya lain yang termasuk ke dalam biaya bahan baku. Kayu adalah bahan utama untuk kursi, lemari atau yang lain. Kayu dikelompokkan pada bahan baku dan bisa ditelusuri ke produknya. Pada perusahaan roti, yang menjadi bahan utama adalah tepung, air hangat, dan garam.

³⁹ Shinta Laura, Laura, Rizal Azmi dan Ahmad Abrar Rangkuti,, *Manajemen Pemasaran*, hal 85.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang telah mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Dinamakan biaya tenaga kerja langsung karena biaya tenaga kerja ini terlibat langsung dalam proses produksi. Contohnya biaya tukang kayu, untuk perusahaan mebel, dan biaya tukang jahit untuk perusahaan konveksi.

3) Biaya overhead

Biaya overhead pabrik adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi tetapi di luar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.⁴⁰

Terdapat lima faktor yang dijadikan sebagai penentuan harga jual suatu produk, Berikut faktor-faktor yang menentukan harga jual suatu produk:⁴¹

1) Kondisi pasar

Harga suatu produk sangat dipengaruhi oleh penjual dan pembeli. Selain itu, adanya persaingan antar pedagang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penetapan harga. Harga suatu produk yang ditetapkan oleh pesaing dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk menentukan harga jual suatu produk.

⁴⁰ Haeruddin dan Hisnol Jamali, *Pengantar Akuntansi (Proses Akuntansi Jasa, Dagang, Manufaktur) Dilengkapi Contoh Kasus Dan Penyelesaiannya Serta Contoh Soal*, (Yogyakarta: Deepublisher, 2021), hal 292.

⁴¹ Kartika Chrysti Suryadari, *Seri Produk Olahan OLAHAN IKAN*, (Jakarta: BA Printing, 2021), Hal 11-12.

2) Harga produk

Harga jual yang ditetapkan menentukan besar keuntungan yang diperolehnya. Namun, sebelum menentukan harga jual sebaiknya mengetahui harga pasar dan mengetahui harga jual yang ditentukan pesaing kepada konsumen.

3) Elastisitas dan besar permintaan

Elastisitas permintaan digunakan untuk mengukur besar permintaan suatu barang atau jasa terhadap perubahan harga. Tanggapan pelanggan sangat diperlukan terhadap suatu produk yang mengalami perubahan harga, baik harga menjadi naik, ataupun harga menjadi turun.

4) Menetapkan tujuan harga

Harga yang ditetapkan mempunyai tujuan, berikut beberapa tujuan umum penentuan harga:

- a) Memaksimalkan penjualan
- b) Meningkatkan laba bersih penjualan
- c) Memaksimalkan jumlah keuntungan yang didapat
- d) Mempertahankan kualitas produk

5) Diferensiasi dan *product life cycle*

Suatu produk memiliki siklus hidup yang terbatas (*product life cycle*). Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas agar produk tersebut yang berbeda dengan pesaing. Pengenalan tersebut suatu produk sangat perlu dilakukan mengenai kondisi

suatu produk, sehingga dapat memudahkan untuk menentukan besar harga jual produk tersebut.

e. Metode Penentuan Harga Jual

Dalam suatu perusahaan sangat pentingnya untuk menentukan harga jual, untuk keberlangsungan kegiatan bisnis diperusahaan. Berikut beberapa metode penentuan harga jual:⁴²

1) *Full cost pricing method*

Menurut metode ini penentuan harga jual didasarkan pada semua biaya (tetap, variabel). Contoh:

PT. Jaya menyajikan data berikut:

kapasitas normal 10.000,- unit:

		Biaya per unit (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya bahan baku		250	
Biaya tenaga kerja		400	
Biaya overhead pabrik	Variabel	200	
	Tetap	200	2.000.000
Biaya operasi	Variabel	100	
	Tetap	150	750.000
Jumlah		1.500	

Perusahaan menginginkan laba 15% diatas biaya

Rumus:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya per unit} + \text{Laba yang diinginkan}$$

⁴² I Gusti Putu Darya, *Akuntansi Manajemen*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal 129.

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \text{Rp. 1.500} \\
 \text{Laba yang diinginkan} &= \text{Rp. 15\% x Rp. 1.500} \\
 &= \text{Rp. 225} \\
 \text{Harga jual per unit} &= \text{Rp. 1.500 + Rp. 225} \\
 &= \text{Rp. 1.725}
 \end{aligned}$$

2) *Direct cost pricing method*

Menurut metode ini, cara penentuan harga jual didasarkan hanya pada biaya variabel saja ditambah dengan prosentase tertentu dari biaya variabel untuk menutupi biaya dan laba yang diinginkan.⁴³

Melanjutkan contoh diatas, PT Jaya memutuskan harga jual per unit 40% diatas biaya per unit.

Rumus:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya variabel per unit} + \text{Biaya yang diinginkan} \times \text{Biaya variabel per unit}$$

Perhitungan:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \text{Rp. 1.500} \\
 \text{Laba yang diinginkan} &= 40\% \times \text{Rp. 1.500} = \text{Rp. 600} \\
 \text{Harga jual per unit} &= \text{Rp. 1.500} + \text{Rp. 600} = \text{Rp. 2.100}
 \end{aligned}$$

⁴³ I Gusti Putu Darya, 130.

3) Gross Margin Pricing Method

Metode ini dipergunakan pada perusahaan dagang. Penentuan harga jual didasarkan pada harga pokok pembeli barang itu dan *markup* harga yang diinginkan pembeli.⁴⁴

Contoh:

PT Jaya menjual playwood 2 inci, playwood tersebut dibeli dari salah satu pabrik pengolah kayu dengan rincian biaya setiap pembelian 500 lembar sebagai berikut.

Harga faktur	= Rp. 5.000.000
Biaya angkut	= Rp. 200.000
Biaya memesan	= Rp. 200.000
Harga pokok pembelian	= Rp. 6.000.000

Perusahaan menetapkan markup 15% dari harga pokok pembelian

Rumus:

Harga jual per unit = harga pokok pembelian + %markup yang diinginkan x Harga pokok pembelian per unit

Perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok per lembar} &= \text{Rp. } 6.000.000 / 500 \\ &= \text{Rp. } 12.000 \end{aligned}$$

$$\text{Markup yang diinginkan} = 15\% \times \text{Rp. } 12.000$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual perlembar} &= \text{Rp. } 12.000 + \text{Rp. } 1.800 \\ &= \text{Rp. } 13.800 \end{aligned}$$

⁴⁴ I Gusti Putu Darya, 131.

4) *Time and material Pricing*

Metode ini mempertimbangkan waktu dan bahan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dan menambah presentase tertentu dari waktu ke waktu dan bahan yang digunakan sebagai cara untuk menghitung biaya overhead pabrik, biaya operasional dan laba yang diinginkan. Cara ini digunakan oleh perusahaan jasa misalnya reparasi elektronik, percetakan, konsultan dan bengkel kendaraan.⁴⁵

Contoh:

PT Jaya adalah perusahaan elektronik. Perusahaan menjual barang televisi sebanyak 12 biji. Perusahaan menyediakan data untuk penjualan 12 televisi, televisi tersebut sebagai berikut:

Bahan baku = Rp. 800.000

Pemakaian tenaga kerja langsung = 2 hari

Tarif upah perhari = Rp. 120.000

Biaya yang ditambahkan 40% dan penggunaan biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku untuk menutupi biaya overhead pabrik, biaya operasi dan laba yang diinginkan.

Penyelesaian:

Rumus:

$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya bahan baku yang digunakan} +$ $\text{Biaya tenaga kerja langsung} \times \text{\% yang diinginkan}$

⁴⁵ I Gusti Putu Darya, 132.

Perhitungan:

Biaya bahan baku	= Rp. 800.000
Upah tenaga kerja, 2 x 120.000	= Rp. 240.000
Tambahan biaya yang diinginkan	
= 40% x (Rp. 800.000 + Rp. 240.000)	= Rp. 560.000
Hasil penjualan	= Rp. 1.600.000
Harga jual per unit Rp 1.600.000/2	= Rp. 800.000

5) *Return on Capital Employed pricing Method*

Metode ini didasari atas suatu pemikiran bahwa hasil penjualan harus dapat menutupi semua biaya termasuk pengembalian modal yang dipergunakan serta balas jasa dari penggunaan modal tersebut. Sehingga dalam penentuan harga jual barang yang dihasilkan ditentukan prosentase tertentu dari penggunaan modal untuk menutupi pengembalian modal dan laba yang diinginkan.⁴⁶

Contoh:

Semen roda empat adalah perusahaan tambang batu bara.

Perusahaan menyajikan data sebagai berikut:

Volume penjualan	= 30.000 ton
Jumlah biaya	= Rp. 100.000.000
Jumlah modal yang digunakan	= Rp. 800.000.000
Return on Capital yang diinginkan	= 20%

⁴⁶ I Gusti Putu Darya, 133-134.

Penyelesaian

Rumus:

Harga Jual yang dipergunakan per unit = [Jumlah biaya + (% yang diinginkan x jumlah modal yang digunakan)] : Volume penjualan dalam unit

Perhitungan:

Jumlah biaya = Rp. 100.000.000

Tambahan biaya yang diinginkan

20% (Rp. 100.000.000) = Rp. 20.000.000

Jumlah = Rp. 120.000.000

Harga jual perton = Rp. 120.000.000/ 30.000

= Rp. 4.000

f. Penentuan harga jual dalam Islam

Islam sangat memperhatikan tentang masalah keseimbangan harga, salah satunya pada peran negara dalam menjaga kestabilan harga dan mengatasi ketidakstabilan harga. Ada beberapa perbedaan pendapat dari kalangan ulama mengenai peran negara dalam menetapkan harga. Sebagian ulama menolak keterlibatan negara, sementara sebagian lainnya membolehkan negara untuk menetapkan harga.⁴⁷

Nabi Muhammad SAW tidak menetapkan harga jual karena khawatir hal tersebut dapat menimbulkan kezaliman, yang dalam Islam

⁴⁷ Supriadi Muslimin, Zainab dan Wardah Jafar, *Konsep penetapan Harga Dalam Perspektif Islam*, Journal of Islamic Economics, Vol 2 No.1 (Januari 2020), Hal 6-10.

diharamkan. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, maka akan menzalimi pembeli. Oleh karena itu, hukum asalnya adalah tidak ada penetapan harga (*al-tas'ir*), dan ini telah disepakati oleh mayoritas ulama. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang penetapan harga karena dapat memberatkan masyarakat, sedangkan Imam Maliki dan Imam Hanafi memperbolehkan penetapan harga, khususnya untuk barang-barang sekunder.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam didasarkan pada prinsip Maqashid al-Syariah, yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara umat manusia. Seandainya Rasulullah SAW menetapkan harga pada masa itu, hal tersebut akan bertentangan dengan mekanisme pasar yang ada. Namun, dalam kondisi tertentu, penetapan harga bisa menjadi suatu kebutuhan untuk menegakkan kemaslahatan umat dengan mengatasi fakta pasar dan mencegah kerusakan.

Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antar penjual dan pembeli.

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. An-Nisa:29.

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

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁸

Harga menjadi suatu hal yang penting dalam bisnis, dimana pada penentuan harga jual terdapat prinsip utama yaitu keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi permintaan konsumen akan berkurang, sebaliknya bila menjual terlalu murah keuntungan yang didapat akan berkurang. Penetapan harga jual yang dilakukan penjual kepada pedagang akan mempengaruhi pendapatan penjualan dan kerugian yang akan diperoleh, jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.⁴⁹

⁴⁸ Qur'an Kemenag, *Surah An-Nisa dari Ayat 1 ke ayat 176*, diakses pada 03 Maret 2025, pukul 15.42, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.

⁴⁹ Erwin Asidah dan Abd. Hafiz, *Analisa Industri dan Persaingan*, (NTB: Pusat Pengembangan dan Penelitian Indonesia, 2021), hal 111.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan dari judul di atas yakni “Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan CV. Lisa Jaya mandiri Food (AMPO)”. Maka Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, yaitu pendekatan *filosofis* yang menyelidiki pengalaman manusia.⁵⁰ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian “Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO)” yaitu berada di Jl. Langsep Raya Amou Km. 1 No.100 Dukuh Mencek, Sukorambi, Jember.

Sesuai dengan kebijakan terbaru di jember, Bupati jember lebih mendorong masyarakat dan pemangku kepentingan untuk menggunakan atau

⁵⁰ Abd. Hadi, Asrori dan Rusman, *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*, (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021), hal 22

⁵¹ Hikmatul Hasanah dan Siti Masrohatin, *Efektifitas Pasca Terbit Sertifikasi Halal Pada Umkm Di Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi*, *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Vol.10 No.1, 2025, 245.

mengonsumsi produk lokal, diantaranya yaitu air minum dalam kemasan. Produk air minum dalam kemasan yang terkenal di Jember seperti air mineral Al Qodiri, Hazora dan Ampo.⁵²

Adapun produk air mineral Al Qodiri dikelola oleh perusahaan yang dinaungi oleh pondok pesantren dan produk Hazora dikelola oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), yang menunjukkan bahwa adanya keterlibatan pemerintah dalam pengelolaan produk tersebut. Disisi lain, air mineral Ampo didirikan sebagai perusahaan umum yang dikelola secara independen oleh pengusaha, tanpa adanya keterikatan dengan lembaga atau pemerintahan. Keberadaan Ampo sebagai entitas yang mandiri menarik perhatian untuk melakukan analisis akuntansi syariah.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang dijadikan sebagai sample dalam sebuah penelitian.⁵³

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO)”. Subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih secara *purposive* yaitu dengan kriteria informan yang dapat dipercaya untuk menjawab fokus penelitian, yakni pegawai yang terlibat langsung dalam

⁵² Radar Jember, “Dongkrak Ekonomi Masyarakat, Bupati Jember Berharap Gunakan Produk Lokal”, diakses pada 02 November 2024, pukul 14.57, <https://radarjember.jawapos.com/pemerintahan/793732440/dongkrak-ekonomi-masyarakat-bupati-jember-berharap-gunakan-produk-lokal>.

⁵³ Suyanti, Khairunnisa dan Nurkholilah Lubis, *Analisis Implementasi Penilaian Portifolio Dalam Kurikulum Merdeka Pada Materi Kearifan Lokal Di Kelas IV Sekolah Dasar*, (Program Studi Pgmt & Program Studi Paud Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023), hal 248.

kegiatan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa informan yaitu:

1. Bapak Dani Widiyanto selaku MGR GPR & HR.
2. Bapak Dicky sebagai konsumen yang menjual kembali AMDK
3. Bapak Romli sebagai ADM & LCS

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder:

1. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Teknik yang dapat digunakan yaitu observasi dan wawancara.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal dan lain-lain.⁵⁴

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti pengalaman atau peninjauan secara cermat.⁵⁵ Observasi yaitu pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak secara langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam

⁵⁴ Muhamad Suhardi, *Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian*, (Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2023), hal 81.

⁵⁵ Muhammad Ali Equatora Lollong manting, *Teknik Pengumpulan Data Klien*, (Bitread Publishing, 2021), hal 52.

penelitian. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁵⁶ Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk menemukan gambaran dan keterangan yang jelas tentang analisis akuntansi syariah terhadap penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO).

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang paling umum digunakan. Ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dengan peserta penelitian. Wawancara bisa menjadi terstruktur (pertanyaan sudah direncanakan sebelumnya) atau tidak terstruktur (berdasarkan alur berkembang).⁵⁷

Adapun jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, di mana wawancara dilakukan secara direncanakan dan bebas tanpa membuat pedoman wawancara, hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada partisipan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pembangkitan pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi terhadap objek penelitian terutama dokumen yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti, baik dokumen berupa catatan penting,

⁵⁶ Abd. Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Kaya Ilmiah*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hal 95-96.

⁵⁷ Yusuf Tojiri, Hari Setia Putra dan Nur Haliza, *Metodologi Penelitian*, (Padang: Takaza Innovatix Labs, 2023), hal 146.

peraturan perundang-undangan, naskah, foto-foto, manuskrip dan dokumen lain yang dapat menunjang. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa metode dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel baik berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya.⁵⁸

Kegiatan dokumentasi memperoleh beberapa dokumen, antara lain:

- a. Sejarah berdirinya CV. Lisa Jaya Mandiri Food
- b. Struktur dan kelembagaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah.⁵⁹

Aktivitas dalam analisis data, yaitu: data collection, data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

1. Pengumpulan Data (Data Collection).

Proses pengumpulan data di riset kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yang didapatkan dengan terjun langsung kelapangan. Caranya bisa melalui pengamatan atau observasi, kuesioner, wawancara

⁵⁸ Untung Lasiyono dan Wira Yudha Alam, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2024), hal 62.

⁵⁹ Mike Nurmalia Sari, Saringatun Murdikah, Yosep Belen Keban, Mety toding Bua, *Metodologi Penelitian Tindakan Kelas & Research And Development*, (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2024), hal 136.

mendalam dengan objek penelitian, pengkajian dokumen, hingga fokus *discussion group*.

2. Reduksi Data (Data Reduction).

Setelah pengamatan lapangan, wawancara dan dokumentasi ditemukan data yang sedemikian banyak dan kompleks, maka langkah yang perlu diambil adalah mereduksi data. Reduksi data merupakan proses yang terfokus pada pembuangan data yang tidak penting yang terdapat dalam data mentah saat proses penulisan catatan lapangan. Setelah data diseleksi sesuai dengan yang menjadi pertanyaan penelitian kemudian langkah selanjutnya penyajian data.

3. Penyajian Data (Data Display).

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Penyajian data berupaya untuk menampilkan atau menceritakan data secara transparan. Penyajian data yang dimaksudkan dalam bentuk teks naratif dan dalam bentuk tabel atau grafik. Dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Teknik penyajian data yang runtun dan sistematis sangat membantu peneliti dalam menarik kesimpulan atau verifikasi.

4. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi (Conclusion Drawing or Verification).

Penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan selama penelitian berlangsung. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Artinya, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁶⁰

F. Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif, peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk menguji keabsahan data yang telah didapat oleh peneliti. Triangulasi merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan validitas

⁶⁰ Indra Prasetia, *Metodologi Penelitian*, (Medan: UMSU Press, 2022), hal 148-150.

dengan menggabungkan berbagai sumber data, teori atau peneliti dalam sebuah studi. Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa temuan mereka bergantung pada satu sumber atau metode tunggal, tetapi didukung oleh bukti yang kuat dari berbagai perspektif. Triangulasi melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi dan dokumen, untuk memeriksa konsistensi temuan.⁶¹

Triangulasi yang digunakan oleh peneliti yaitu triangulasi sumber, yaitu melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber yang berbeda. Misalnya, peneliti dapat menggunakan wawancara, observasi lapangan, dan analisis dokumen sebagai sumber data yang berbeda untuk mendapat gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti.⁶² Peneliti melakukan penelitian tentang Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan. Maka menguji keabsahan datanya dapat dilakukan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food Ampo.

G. Tahap - Tahap Penelitian

Beberapa tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya:⁶³

1. Tahap Pra Lapangan

Ada enam tahap yang dikerjakan dalam pra lapangan yang diantaranya sebagai berikut:

⁶¹ Ermi Rosmita, Prisca Diantra Sampe, Tito Pangesti Adji, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Padang: CV. Gita Lentera, 2024), hal 104.

⁶² Faustyna, *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*, (UMSU Press, 2023), hal 109.

⁶³ Akif Khilmayah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru), hal 219.

a. Menyusun rancangan penelitian

Dalam melakukan rancangan penelitian, peneliti melakukan pengajuan judul, yang kemudian dikonsultasikan kepada Dosen pembimbing, lalu dilanjutkan dengan penyusunan terkait proposal, seminar proposal, penyusunan skripsi hingga sampai sidang skripsi.

b. Memilih lokasi penelitian

Setelah proses penyusunan rancangan penelitian selesai, langkah berikutnya bagi peneliti adalah menentukan lokasi penelitian. Dalam hal ini, lokasi yang dipilih untuk menjadi objek penelitian adalah CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO).

c. Mengurus surat perizinan penelitian

Setelah tahap pemilihan lokasi selesai, langkah berikutnya yang dilakukan peneliti adalah mengurus surat izin, yang dikeluarkan oleh kampus. Surat izin tersebut kemudian diserahkan kepada lokasi penelitian, yaitu CV. Lisa Jaya Mandiri Food.

d. Menyelidiki dan menilai lapangan

Setelah menyelesaikan pengurusan surat izin dan mendapatkan persetujuan dari pihak terkait, langkah berikutnya bagi peneliti adalah memulai penelitian dan analisis di lapangan. Peneliti melakukan observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen untuk mempermudah proses pengumpulan data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Langkah berikutnya yang diambil oleh peneliti adalah memilih dan memanfaatkan informan. Tujuan dari langkah ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang diperlukan dan memperluas wawasan ilmiah.⁶⁴

f. Mempersiapkan perlengkapan-perengkapan penelitian.

Setelah menyelesaikan semua tahap, mulai dari rancangan penelitian hingga pemilihan informan, langkah terakhir yang diambil oleh peneliti adalah menyiapkan perlengkapan penelitian. Ini mencakup buku referensi, ponsel untuk dokumentasi dan perekaman, dan perlengkapan lainnya.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan penelitian dapat dijelaskan dengan tepat.⁶⁵

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap akhir ini, setelah kegiatan penelitian selesai, langkah selanjutnya yang diambil peneliti adalah menyusun kerangka laporan hasil penelitian dengan menganalisis data. Peneliti juga berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing untuk mendapatkan hasil yang optimal. Setelah laporan disetujui, laporan tersebut disiapkan untuk

⁶⁴ Akif Khilmiyah, 220-222.

⁶⁵ Akif Khilmiyah, 223.

dipertanggungjawabkan di depan penguji dan kemudian digandakan untuk diserahkan kepada pihak terkait.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I pendahuluan, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II kajian pustaka, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat memuat tentang kajian teori.

BAB III metode penelitian, yang berisi tentang metode penelitian, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV hasil dan pembahasan, yang berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food merupakan perusahaan bergerak dibidang produksi dan Distribusi Makanan Dan Minuman. Perusahaan ini terletak di jalan Raya Ampo KM 1 No. 100 Dukuh Mencek, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember.⁶⁶

2. Sejarah Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO)

CV. Lisa Jaya Mandiri didirikan pada tahun 1994 oleh Bapak Wasilli Fadlah dengan semangat untuk mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pada awalnya, perusahaan ini beroperasi sebagai usaha rumahan atau home industry yang sederhana, berfokus pada pemasaran kopi yang dijalankan dari rumah pribadi Bapak Wasilli Fadlah di Jalan Kertanegara IV/93 Jember, Jawa Timur. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2009, perusahaan ini mulai membangun pabrik yang berlokasi di Jalan Raya Ampo KM 1 No. 100 Dukuh Mencek, Sukorambi – Jember.

Usaha ini bermula dengan pemasaran kopi menggunakan sepeda ontel, yang kemudian berkembang menjadi penggunaan sepeda motor dan mobil. Keinginan untuk mengembangkan usaha menjadi lebih profesional mendorong beliau untuk memperhatikan legalitas perusahaan. Pada tahun

⁶⁶ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

2001, Bapak Wasilli Fadlah resmi melegalisasi usaha ini melalui notaris dan menciptakan nama "CV. Lisa Jaya Mandiri", terinspirasi oleh istri beliau, Endang Listiyana. Pada tahun tersebut, meskipun masih dalam skala kecil, perusahaan sudah memiliki ambisi untuk berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar, dengan terus berinovasi dalam produk dan pemasaran.

Pada tahun 2004, CV. Lisa Jaya Mandiri berhasil memperoleh legalitas resmi sebagai "CV. Lisa Jaya Mandiri Food" dan pada tahun 2011, perusahaan memiliki lahan seluas 1000 meter persegi untuk pengembangan lebih lanjut. Perusahaan ini terus berinovasi, mulai dari memproduksi kopi, kemudian memperkenalkan produk seperti Vetsin (penguat rasa), minyak goreng, dan air dengan merek "AMPO". Setiap inovasi produk tersebut mendapat respons positif dari masyarakat dan memperluas jaringan distribusi perusahaan.

Pada tahun 2020, CV. Lisa Jaya Mandiri mengembangkan fasilitas baru, termasuk gudang dan sistem distribusi yang lebih modern, serta memperkenalkan pemasaran online. Selain itu, perusahaan juga memperkenalkan teknologi mesin baru untuk meningkatkan kualitas produk. Dalam rangka memperluas jangkauan pasar, CV. Lisa Jaya Mandiri bekerja sama dengan berbagai perusahaan dan industri baik di dalam maupun luar Jember, termasuk rumah sakit, pusat perbelanjaan, serta hotel dan kafe.

Sebagai bagian dari pengembangan perusahaan, CV. Lisa Jaya Mandiri juga terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan tujuan untuk memaksimalkan kinerja dan menjaga hubungan baik dengan mitra dan distributor di berbagai wilayah. Dengan semangat untuk terus berkembang, perusahaan berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal.⁶⁷

Dengan segala pencapaian dan inovasi yang dilakukan, CV. Lisa Jaya Mandiri berharap dapat terus berkembang, memberikan manfaat bagi banyak orang, dan menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari peluang kerja yang baik dan profesional.

3. Visi dan Misi Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO)

a. Visi

Menjadikan air mineral AMPO sebagai air layak minum yang berkualitas, pelayanan terbaik, harga terjangkau dan diterima secara luas oleh masyarakat di Jember dan sekitarnya.

b. Misi

1. Memberikan kepuasan maksimal bagi para pelanggan AMPO dengan memproduksi air mineral kemasan yang bersih, higienis, dan segar.

⁶⁷ Lisa Jaya Mandiri Food, "SEJARAH DAN KEADAAN PERUSAHAAN CV. LISA JAYA MANDIRI SAAT INI", (Blog). Agustus 27, 2020, <https://cvlisajayamandiri.blogspot.com/2020/08/sejarah-dan-keadaan-perusahaan-cv-lisa.html>.

2. Mensertifikasi produk air mineral kemasan AMPO dengan standard mutu SNI, BPOM, DEPKES, MUI, dan ISO agar tercipta kepercayaan pada konsumen.
3. Mengupayakan pelayanan yang tepat waktu dengan terus menambah jumlah armada dan petugas yang terlatih dan profesional.⁶⁸

4. Profil Perusahaan CV. Lisa Mandiri Food (AMPO)

Nama Perusahaan : CV. Lisa Jaya Mandiri Food
 Merek Produk : Air Mineral “AMPO”
 Alamat : Jl. Langsep Raya Ampo Km 1 No.100, Desa
 Dukuh Mencek, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten
 Jember, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 68151.

Nomor Telepon : 081218886231

Situs Web : www.lisajayamandirifood.com⁶⁹

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sistem yang mengatur hubungan hierarkis antara individu dan kelompok dalam suatu organisasi. Struktur ini bertujuan untuk menetapkan tugas, tanggung jawab, dan kewenangan yang diberikan kepada setiap elemen organisasi. Selain itu, struktur ini juga memfasilitasi pengelolaan sumber daya, termasuk SDM, serta memastikan aliran informasi yang efektif di dalam organisasi.⁷⁰ Adapun

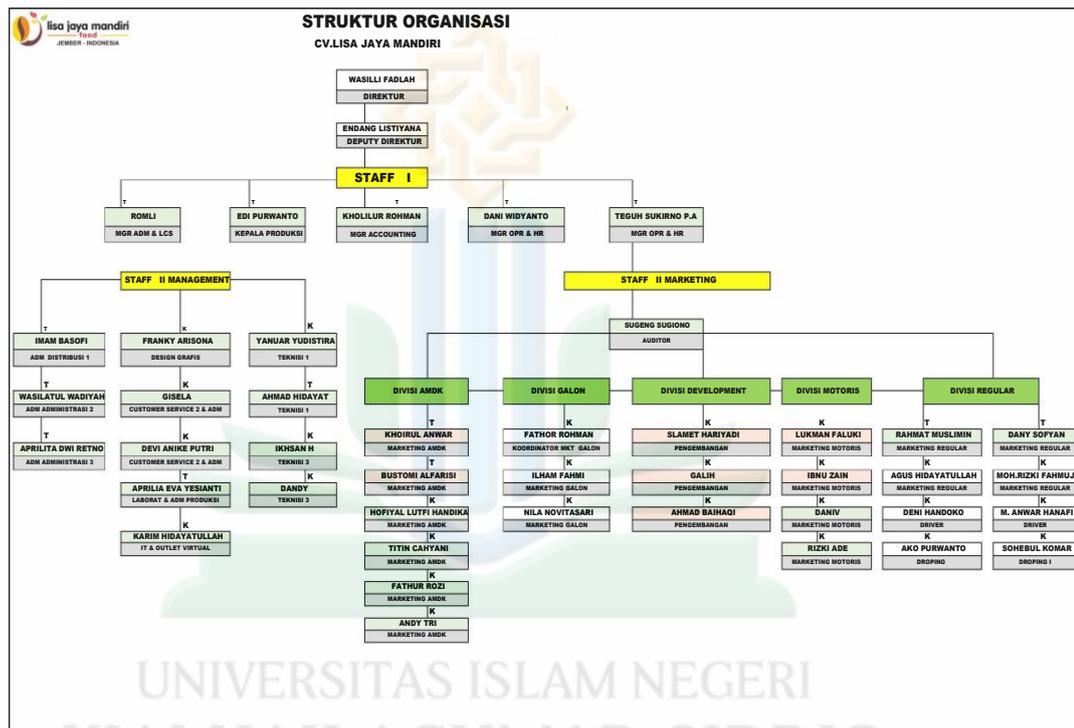
⁶⁸ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

⁶⁹ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

⁷⁰ Laily Safitri, et. al, *PRINSIP-PRINSIP MANAJEMEN*, (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2024), hal 2.

struktur organisasi pada perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO), sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur Perusahaan



Sumber data: *Dokumentasi Perusahaan*

6. Produk Perusahaan

Perusahaan mempunyai dua produk yaitu produk premium dan second brand. Untuk produk premium, perusahaan hanya memproduksi air baku yang diolah menjadi air minum dalam kemasan (AMDK) AMPO. AMDK (AMPO) tersedia dalam beberapa kemasan yaitu, kemasan cup, (gelas mini), botol dan galon. Selain AMDK AMPO, CV. Lisa Jaya Mandiri Food juga memproduksi second brand berupa AMDK classio dan argopuro dimana produk argopuro ini masih baru *launching* 4 bulan yang lalu. *Second brand* hadir dengan tujuan untuk memfasilitasi masyarakat

yang kurang mementingkan kualitas produk khususnya dalam bagian kemasan. Oleh karena itu, *second brand* hanya tersedia dalam bentuk cup dengan tujuan untuk memudahkan jangkauan pasar.⁷¹

7. Logo Perusahaan

Logo merupakan simbol yang digunakan oleh lembaga, perusahaan, atau organisasi untuk mencerminkan citra dan identitas mereka. Secara visual, logo terdiri dari berbagai elemen bentuk dan warna. Seiring dengan kemajuan tipografi, logo kini tidak hanya berupa susunan huruf, melainkan pemilihan huruf tersebut juga berfungsi sebagai karakter atau citra merek dari produk yang diwakilinya.⁷²

Berikut merupakan logo dari perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO).



Gambar 4.2 Logo Perusahaan

Sumber Data: *Dokumentasi Perusahaan*

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata, lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang

⁷¹ Dani Widyanto, Wawancara, CV Lisa Jaya Mandiri Food, 07 Desember 2024.

⁷² Firdaus Azwar Eryad dan Dinda Sophiea Arifin, *Semiotika: Teori dan Aplikasi pada Desain Logo*, (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023), hal 29.

diteliti. Adapun teknik yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil data yang dikumpulkan dalam penyajian data secara berurutan berdasarkan pokok permasalahannya, sebagai berikut.

1. Metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food

CV Lisa Jaya Mandiri Food merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi & distribusi makanan dan minuman yang berada di Kabupaten Jember. Setiap perusahaan menggunakan mekanisme yang berbeda dalam kegiatan operasionalnya, termasuk dalam penentuan harga jual. Penentuan harga jual sangat penting bagi perusahaan karena menjadi dasar untuk meraih keuntungan yang diharapkan. Harga jual sendiri merupakan kompensasi, baik dalam bentuk uang atau barang yang diperlukan untuk memperoleh produk atau layanan tertentu. Perusahaan menetapkan harga dengan harapan produk dapat terjual dengan baik dan keuntungan yang diperoleh maksimal. Oleh karena itu, untuk meraih keuntungan yang optimal, perusahaan harus dapat menarik minat konsumen dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan memberikan kepuasan kepada konsumen.⁷³

Kepuasan konsumen sangat penting karena berkaitan erat dengan citra perusahaan. Citra perusahaan dibentuk dan dikembangkan dalam pikiran konsumen melalui komunikasi dan pengalaman mereka. Citra yang positif akan memengaruhi keputusan konsumen dalam menilai kepuasan

⁷³ Miftahul Ulum dan Diana Rahmawati, *Kewirausahaan Berbasis Teknologi 4.0*, (Malang: Media Nusa Creative, 2020), hal 33-34.

terhadap produk atau layanan yang diberikan. Ketika konsumen merasa puas, sikap mereka terhadap perusahaan akan semakin baik, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.⁷⁴

Terdapat tantangan dalam kegiatan operasional perusahaan CV, Lisa Jaya Mandiri Food yaitu pada pengiriman barang, sebagaimana yang disampaikan bapak Dani:

"Tantangan yang sering dihadapi di lapangan, misalnya ketika ada pelanggan yang mengalami keterlambatan pengiriman hanya 1 jam, biasanya akan langsung ada komplain. Namun, hal tersebut dapat diatasi dengan baik oleh perusahaan. Selain itu, terkait dengan perubahan biaya, perusahaan akan mengikuti fluktuasi pasar. Oleh karena itu, jika harga bahan baku naik, harga jual produk akan disesuaikan sesuai dengan perubahan tersebut."⁷⁵

Dari yang disampaikan diatas, dapat dianalisis bahwa perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan, terutama terkait dengan keterlambatan pengiriman yang dapat memicu keluhan, meskipun hanya terlambat satu jam. Meskipun demikian, perusahaan mampu mengatasi masalah tersebut dengan baik. Selain itu, perusahaan juga menunjukkan responsifitas terhadap perubahan biaya, terutama fluktuasi harga bahan baku, dengan menyesuaikan harga jual produk agar tetap sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku.

Dalam penentuan harga jual, perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food menggunakan berbagai faktor yang meliputi biaya produksi, harga pasar, permintaan pasar, serta strategi persaingan di pasar. Sebagaimana

⁷⁴ Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen*, (Jember: UIN KHAS Press, 2023), hal 22.

⁷⁵ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

yang dijelaskan oleh Bapak Dani selaku MGR OPR & HR perusahaan air minum dalam kemasan AMPO sebagai berikut:

“Mekanisme penjualan di perusahaan yang perlu dipertimbangkan yaitu harga pokok produk (biaya yang terlibat baik secara langsung atau tidak dalam perusahaan), seperti biaya bahan baku, harga material dan material-material lain, sehingga memenuhi HPP. Kemudian setelah HPP terbit, baru bisa menentukan laba untuk menemukan harga jual.”⁷⁶

Dari yang disampaikan di atas, dapat dianalisis bahwa dalam mekanisme penjualan di perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO), penentuan harga jual sangat bergantung pada perhitungan yang matang mengenai Harga Pokok Penjualan (HPP) terlebih dahulu. HPP mencakup semua biaya yang terlibat dalam proses produksi, baik biaya langsung maupun tidak langsung, seperti:

1. Biaya Bahan Baku: Biaya untuk membeli bahan baku yang digunakan dalam produksi barang.
2. Harga Material dan Komponen Lain: Biaya untuk material tambahan dan komponen yang digunakan dalam pembuatan produk.
3. Biaya Produksi Lainnya: Biaya langsung yang terkait dengan proses produksi, seperti upah tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Setelah HPP dihitung dan dipastikan, perusahaan menetapkan harga jual dengan menambahkan margin keuntungan yang diinginkan di atas HPP tersebut. Dengan cara ini, perusahaan dapat memastikan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya menutupi semua biaya yang

⁷⁶ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

dikeluarkan tetapi juga memberikan keuntungan yang sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan.

Secara sederhana, penentuan harga jual bisa digambarkan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Semua biaya} + \text{Margin Keuntungan}$$

Penentuan harga yang akurat dengan mempertimbangkan seluruh biaya produksi ini penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan memastikan bahwa perusahaan dapat tetap kompetitif di pasar sambil mencapai target profitabilitas yang diinginkan.

Hal ini sejalan dengan buku Akuntansi Manajemen pada metode *full coast pricing*, dimana dalam penetapan harga dilakukan dengan cara memperhitungkan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan, baik itu biaya tetap maupun variabel.⁷⁷

Adapun berikut proses operasional yang dilakukan perusahaan selama tahun 2025:

a) Harga Jual Ampo Kemasan Gelas

Tabel 4.1 Biaya Produksi AMDK AMPO kemasan gelas (120ml) Tahun 2025

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Cup	85	48	4.080
2	Lid Cup	30	48	1.440
3	Label	15	48	720
4	Sedotan	8	48	384
5	Karton	1.700	1	1.700

⁷⁷ I Gusti Putu Darya, *Akuntansi Manajemen*, hal 129.

6	Isolasi	200	1	200
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	1.100	1	1.100
Total Biaya Bahan Baku				
8	Biaya Tenaga Kerja Langsung	880	1	880
9	Biaya Overhead Pabrik	1.000	1	1.000
Biaya Produksi per Karton				11.504

Sumber data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan 120ml sebesar Rp 11.504. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

CV. Lisa Jaya Mandiri Food memiliki banyak varian dalam kemasan produk air minum, sebagaimana hasil wawancara:

“Kita memiliki banyak varian produk, mulai dari kemasan gelas terdapat 2 varian (220ml dan 120ml), kemudian kemasan botol terdapat 4 varian (300ml, 330ml, 600ml, 1.050ml) dan kemasan galon terdapat 1 varian (19ltr) Tujuannya untuk bisa bersaing di pasar dengan memenuhi minat pangsa pasar sesuai kebutuhan”⁷⁸

Dari penjelasan di atas, dapat dianalisis bahwa perusahaan menawarkan berbagai pilihan kemasan produk dengan variasi ukuran, yang meliputi kemasan gelas, botol, dan galon. Kemasan gelas terdiri dari 2 varian ukuran: 220ml dan 120ml. Biasanya cocok untuk konsumen yang menginginkan porsi kecil hingga sedang. Kemasan botol terdiri dari 4 varian ukuran: 300ml, 330ml, 600ml, dan 1.050ml mengarah pada konsumen yang menginginkan kemasan lebih besar dari gelas. Kemasan galon terdiri dari 1 varian ukuran: 19ltr biasanya

⁷⁸ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

digunakan untuk kebutuhan jangka panjang, atau untuk rumah tangga besar dan bisnis.

Adapun tujuannya yaitu supaya perusahaan bisa menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Hal ini membantu perusahaan untuk bersaing lebih baik dengan merek lain, karena bisa menawarkan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, baik untuk konsumsi sehari-hari, keluarga, atau bisnis.

Harga jual juga berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, di mana harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen beralih ke pesaing yang menawarkan harga lebih rendah dengan kualitas serupa. Hal ini berisiko mengakibatkan kerugian jangka panjang, karena kehilangan konsumen yang pada akhirnya mengurangi pendapatan perusahaan. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat merugikan perusahaan karena tidak menutupi biaya produksi.⁷⁹

Perhitungan harga jual di CV. Lisa Jaya Mandiri Food sesuai dengan kesepakatan bersama dan mengikuti perkembangan yang terjadi di pasar. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Dani:

“Presentase keuntungan yang kami terapkan yaitu 15% dan 10%, adapun penyesuaian harga dilakukan dari pabrik ke 3, kalau ada kenaikan harga bahan pasti kita up. keputusan didasari musyawarah, bersama top leader sesuai dengan kesepakatan.”⁸⁰

⁷⁹ Miftahul Ulum dan Diana Rahmawati, *Kewirausahaan Berbasis Teknologi 4.0*, hal 33-34.

⁸⁰ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa perusahaan menerapkan persentase keuntungan sebesar 15% dan 10% pada produk yang dijual. Jika ada kenaikan harga bahan baku dari pabrik, maka harga produk akan disesuaikan dan dinaikkan. Keputusan terkait penyesuaian harga ini dibuat melalui musyawarah bersama top leader perusahaan, berdasarkan kesepakatan yang telah disetujui.

Dengan presentase laba 15% tersebut, harga jual dapat dihitung seagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\ &= 15\% \times \text{Rp } 11.504/\text{karton} \\ &= \text{Rp } 1.725,6/\text{karton} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 15% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 11.504,6 per karton sehingga ditemukan hasil Rp 1.725,6 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp } 11.504 + \text{Rp } 1.725,6 \\ &= \text{Rp } 13.229,6/\text{karton} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 11.504, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 13.229,6/karton.

Tabel 4.2 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Kemasan gelas (120ml) Tahun 2025

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga Jual (Rp)
11.504	1.725,6	13.229,6
	Pembulatan	13.500

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 11.504 dengan laba yang diharapkan Rp 1.725,6 yaitu Rp 13.229,6. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan gelas 120ml dibulatkan menjadi Rp13.500 setiap kartonnya.

Tabel 4.3 Biaya Produksi AMDK AMPO kemasan gelas (220ml) Tahun 2025

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Cup	100	48	4.800
2	Lid Cup	40	48	1.920
3	Label	15	48	720
4	Sedotan	10	48	480
5	Karton	1.900	1	1.900
6	Isolasi	200	1	200
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	1.100	1	1.100
Total Biaya Bahan Baku				11.120
8	Biaya Tenaga Kerja Langsung	880	1	880
9	Biaya Overhead Pabrik	1.000	1	1.000
				13.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan 220ml sebesar Rp 13.000. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase laba 15% tersebut, harga jual dapat dihitung seagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\
 &= 15\% \times \text{Rp } 13.000/\text{karton} \\
 &= \text{Rp } 1.950/\text{karton}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 15% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 13.000 per karton sehingga ditemukan hasil Rp 1.950 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp}13.000 + \text{Rp} 1.950 \\ &= \text{Rp} 14.950/\text{karton} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 13.000, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 14.950/karton.

Tabel 4.4 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Kemasan gelas (220ml) Tahun 2025

Total Biaya Produksi	Laba yang diharapkan (Rp)	Harga Jual (Rp)
13.000	1.950	14.950
Pembulatan		15.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.4 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 13.000 dengan laba yang diharapkan Rp 1.950 yaitu Rp 14.950. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan gelas 220ml dibulatkan menjadi Rp15.000 setiap kartonnya.

b) Harga Jual Ampo Kemasan Botol

**Tabel 4.5 Biaya Produksi AMDK AMPO Botol (300ml)
Tahun 2025**

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Botol	760	12	9.120
2	Tutup	50	12	600
3	Karton	1.000	1	1.000
4	Label	15	12	180
5	Cup seal	13	12	156
6	Isolasi	150	1	150
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	800	1	800
Total Biaya Bahan Baku				12.006
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	600	1	600
	Biaya Overhead Pabrik	1.000	1	1.000
Biaya Produksi per Karton				13.606

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan botol 300ml sebesar Rp 13.606. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase keuntungan 10%, harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan} &= 10\% \times \text{biaya pokok produksi} \\
 &= 10\% \times \text{Rp } 13.606/\text{karton} \\
 &= \text{Rp } 1.360,6/\text{karton}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 10% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 13.606 per karton, sehingga ditemukan hasil Rp 1.360,6 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp } 13.606 + \text{Rp } 1.3606/\text{karton} \\ &= \text{Rp } 14.966,6/\text{karton} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 13.606, ditambah dengan laba 10% yaitu Rp 14.966,6/karton.

Tabel 4.6 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Botol (300ml) Tahun 2025

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga jual (Rp)
13.606	1.360,6	14.966,6
Dibulatkan		15.000

Sumber data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 13.606 dengan laba yang diharapkan Rp 1.360,6 yaitu Rp 14.966,6. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan botol 600ml dibulatkan menjadi Rp 15.000 setiap kartonnya.

Tabel 4.7 Biaya Produksi AMDK AMPO Botol (330ml) Tahun 2025

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Botol	900	24	21.600
2	Tutup	52	24	1.248
3	Karton	1.900	1	1.900
4	Label	15	24	360
5	Cup seal	13	24	312
6	Isolasi	200	1	200
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	1.100	1	1.100
Total Biaya Bahan Baku				26.720
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	840	1	840
	Biaya Overhead Pabrik	1.000	1	1.000
Biaya Produksi per Karton				28.560

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan botol 330ml sebesar Rp 28.560 yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase keuntungan 15%, harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\ &= 15\% \times \text{Rp } 28.560/\text{karton} \\ &= \text{Rp } 4.284/\text{karton} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 15% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 28.560 per karton sehingga ditemukan hasil Rp 4.284 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp } 28.560 + \text{Rp } 4.284/\text{karton} \\ &= \text{Rp } 32.844/\text{karton} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 28.560, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 32.844/karton.

Tabel 4.8 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Botol (330ml) Tahun 2025

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga jual (Rp)
28.560	4.284	32.844
	Dibulatkan	33.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 28.560 dengan laba yang diharapkan Rp 4.284 yaitu Rp 32.844 Sehingga harga jual air minum dalam kemasan botol 600ml dibulatkan menjadi Rp 33.000 setiap kartonnya.

**Tabel 4.9 Biaya Produksi AMDK AMPO Botol (600ml)
Tahun 2025**

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Botol	1.000	24	24.000
2	Tutup	52	24	1.248
3	Karton	2.000	1	2.000
4	Label	15	24	360
5	Cup seal	13	24	312
6	Isolasi	200	1	200
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	1.100	1	1.100
Total Biaya Bahan Baku				29.220
8	Biaya Tenaga Kerja Langsung	880	1	880
9	Biaya Overhead Pabrik	1000	1	1000
Biaya Produksi per Karton				31.100

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan botol 600ml sebesar Rp 31.100. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase keuntungan 15%, harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\
 &= 15\% \times \text{Rp } 31.100/\text{karton} \\
 &= \text{Rp } 4.665/\text{karton}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 15% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 31.100 per karton sehingga ditemukan hasil Rp 4.665 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\ &= \text{Rp } 31.100 + \text{Rp } 4.665/\text{karton} \\ &= \text{Rp } 35.765/\text{karton} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 31.100, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 35.765/karton.

Tabel 4.10 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Botol (600ml)
Tahun 2025

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga jual (Rp)
31.100	4.665	35.765
	Dibulatkan	36.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 31.100 dengan laba yang diharapkan Rp 4.665 yaitu Rp 35.765. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan botol 600ml dibulatkan menjadi Rp 36.000 setiap kartonnya.

**Tabel 4.11 Biaya Produksi AMDK AMPO Botol (1.050ml)
Tahun 2025**

No	Komponen	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Per Karton	Biaya Per Karton (Rp)
1	Botol	2.000	12	24.000
2	Tutup	52	12	624
3	Karton	2.200	1	2.200
4	Label	15	12	180
5	Cup seal	15	12	180
6	Isolasi	200	1	200
7	Ongkos Angkut Bahan Baku	1.100	1	1.100
Total Biaya Bahan Baku				
8	Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.700	1	1.700
9	Biaya Overhead Pabrik	1.000	1	1.000
Biaya Produksi per Karton				31.160

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan botol 1.050ml sebesar Rp 31.160. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase keuntungan 15%, harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\
 &= 15\% \times \text{Rp } 31.160/\text{karton} \\
 &= \text{Rp } 4.674/\text{karton}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui harga jual dengan presentase laba, yaitu 15% yang dikalikan dengan biaya produksi Rp 31.160 per karton sehingga ditemukan hasil Rp 4.674 sebagai laba per karton.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Laba yang diinginkan} \\
 &= \text{Rp } 31.160 + \text{Rp } 4.674/\text{karton} \\
 &= \text{Rp } 35.835/\text{karton}
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 31.160, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 35.835/karton.

Tabel 4.12 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Botol (1.050ml) Tahun 2025

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga jual (Rp)
31.160	4.674	35.835
Dibulatkan		36.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 31.160 dengan laba yang diharapkan Rp 4.674 yaitu Rp 35.835. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan botol 600ml dibulatkan menjadi Rp 36.000 setiap kartonnya.

CV. Lisa Jaya Mandiri Food memberikan pelayanan serta memberikan harga yang sudah ditentukan secara matang oleh pihak terkait sesuai dengan kesepakatan bersama, tentunya hal ini bisa menarik perhatian konsumen untuk mengonsumsi AMDK AMPO ini. Selain dari pelayanan yang baik juga dari kualitas air minumnya yang bagus, sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Dani:

“Banyak konsumen yang tertarik dengan produk air minum dalam kemasan AMPO ini, soalnya bukan hanya dari harganya yang terjangkau tapi juga kualitas airnya yang bagus diambil langsung dari lereng gunung argopuro yang mengandung PH

8+, yang baik buat kesehatan serta dapat menetralkan racun yang ada ditubuh”.⁸¹

Pada penjelasan yang disampaikan Bapak Dani memberi petunjuk bahwa konsumen tertarik pada produk air minum dalam kemasan AMPO ini bukan hanya dari harganya yang terbilang murah atau terjangkau tapi juga dari kualitasnya yang bagus diambil langsung dari lereng gunung argopuro serta mengandung PH 8+ yang dapat menetralkan racun yang ada di tubuh.

Dalam hal ini didukung oleh pendapat bapak Dicky selaku agen yang menjual kembali kepada konsumen:

“Dari harganya yang terbilang murah dan juga menurut beberapa konsumen berpendapat kalau harganya murah, selain itu mungkin dari rasanya yang bisa diterima oleh masyarakat sekitar sini, mereka lebih banyak yang suka dan mengonsumsi produk AMDK AMPO daripada yang lain.”⁸²

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Dicky, beliau juga berpendapat bahwa harga AMDK AMPO terbilang murah dan tak hanya itu, beberapa konsumen juga setuju dan mengatakan bahwa harganya murah. Disamping itu, masyarakat tertarik pada produk AMDK AMPO ini dari rasanya yang bisa diterima oleh mereka.

c) Harga Jual Ampo Kemasan Galon

Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food memproduksi produk AMDK ampo dengan variasi galon. Dimana galon diproduksi untuk memenuhi kebutuhan air minum dalam jumlah besar dan juga tersedia isi ulang, biasanya sering digunakan di kantor atau tempat usaha,

⁸¹ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

⁸² Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

kebutuhan rumah tangga dan lain sebagainya. Adapun produk galon pada perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri food memproduksi dalam kemasan 5 liter, 15 liter dan 19 liter. Namun untuk sekarang yang produksinya masih berjalan hanya galon kemasan 19 liter.

Sebagaimana wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Dani mengenai AMDK Galon:

“Untuk kemasan galon ini berbeda dengan kemasan gelas dan botol, dimana produk ampo kemasan galon ini bisa diisi ulang dengan harga yang sudah ditentukan, seperti galon kemasan 19ltr dengan harga Rp 16.000 per galonnya. Sedangkan produk isi ulang galon kemasan 5 ltr dan 15 ltr untuk sekarang sudah kosong dan masih belum ada produksi lanjutan terkait produk tersebut.”⁸³

Dari penjelasan yang diberikan, dapat dianalisis bahwa produk dengan kemasan galon memiliki sistem pengisian ulang, yang memungkinkan konsumen untuk mengisi ulang galon mereka dengan harga yang telah ditentukan, seperti pada galon 19 liter seharga Rp 16.000. Namun, untuk kemasan galon yang lebih kecil, yaitu 5 liter dan 15 liter, saat ini produk tersebut kosong dan belum ada rencana produksi lanjutan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan fokus pada pengisian ulang untuk galon ukuran besar (19 liter) dan belum mengembangkan produk pengisian ulang untuk ukuran yang lebih kecil saat ini.

Adapun kemasan galon 5 liter dan 15 liter, saat ini stoknya kosong atau tidak tersedia untuk program isi ulang, jadi pelanggan tidak bisa mengisi ulang galon dengan ukuran tersebut saat ini.

⁸³ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

**Tabel 4.13 Biaya Produksi AMDK AMPO Galon
Tahun 2025**

No	Komponen	Jumlah Biaya
1	Galon	23.000
2	Tutup Galon	300
3	Tissue Galon	300
4	Sealer Tutup	200
5	Stiker Galon	1500
6	Ongkos Angkut Bahan Baku	2.000
Total biaya bahan baku		27.300
7	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.200
8	Biaya Overhead pabrik	1.800
Biaya Produksi		31.300

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan biaya produksi untuk air kemasan galon sebesar Rp 31.300. yang diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Dengan presentase keuntungan 15%, harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

$\begin{aligned} \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{biaya pokok produksi} \\ &= 15\% \times \text{Rp } 31.300/\text{galon} \\ &= \text{Rp } 4.695/\text{gallon} \end{aligned}$
--

Hasil perhitungan yang didapatkan dari penjumlahan harga pokok produksi Rp 31.300, ditambah dengan laba 15% yaitu Rp 35.995/galon.

**Tabel 4.14 Perhitungan Harga Jual AMDK AMPO Galon (19 Liter)
Tahun 2025**

Total Biaya Produksi (Rp)	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga jual (Rp)
31.300	4.695	35.995
Dibulatkan		36.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel 4.14 menjelaskan bahwa harga jual berdasarkan hasil dari jumlah total biaya produksi Rp 31.300 dengan laba yang diharapkan Rp 4.695 yaitu Rp 35.995. Sehingga harga jual air minum dalam kemasan galon 19 liter dibulatkan menjadi Rp 36.000 setiap kartonnya.

2. Penentuan harga jual berdasarkan analisis akuntansi syariah

a) Prinsip Pertanggungjawaban

Individu yang terlibat dalam praktik harus selalu melakukan pertanggungjawaban terhadap apa yang telah diamanahkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait itulah yang disebut implikasi dalam bisnis dan akuntansi syariah. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Dani selaku MNG OP & HR pada perusahaan

CV. Lisa Jaya Mandiri Food:

“Kami memiliki tanggungjawab untuk memperhitungkan harga jual secara transparan dengan memperhitungkan biaya bahan baku, biaya operasional seperti biaya pengiriman dan gaji karyawan serta margin keuntungan yang wajar. Selain itu, kami memastikan bahwa harga jual tidak berlebihan namun tetap bisa bersaing dalam persaingan pasar.”⁸⁴

Dari pernyataan di atas, dapat dianalisis bahwa perusahaan bertanggung jawab untuk menentukan harga jual yang adil dan transparan. Artinya, perusahaan harus memperhitungkan semua biaya yang dikeluarkan, seperti biaya bahan baku, biaya operasional (seperti pengiriman dan gaji karyawan), serta memastikan bahwa harga jual mencakup margin keuntungan yang wajar. Selain itu, perusahaan juga

⁸⁴Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak berlebihan dan tetap kompetitif agar bisa bersaing di pasar, sehingga pelanggan tetap merasa harga yang dibayar sesuai dengan nilai yang mereka terima.

Kemudian bapak Dani memberi penjelasan lanjut mengenai tanggung jawab lain dalam perusahaan:

“Termasuk pada kontribusi karyawan dan perusahaan, tanggungjawab seperti pada bagian pengiriman barang melakukan pengiriman yang harus sampai ke konsumen, dan bagian marketing harus mencari omset sesuai dengan OTJnya (Uraian tugas dan tanggungjawab) atau *job disk*.”⁸⁵

Terkait yang disampaikan oleh Bapak Dani, setiap bagian memberikan kontribusi dalam perusahaan, di mana setiap bagian memiliki tanggung jawab sesuai dengan job description atau uraian tugas mereka. Misalnya, bagian pengiriman barang memiliki tanggung jawab untuk memastikan barang sampai ke konsumen dengan tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Ini penting untuk menjaga kepuasan pelanggan. Sementara itu, bagian marketing bertugas untuk mencari omset atau pendapatan sesuai dengan target yang sudah ditetapkan dalam uraian tugas mereka. Tugas ini penting untuk mendukung pertumbuhan dan keuntungan perusahaan. Dengan demikian setiap bagian memiliki tanggungjawab yang saling terikat dan masing-masing menjalankan tugasnya dengan baik, perusahaan akan mencapai tujuan dan kesuksesan secara keseluruhan.

⁸⁵ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

b) Prinsip Keadilan

Dalam suatu cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh, pentingnya prinsip transaksi bisnis dilakukan pada harga yang adil. Karena dengan adanya harga yang adil akan menjadi pegangan mendasar dalam transaksi yang islami. Oleh karena itu, penting dalam aspek kehidupan untuk menerapkan nilai keadilan tanpa terkecuali. Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Dani selaku bagian MGR OPR & HR:

“kita memberikan harga yang adil terhadap konsumen yang order air minum dalam kemasan (AMDK), dalam hal ini perusahaan memberikan grade harga bervariasi sesuai dengan permintaan pasar. Karena permintaan sifatnya kompetisi, jadi kita perlu membuat grade harga, ada R1, R2, R3, R4, dan R6 (R1 Distributor, R2 Sub distributor, R3 Super grosir, R4 harga grosir, R5 harga toko dan R6 harga eceran). Tujuannya agar customer diberikan hak sesuai dengan pengambilan. Dimana rumusnya semakin banyak pengambilan maka harga semakin menyesuaikan.”⁸⁶

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan sistem harga yang adil dan transparan berdasarkan kategori pelanggan dan volume pembelian. Dengan adanya grade harga (R1 hingga R6), perusahaan memberikan hak yang sesuai kepada setiap pelanggan, dimana pelanggan yang membeli dalam jumlah besar mendapatkan harga yang lebih murah. Sistem ini juga membantu perusahaan bersaing di pasar dan memberikan insentif kepada pelanggan untuk membeli dalam jumlah lebih besar, yang pada

⁸⁶ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

gilirannya bisa meningkatkan volume penjualan dan menjaga hubungan baik dengan berbagai jenis pelanggan.

Adapun hal ini sejalan dengan pendapat Bapak Dicky sebagai agen yang menjual kembali air minum kemasan kepada customer:

"Saya menjual barang salah satunya produk AMDK AMPO, Untuk mendapatkan harga yang lebih terjangkau, saya menghubungi distributor resmi atau agen yang memiliki hak untuk mendistribusikan produk-produk AMPO langsung dari pabrik, tentu dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan harga tersebut, saya kemudian menjualnya kembali kepada pengecer atau konsumen dengan menambahkan margin keuntungan yang sesuai, sehingga dapat memperoleh laba yang menguntungkan."⁸⁷

Dari penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Selamat dapat memberikan penjelasan bahwa agen atau tengkulak yang bekerja sama dengan perusahaan AMPO diberikan harga sesuai dengan grade harga yang ditentukan oleh perusahaan, yang bervariasi tergantung pada volume pembelian dan perjanjian distribusi. Hal ini memungkinkan agen untuk memperoleh keuntungan yang wajar sambil tetap menjaga harga jual yang kompetitif di pasar.

Selanjutnya Bapak Dani memberi penjelasan lanjutan mengenai prinsip keadilan di perusahaan:

"Kita sendiri dalam management pasti melakukan keadilan, dimana dalam dunia kerja ada hak dan kewajiban. Haknya kita berikan kepada karyawan seperti gaji, bonus intensif, thr dan support lain. Dan kewajibannya karyawan berkontribusi kepada kita dalam hal pekerjaan, seperti disiplin, tertib dan jangan ada masalah atau sesuai dengan tata tertib perusahaan."⁸⁸

⁸⁷ Dicky, di wawancara oleh penulis, Jember, 07 Februari 2025.

⁸⁸ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

Dari penjelasan tersebut, dapat dianalisis bahwa dalam manajemen, prinsip keadilan diterapkan dengan memberikan hak-hak yang layak kepada karyawan, seperti gaji, bonus, tunjangan hari raya (THR), dan dukungan lainnya. Sebagai imbalannya, karyawan memiliki kewajiban untuk berkontribusi dalam pekerjaan dengan cara yang sesuai dengan standar dan tata tertib perusahaan, seperti menjaga disiplin dan ketertiban serta menghindari masalah yang dapat mengganggu kelancaran operasional.

Prinsip ini mencerminkan hubungan timbal balik yang seimbang antara perusahaan dan karyawan, di mana kedua belah pihak memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing untuk mencapai tujuan bersama.

c) Prinsip kebenaran

Prinsip kebenaran memiliki keterkaitan dengan prinsip keadilan, karena kebenaran dapat diciptakan keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan transaksi-transaksi ekonomi (akuntansi syariah). Suatu aktivitas akan dikatakan baik apabila berdasarkan nilai kebenaran.

“Dalam penentuan harga kita mengikuti perkembangan, tidak terus menerus mengikuti pola lama. Penyesuaian harga dilakukan dengan melihat harga barang dari pabrik yang kalau ada kenaikan harga, pasti kita juga up. Dimana keputusan ini didasari musyawarah bersama top leader perusahaan.”⁸⁹

⁸⁹ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

Dari penjelasan di atas, dapat dianalisis bahwa perusahaan menetapkan harga secara fleksibel, mengikuti perkembangan pasar dan kondisi yang ada. Penyesuaian harga dilakukan dengan memperhatikan kenaikan harga dari pabrik, dan perusahaan akan menaikkan harga jual jika ada perubahan harga dari pemasok. Keputusan mengenai penyesuaian harga ini dilakukan secara musyawarah bersama top leader perusahaan, memastikan keputusan yang diambil adil dan sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku.

“kita sistemnya transparansi, dalam artian setiap ada omset turun kita adakan brief paginya. Seperti dalam perusahaan mengalami sepi konsumen maka apa yang perlu dilakukan, yaa dengan strategi gimana caranya untuk menaikkan omset dan kita minta kerjasama dalam tim dan pasar milik perusahaan dipertinggi lagi.”⁹⁰

Dari penjelasan tersebut, dapat dianalisis bahwa perusahaan menerapkan sistem transparansi dalam komunikasi dan pengelolaan operasional. Ketika terjadi penurunan omzet, perusahaan langsung mengadakan *briefing* pagi untuk membahas situasi tersebut secara terbuka. Dalam hal ini, perusahaan mendorong semua pihak untuk bersama-sama mencari solusi dan merumuskan strategi untuk meningkatkan omzet, seperti memperbaiki pelayanan atau meningkatkan pemasaran agar dapat menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, penekanan pada kerja sama tim dan upaya untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan ingin melibatkan semua anggota tim dalam menghadapi

⁹⁰ Dani Widyanto, di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari 2025.

tantangan bersama, dengan tujuan untuk kembali mencapai hasil yang lebih baik. Transparansi dalam hal ini bukan hanya tentang memberi informasi, tetapi juga tentang memberikan kesempatan bagi seluruh anggota tim untuk berkontribusi dalam pemecahan masalah.

C. Pembahasan Temuan

1. Metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada perusahaan AMDK CV. Lisa Jaya Mandiri Food memberikan suatu gambaran, biaya produksi terdiri dari pemakaian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, pemakaian biaya bahan penolong dan biaya overhead lainnya. Dari hasil analisis, terlihat bahwa biaya bahan baku merupakan komponen terbesar dalam total biaya produksi, yang secara langsung mempengaruhi harga pokok produksi.

Perusahaan juga menerapkan biaya tenaga kerja langsung yang mencakup gaji dan tunjangan bagi pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Selain itu, penggunaan bahan penolong seperti bahan yang digunakan untuk proses penyaringan dan pengemasan turut menambah komponen biaya yang harus diperhitungkan dalam penetapan harga jual.

Di sisi lain, biaya overhead lainnya, termasuk biaya listrik, perawatan mesin, dan biaya administrasi, juga menjadi bagian penting dalam perhitungan biaya produksi. Semua komponen biaya ini dihitung

untuk menentukan harga pokok produksi yang akan digunakan sebagai dasar dalam menetapkan harga jual.

Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food menerapkan sistem biaya standar untuk mempermudah penghitungan harga pokok produksi. Dengan menggunakan biaya standar, perusahaan dapat memastikan bahwa harga jual produk AMDK tetap terjaga agar dapat bersaing di pasar, sambil tetap memperoleh keuntungan yang wajar. Biaya standar ini juga berfungsi sebagai acuan bagi perusahaan dalam mengontrol biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dalam penentuan harga jual AMDK, perusahaan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal, seperti persaingan pasar dan harga bahan baku yang fluktuatif, yang seringkali mempengaruhi keputusan harga. Selain itu, perusahaan juga harus mematuhi peraturan pemerintah terkait kualitas produk dan regulasi lingkungan, yang dapat berdampak pada biaya produksi dan harga jual.

Secara keseluruhan, penentuan harga jual AMDK oleh CV. Lisa Jaya Mandiri Food didasarkan pada perhitungan yang cermat terhadap semua komponen biaya produksi, dengan tujuan untuk memastikan keberlanjutan bisnis, memenuhi harapan konsumen, serta mematuhi regulasi yang berlaku.

Berdasarkan informasi tambahan yang diperoleh peneliti dari pihak perusahaan, perusahaan harus mempertimbangkan semua biaya yang

dikeluarkan, seperti biaya bahan baku, biaya operasional (termasuk pengiriman dan gaji karyawan), serta memastikan bahwa harga jual mencakup margin keuntungan yang wajar yaitu 10% dan 15%. Selain itu, perusahaan juga memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi dan tetap kompetitif agar dapat bersaing di pasar, sehingga pelanggan merasa harga yang dibayar sebanding dengan nilai yang mereka terima.

Adapun rekapitulasi penentuan harga jual AMDK Ampo, sebagai berikut:

No	Variasi	Total Biaya Produksi	Laba Yang Diharapkan (Rp)	Harga Jual (Rp)	Dibulatkan
1	Gelas 120ml	11.504	1.725,6	13.229,6	13.500
2	Gelas 220ml	13.000	1.950	14.950	15.000
3	Botol 300ml	13.606	1.360,6	14.966,6	15.000
4	Botol 330ml	28.560	4.248	32.844	33.000
5	Botol 600ml	31.000	4.665	35.765	36.000
6	Botol 1.050ml	31.160	4.675	35.835	36.000
7	Galon 19 Liter	31.300	4.695	35.995	36.000

Sumber Data: *Data diolah tahun 2025*

Tabel di atas menjelaskan mengenai penentuan harga jual yang mencakup berbagai komponen biaya yang harus diperhitungkan oleh perusahaan dalam menetapkan harga produk. Beberapa komponen utama tersebut antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya operasional serta biaya overhead lainnya. Dalam tabel tersebut juga menunjukkan margin keuntungan untuk memastikan bahwa harga jual tidak hanya menutupi semua biaya yang dikeluarkan, tetapi juga memberikan keuntungan yang wajar bagi perusahaan. Dengan

mempertimbangkan semua elemen biaya, perusahaan dapat menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diterima oleh konsumen, sambil menjaga kelangsungan bisnisnya di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, di samping penentuan harga jual Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) oleh CV. Lisa Jaya Mandiri Food yang perhitungannya sudah cermat terhadap semua komponen biaya produksi, terdapat celah pada keputusan untuk tidak melanjutkan produksi galon 5 liter dan 15 liter serta hanya fokus pada galon 19 liter. Hal ini berpotensi menimbulkan beberapa masalah bagi perusahaan. Masalah tersebut antara lain kehilangan peluang pasar, ketidakpuasan konsumen, dan keterbatasan dalam memenuhi permintaan pasar yang lebih kecil.

2. Penentuan harga jual berdasarkan analisis akuntansi syariah

Dalam akuntansi syariah, penting untuk menetapkan harga yang adil dan tidak berlebihan agar transaksi tidak mengandung unsur riba (bunga) atau gharar (ketidakpastian). Dengan demikian, perusahaan memastikan harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai yang diterima oleh pelanggan, serta menjaga keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks ini, harga jual yang ditetapkan oleh CV. Lisa Jaya Mandiri Food (AMPO) menunjukkan penerapan prinsip akuntansi syariah serta kewajaran dan transparansi yang menjadi fondasi penting dalam transaksi bisnis syariah. Penetapan harga jual tidak semata-mata

didasarkan pada pertimbangan keuntungan semaksimal mungkin, melainkan juga memperhatikan unsur maslahat bagi masyarakat dan keadilan bagi seluruh pihak yang terlibat. Harga dianggap wajar karena perhitungan dilakukan berdasarkan komponen biaya nyata yang dikeluarkan perusahaan, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan overhead, ditambah margin keuntungan yang proporsional dan tidak berlebihan. Pendekatan ini sejalan dengan metode cost-plus pricing, yang dalam konteks syariah dibenarkan selama tidak mengandung unsur riba, gharar, ataupun kezaliman.

Selain itu, prinsip keadilan dalam akuntansi syariah juga tercermin dalam penerapan sistem harga yang adil dan transparan berdasarkan kategori pelanggan dan volume pembelian. Melalui sistem grade harga (R1 hingga R6), perusahaan memberikan hak yang sesuai kepada setiap pelanggan, di mana pelanggan yang membeli dalam jumlah besar mendapatkan harga yang lebih rendah. Hal ini sejalan dengan prinsip keadilan dalam akuntansi syariah, di mana perusahaan memberikan insentif kepada pelanggan tanpa melibatkan praktik yang merugikan atau tidak adil.

Dari sisi transparansi, perusahaan menunjukkan komitmennya dengan menyediakan informasi biaya yang jelas, sistem pencatatan yang tertib, serta keterbukaan dalam menyampaikan harga ke mitra distribusi dan konsumen. Dimana transparansi ini merupakan keterbukaan dalam

melaksanakan suatu proses kegiatan perusahaan.⁹¹ Hal ini sesuai dengan prinsip akuntansi syariah dalam QS. Al-Baqarah ayat 282 yang menekankan pentingnya pencatatan transaksi secara adil dan terbuka. Transparansi ini tidak hanya membangun kepercayaan dengan pelanggan, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan.

Adapun Firman Allah SWT. Dalam Qs. Al Baqarah ayat 282, sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
 اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ
 شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ
 هُوَ فليَمْلِكْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ
 يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ
 إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا
 تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ
 وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا
 بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ

⁹¹ Bernard Nainggolan, *Transparansi dalam pemberesan boedel pailit*, (Penerbit Alumni: 2022), hal 1.

كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَأَتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمْ
 اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “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 akalnya, 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.”⁹²

Keputusan penyesuaian harga yang fleksibel, yang mengikuti perkembangan pasar dan kondisi yang ada, juga mencerminkan prinsip kebenaran dalam akuntansi syariah, yang mengutamakan keputusan yang lebih menguntungkan bagi semua pihak, baik perusahaan maupun pelanggan. Penyesuaian harga berdasarkan perubahan harga dari pemasok

⁹² Qur'an Kemenag, Surah Al- Baqarah dari Ayat 1 ke ayat 286, diakses pada 03 Maret 2025, pukul 20.29, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=286>.

dilakukan dengan musyawarah bersama pimpinan perusahaan, memastikan bahwa keputusan tersebut tidak hanya adil, tetapi juga sesuai dengan prinsip kebenaran syariah yang menekankan pada *syura* (musyawarah) dalam pengambilan keputusan.

Dengan demikian, seluruh kegiatan operasional dan penentuan harga perusahaan tidak hanya memenuhi prinsip akuntansi syariah, tetapi juga menciptakan keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan pelanggan. Penetapan harga yang dilakukan secara wajar dan transparan memperkuat *integritas* perusahaan dan menjaga kepercayaan dalam setiap transaksi yang dilakukan, sehingga aktivitas bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara *finansial*, tetapi juga mendatangkan keberkahan secara *spiritual*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, kesimpulan penelitian disusun sebagai berikut:

1. CV. Lisa Jaya Mandiri Food menggunakan metode perhitungan harga jual berdasarkan akumulasi total biaya produksi (biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik), yang kemudian ditambah dengan margin keuntungan sebesar 10% hingga 15%. Persentase keuntungan ini dianggap cukup wajar dan memberikan profit yang sehat bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga menerapkan sistem grade harga (R1–R6) yang disesuaikan dengan jenis pelanggan dan volume pembelian. Kategori tersebut meliputi: (R1 Distributor, R2 Sub distributor, R3 Super grosir, R4 harga grosir, R5 harga toko dan R6 harga eceran). Sistem ini didesain dengan rumus semakin besar volume pembelian, maka semakin rendah harga yang diberikan. Hal ini bertujuan untuk menjaga loyalitas mitra distribusi, memperluas pasar, dan menciptakan keseimbangan harga yang adil di setiap level penjualan.
2. Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food telah menerapkan prinsip akuntansi syariah, yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan kepastian dalam setiap transaksi. Hal ini tercermin dalam cara perusahaan memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan, seperti biaya bahan baku, biaya operasional (misalnya biaya pengiriman dan gaji karyawan), serta memastikan bahwa harga jual mencakup margin keuntungan yang

wajar. Sehingga, perusahaan tidak hanya menjaga keberlanjutan usahanya, tetapi juga memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memberikan manfaat yang seimbang bagi semua pihak yang terlibat.

B. Saran

1. Perusahaan bisa mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan pemasok dalam menetapkan pembayaran dengan jangka waktu yang lebih panjang atau dengan harga tetap untuk periode tertentu. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengurangi beban finansial jangka pendek yang diakibatkan oleh kenaikan harga bahan baku. Selain itu, dengan mengantisipasi kenaikan harga bahan baku yang tiba-tiba, perusahaan bisa membangun stok bahan baku dalam jumlah tertentu pada saat harga masih relatif rendah. Pendekatan ini berguna terutama untuk bahan baku yang memiliki kecenderungan untuk naik harga secara musiman atau berdasarkan permintaan pasar.
2. Perusahaan perlu melakukan riset pasar yang lebih mendalam untuk memahami kebutuhan konsumen di berbagai segmen. Meskipun galon 19 liter mungkin lebih menguntungkan dalam hal volume, segmen pasar untuk galon 5 liter dan 15 liter tidak boleh diabaikan. Dengan menawarkan produk dalam berbagai ukuran, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam memenuhi permintaan pasar yang beragam dan memperluas jangkauan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ahmad Zainal, Budiani Kusumaningrum dan Miftakhul Huda. *Analisis Penerapan Akuntansi Syariah Akad Ijarah Pada BMT Muamalah Tulungagung*. Jurnal Ekonomi Islam Vol.11 No.1 (2023). Hal 43-44.
- Alfiatun, Ismi, Naely Azhad dan Eko Raharjo. *Perbandingan Brand Equity Produk Amdk Merek Ampo Dan Merek Al Qodiri*. Artikel. (2019). Hal 3.
- Anas, Alifah Khaerunnisa. *Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di CV. TIRTA RAHMAN PAREPARE*. (Skripsi: IAIN PAREPARE, 2023). Hal 4-5.
- Asidah, Erwin dan Abd. Hafiz. *Analisa Industri dan Persaingan*, (NTB: Pusat Pengembangan dan Penelitian Indonesia). (2021). hal 111.
- Dani, Widyanto. di wawancara oleh penulis. Jember, 05 Februari 2025.
- Darya, I Gusti Putu. *Akuntansi Manajemen*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019). Hal 129.
- Dhevyanto, Benny. *Pengantar Bisnis ILMU MANAJEMEN*, (Indramayu: Adab, 2023). Hal 148.
- Dicky. di wawancara oleh penulis. Jember, 07 Februari 2025.
- Dumadi, Slamet Bambang Riono, dan Mulyamin. *Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari)*. Journal Economics and Management (JECMA), Vol.2 No.1 (2021). Hal 45.
- Ersyad, Firdaus Azwar dan Dinda Sophiea Arifin. *Semiotika: Teori dan Aplikasi pada Desain Logo*. (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023). hal 29.
- Fateqah, Bidjaksana Arief dan Sri Karuniari Nuswardhani. *Teori dan Praktik Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Perencanaan, Dan Penulisan*. (Anak Hebat Indonesia, 2024). Hal 312.
- Faustyna. *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*. (UMSU Press, 2023). Hal 109.
- Food, Lisa Jaya Mandiri. "SEJARAH DAN KEADAAN PERUSAHAAN CV. LISA JAYA MANDIRI SAAT INI". (Blog). Agustus 27, 2020. <https://cvlisajayamandiri.blogspot.com/2020/08/sejarah-dan-keadaan-perusahaan-cv-lisa.html>.

- Furywardhana, Firdaus. *Akuntansi Syariah di Lembaga Keuangan Syariah*. (Guepedia, 2021). Hal 21-23.
- Haeruddin dan Hisnol Jamali. *Pengantar Akuntansi (Proses Akuntansi Jasa, Dagang, Manufaktur) Dilengkapi Contoh Kasus Dan Penyelesaiannya Serta Contoh Soal*. (Yogyakarta: Deepublisher, 2021). Hal 292.
- Hasanah, Hikmatul dan Siti Masrohatin. Efektifitas pasca terbit sertifikasi halal pada umkm di kecamatan banyuwangi kabupaten banyuwangi. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Vol.10 No.1, 2025. 245.
- Hasibuan, Abdul Nasser dan Rahmad Annam. *Akuntansi Manajemen*, (Medan: CV. Merdeka Kreasi, 2021). Hal 190-191.
- Hasibuan, Abdul Nasser. *Pengembangan Konsep Akuntansi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2023). Hal 23-24.
- Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh dan Nur Ika Mauliyah. *STRATEGI DIGITAL MARKETING DENGAN INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA BUTIK DOT.ID*. Human Falah. 2023. Hal 129.
- Hisab, Muhammad dan Idang Nurodin. *Pengaruh Kelangkaan Minyak Goreng Terhadap Penetapan Harga jual Dan Pengelolaan Laba Pada UMKM Usaha Makanan Didesa Cikembar*. *Jurnal Akuntansi UNIHAZ:JAZ*, Vol.5 No.1 (2023). hal 44.
- Imron, Mochammad Ali. *Pengantar Bisnis Modern*. (Banten: Desanta Muliavisitama, 2021). Hal 143-144.
- Is'adi, Munir, Nur Ika Mauliyah, Warga Barokah Sugiarto dan Muhammad Korib Hamdani. *Akuntansi Rumah Tangga dalam Perspektif Islam*. (Penerbit NEM). (2023). Hal 10-11.
- Khilmiyah, Akif. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru). Hal 219.
- Kusumastusi, Sri Yani, Annisa Fitri Anggraeni, Andi Rustam, Dona Elvia Desi dan Bayu Waseso. *Metodologi Penelitian*. (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025). Hal 127.
- Lasiyono, Untung dan Wira Yudha Alam. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2024). Hal 62.
- Laura, Shinta Dewani, Rizal Azmi dan Ahmad Abrar Rangkuti. *Manajemen Pemasaran*. (Sukoharjo: Pradina pustaka, 2024). hal 83.

- Manting, Muhammad Ali Equatora Lollong. *Teknik Pengumpulan Data Klien*, (Bitread Publishing, 2021). Hal 52.
- Mursalin, Adi. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023). Hal 76.
- Muslimin, Supriadi, Zainab dan Wardah Jafar. *Konsep penetapan Harga Dalam Perspektif Islam*. *Journal of Islamic Economics*, Vol 2 No.1 (Januari 2020). Hal 6-10.
- Mustaghfirin, Muhammad dan Eny Latifah. *Implementasi Akuntansi Syariah dalam Bisnis: Tantangan dan Manfaat*. *JISEF*, Vol. 2 No.1 (2023). Hal 52.
- Mutaufiq, Ali, Aip Zaenal mutaqin, Nurfaedah Nurfaedah, Ana Wijandari dan Al-Amin. *Pengantar Akuntansi Syariah*, (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024). Hal 1-2.
- Muzahid, Muklisul. *Kerangka konseptual Akuntansi Konvensional dan Akuntansi Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EKONIS)*, (2024). Hal 10.
- Nafis, Abdul Wadud, Faiqotul Hima dan misbahul Munir. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Islam Dalam Mengembangkan Produk Simpanan Idul Fitri (Sifitri) Di BMT UGT Sidogiri Kabupaten Jember*. *IJIEF Indonesia Journal Of Islamic Economics & Finance*, Vol. 5, No. 1 (2022). Hal 13.
- Nainggolan, Bernard. *Transparansi dalam pemberesan boedel pailit*. (Penerbit Alumni: 2022). hal 1.
- Pramestu, Dinda Sekar dan Septa Indra Puspikawati. *Analisis Uji Kekeruhan air minum dalam kemasan yang beredar di kabupaten banyuwangi*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, Vol.11 No. 2 (2020). Hal 76.
- Prasetya, Indra. *Metodologi Penelitian*. (Medan: UMSU Press, 2022), hal 148-150.
- Purba, Sonya Pristy, Hotbin Hasugian dan Arnida Wahyuni lubis. *Metode Activity Based Costing (ABC) Dan Time Driven Activity Based Costing (TDABC) Dalam Menentukan Harga Jual*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol.8 No.2 (2024). Hal 620.
- Qur'an Kemenag. *Surah Al- Baqarah dari Ayat 1 ke ayat 286*. Diakses pada 03 Maret 2025, pukul 20.29. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=286>.
- Qur'an Kemenag. *Surah An-Nisa dari Ayat 1 ke ayat 176*. Diakses pada 03 Maret 2025, pukul 15.42 <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.

- Radar Jember. "Dongkrak Ekonomi Masyarakat, Bupati Jember Berharap Gunakan Produk Lokal". Diakses pada 02 November 2024, pukul 14.57. <https://radarjember.jawapos.com/pemerintahan/793732440/dongkrak-ekonomi-masyarakat-bupati-jember-berharap-gunakan-produk-lokal>.
- Rahim, Abd Rahman. *Cara Praktis Penulisan Kaya Ilmiah*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020). hal 95-96.
- Rifa'i, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. (Jember: UIN KHAS Press, 2023). Hal 22.
- Rizqullah, Muh Fatah. *Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Batu Di Desa Allakwang (Analisis Akuntansi Syariah)*. (Skripsi: IAIN PAREPARE, 2023). hal 4-5.
- Rolos, Caroline T, Sifrid Pangemanan dan Novi Budiarmo. *Analisis Penentuan Harga Jual Listrik Pada PT PLN (PERSERO) Unit Induk Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah Dan Gorontalo*. Jurnal EMBA, Vol.9 No.3 (2021). Hal 1703.
- Rosmita, Ermi, Prisca Diantra Sampe, Tito Pangesti Adji. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Padang: CV. Gita Lentera, 2024). Hal 104.
- Rukin. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. (Surabaya: CV. Jagat Media Publishing, 2021). Hal 10.
- Sahrullah, Achmad Abubakar dan Rusydi Khalid. *Analisis Penerapan Prinsip Akuntansi Berdasarkan Surah Al-Baqarah Ayat 282*. SEIKO: Journal of Management & Business, Vol.5 No.1 (2022). Hal 326.
- Sari, Mike Nurmalia, Saringatun Murdikah, Yosep Belen Keban, Mety toding Bua. *Metodologi Penelitian Tindakan Kelas & Research And Development*. (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2024). Hal 136.
- Sari, Teti Purnama Reva Maria Valianti dan Muhammad Aryo Arifin. *Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Mediasi, Vol.3 No.2 (2021). Hal 260.
- Sholikah, Mar'atus. *Analisis Penerapan Akuntansi Syariah pada Skema Jual Beli KPR Syariah*. Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia, Vol.3 No. 2 (2020). Hal 74.
- Suartini, Sri, Novy Trianthy, Ariefah Sundari dan Elsa. *Akuntansi Manajemen*. (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2024). Hal 125-126.
- Suhardi, Muhamad. *Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian*. (Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2023). Hal 81.

- Suryadari, Kartika Chrysti. *Seri Produk Olahan OLAHAN IKAN*. (Jakarta: BA Printing, 2021). Hal 11-12.
- Suyanti, Khairunnisa dan Nurkholilah Lubis. *Analisis Implementasi Penilaian Portifolio Dalam Kurikulum Merdeka Pada Materi Kearifan Lokal Di Kelas IV Sekolah Dasar*. (Program Studi Pgmi & Program Studi Piaud Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023). Hal 248.
- Syahputra, Frankie Jan Salean dan Nunung Nurhayati. *Studi Kelayakan Bisnis, (Intelektual Manifes Media dan Penulis, 2023)*. Hal 47.
- Syaifullah, Hamli. *Pengantar Perbankan Syariah*. (Banyumas, 2022). Hal 4.
- Tojiri, Yusuf, Hari Setia Putra dan Nur Haliza. *Metodologi Penelitian*. (Padang: Takaza Innovatix Labs, 2023). Hal 146.
- Ulfah, Yana dan Agus Setiawaty. *Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Melalui Edukasi Penentuan Harga Jual Dalam Menghadapi Persaingan Usaha*. Artikel. (2024). Hal 86.
- Ulum, Miftahul dan Diana Rahmawati. *Kewirausahaan Berbasis Teknologi 4.0*. (Malang: Media Nusa Creative, 2020), hal 33-34.
- Widyanto, Dani, (2025) di wawancara oleh penulis, Jember, 05 Februari.
- Widyanto, Dani, di wawancara oleh penulis, Jember, 26 september 2024.
- Widyanto, Dani. (2024), Wawancara, CV Lisa Jaya Mandiri Food, 07 Desember.
- Yusuf, Eny Latifah, Muhammad Baharuddin Yusuf. *Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Mark Up Pricing untuk Menentukan Harga Jual Emas*. Journal Economics Technology And Entrepreneur, Vol.02 No.04 (2023). Hal 178.

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Metodologi	Fokus Penelitian
Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di Cv. Lisa Jaya Mandiri Food (Ampo)	Akuntansi Syariah Harga Jual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Akuntansi Syariah 2. Tujuan Akuntansi Syariah 3. Prinsip Umum Akuntansi Syariah 1. Pengertian Harga Jual 2. Penentuan harga jual 3. Tujuan Penentuan Harga Jual 4. Faktor-faktor Penentuan Harga Jual 5. Metode Penentuan Harga Jual 6. Penentuan harga jual dalam Islam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Penelitian : Kualitatif deskriptif 2. Pendekatan Induktif 3. Subjek Penelitian : <i>Purposive</i> 4. Pengumpulan Data: Teknik pengumpulan data primer dan sekunder 5. Analisis Data: <ol style="list-style-type: none"> a. Pengumpulan Data (Data Collection). b. Reduksi Data (Data Reduction). c. Penyajian Data (Data Display). d. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi ((Conclusion Drawing or Verification). 6. Validitas data: Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food? 2. Bagaimana penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food berdasarkan analisis akuntansi syariah?

Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

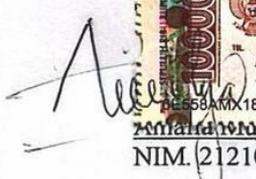
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amalia Mujahadah
 NIM : 212105030049
 Program Studi : Akuntansi Syariah
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 05 Maret 2025
 kan

 METERAI TEMPEL
 189878806
 Amalia Mujahadah
 NIM. 212105030049

Pedoman penelitian

A. Pedoman observasi

1. Bagaimana metode penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food?
2. Bagaimana penentuan harga jual air minum dalam kemasan di CV. Lisa Jaya Mandiri Food berdasarkan analisis akuntansi syariah?

B. Pedoman Wawancara

1. Kapan perusahaan ini di dirikan?
2. Apa Visi Misi perusahaan ini didirikan?
3. Apa keunggulan dan kekurangan produk air minum dalam kemasan Ampo dengan merk lain?
4. Bagaimana mekanisme penentuan harga jual di perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food? (berapa persen pengambilan keuntungan)
5. Apa saja faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual di perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food?
6. Bagaimana perusahaan menentukan harga jual setiap produknya?
7. Bagaimana harga jual air minum dalam kemasan Ampo, apakah lebih terjangkau dibanding pesaing?
8. Apakah ada kendala dalam menghadapi pesaing?
9. Adakah konsumen yang pernah komplain mengenai air minum dalam kemasan Ampo?
10. Apa komplain konsumen mengenai air minum dalam kemasan Ampo?
(Jika ada)

11. Bagaimana prinsip akuntansi syariah diterapkan dalam perusahaan?
12. Apakah dalam penentuan harga jual juga sudah sesuai dengan prinsip akuntansi syariah (tanggung jawab, keadilan dan kebenaran)?

C. Pedoman Dokumentasi

1. Sejarah CV. Lisa Jaya Mandiri Food
2. Visi dan Misi CV. Lisa Jaya Mandiri Food
3. Struktur Organisasi CV. Lisa Jaya Mandiri Food
4. Laporan Penentuan Harga Jual
5. Wawancara



Surat Selesai Penelitian

CV. LISA JAYA MANDIRI

Produksi dan distribusi

Kantor: Jl. Kertanegara IV/93 Jember-Jawa Timur

Gudang: Jl. Ampo KM 1 No. 100 Telp/Fax 0331-413100 Dukuh Mencek, Sukorambi-Jember

E-mail:lisajayamandirifood@ymail.com

SURAT KETERANGAN

No. 018/CV.LJM./11/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dani Widiyanto
 Jabatan : MGR OPR & HR
 Alamat : Jl. Ampo KM 1 No. 100 Telp/Fax 0331-413100 Dukuh Mencek,
 Sukorambi-Jember

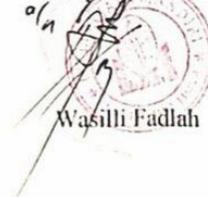
Menerangkan dengan sebenarnya bahwa

Nama : Amalia Mujahadah
 Nim : 212105030049
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Akuntansi Syariah
 Instansi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 Alamat : Desa Suci Kec. Panti Kab. Jember

Telah Selesai Melakukan Penelitian Skripsi Sejak Tanggal 21September 2024 Sampai Dengan 06 Maret 2025 dengan Judul Analisis Akuntansi Syariah Terhadap Penentuan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Di Cv. Lisa Jaya Mandiri Food (Ampo)

Jember, 06 Maret 2025

Kepala Instansi

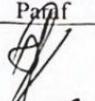

 Wasilli Fadlah

Jurnal Kegiatan Penelitian

Jurnal Kegiatan Penelitian

Lokasi Penelitian:

CV. Lisa Jaya Mandiri Food Jalan Raya Ampo KM 1 No. 100 Dukuh Mencek,
Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember.

No.	Hari/ Tanggal	Uraian Tugas	Paraf
1	21 September 2024	Permohonan izin pada lokasi penelitian	
2	26 September 2024	Wawancara mengenai biografi perusahaan	
3	07 Desember 2024	Wawancara mengenai penentuan harga jual dan prinsip akuntansi syariah	
4	05 Februari 2025	Wawancara mengenai penentuan harga jual dan prinsip akuntansi syariah	
5	06 Maret 2025	Pamit sekaligus dokumentasi	

Jember, 06 Maret 2025
Direktur Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri Food


Wasli Fadilah

Dokumentasi :



Surat Selesai Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Amalia Mujahadah
 NIM : 212105030049
 Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 05 Maret 2025
 Koordinator Prodi. Akuntansi
 Syariah,


Nur Ika Mauliyah, M.AK
 NIP. 198803012018012001



BIODATA PENULIS**1. Profil Pribadi**

Nama : Amalia Mujahadah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 16 November 2003
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Desa Suci, Kec. Panti, Kab. Jember
Universitas : UIN KHAS Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi/ Angkatan : Akuntansi Syariah/ 2021

2. Riwayat Pendidikan

- MI Bustanul Ulum Suci 01
- MTS Bustanul Ulum
- SMK Al Hasan
- UIN KHAS Jember

3. Informasi Kontak

No. Hp : 085700160548
Email : amaliamujahadah787@gmail.com
Instagram : @amaliala.yy_