

ANALISIS PERMINTAAN DAN BIAYA DIFFERENSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS PADA KONVEKSI DJOGJA LATANSA

Ahmad Nurhidayat, Muchammad Iqbal Husain, Ajeng Retno Wijaya
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Email: nurhidayatahmad09@gmail.com, iqbalhusein85@gmail.com, retnojeng@gmail.com

Abstract: *Clothing or apparel is a fundamental human need. Clothes or clothing can show the identity of a product or image of a convection business. Convection business is a fashion business that produces a variety of men's clothes or student uniforms in public and private universities. At certain times, Konveksi's business can obtain abundant orders from consumers. This will make the reason for the making of T-shirts and apparel to increase. This study aims to analyze the special requests and costs associated with making decisions in accepting special orders. This research uses quantitative descriptive research with object research on Djogja Latansa. Data collection techniques used in this study were the Observation, Interview, and Literature Review (Library Research) and the data analysis technique used differential analysis. The results of this study indicate that the convection business has carried out an analysis of demand and differential costs and received special orders. Business actors ask for differential cost analysis on decision making, to be more careful in sorting incoming order requests*

Keywords: *Demand, Differential Fees, Special Orders*

Abstrak: *Pakaian atau busana merupakan kebutuhan pokok manusia. Pakaian atau busana dapat menunjukkan identitas sebuah produk atau citra dari sebuah usaha konveksi. Usaha konveksi merupakan suatu usaha busana yang menghasilkan beragam busana laki-laki dan perempuan pakaian atau seragam mahasiswa di suatu perguruan tinggi negeri maupun swasta. Pada waktu-waktu tertentu, usaha Konveksi bisa mendapatkan pesanan yang berlimpah dari para konsumen. Hal ini akan menjadikan sebab suatu permintaan akan pembuatan kaos maupun pakaian jadi semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan serta biaya differensial yang berhubungan dengan pengambilan keputusan dalam menerima pesanan khusus (special order). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan objek penelitian pada Djogja Latansa Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Observasi, Wawancara dan Tinjauan Kepustakaan (Library Research) dan teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis differensial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha konveksi telah melakukan analisis terhadap permintaan dan biaya differensial dan menerima pesanan khusus (special order). Pelaku usaha hendaknya menerapkan analisis biaya differensial pada pengambilan keputusan, agar lebih teliti dalam memilah permintaan pesanan yang masuk*

Keyword: *Permintaan, Biaya Differensial dan Pesanan Khusus*

A. PENDAHULUAN

Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia. Pakaian dapat menunjukkan identitas sebuah produk atau citra dari sebuah usaha konveksi. Usaha konveksi merupakan suatu usaha busana yang menghasilkan beragam busana laki-laki dan perempuan pakaian atau seragam

mahasiswa di suatu perguruan tinggi negeri maupun swasta.¹ Usaha konveksi merupakan sebuah usaha pakaian yang menghasilkan berbagai macam jenis busana. Konveksi merupakan usaha mikro serta menengah atau biasa juga disebut sebagai usaha industri rumah tangga yang dibuat secara besar-besaran. Pada umumnya, para pengusaha konveksi mendapatkan permintaan pesanan dalam jumlah besar pada momen-momen tertentu, seperti tahun ajaran baru, menjelang lebaran dan awal tahun masehi.²

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah salah satu penggerak roda perekonomian pada suatu masyarakat. UMKM sendiri memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Kegiatan-kegiatan UMKM telah memberikan lapangan pekerjaan bagi segenap masyarakat di Indonesia. Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu usaha yang dapat menyerap tenaga kerja serta membantu masyarakat setempat.³

Raditya Angga Kusuma mendefinisikan konveksi sebagai segala jenis kegiatan tekstil, jahit, desain, dan cetak berdasarkan permintaan order klien dalam skala besar. Pada waktu-waktu tertentu, usaha Konveksi bisa mendapatkan pesanan yang berlimpah dari para konsumen. Hal ini akan menjadikan sebab suatu permintaan akan pembuatan kaos maupun pakaian jadi semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya permintaan maka secara langsung akan mempengaruhi harga jual barang tersebut.

Ketika permintaan pembuatan pakaian meningkat, maka para pekerja usaha konveksi akan menambah jam bekerjanya untuk memenuhi tuntutan akan permintaan. Maka hal ini juga berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha konveksi. Disetiap usaha konveksi terdapat Standar Operasional Prosedur (SOP) dan batas minimal suatu pesanan. Saat pesanan tersebut sudah melewati batas minimal, maka akan ada pemotongan biaya. Biasanya pemotongan biaya ini didapatkan saat menerima pesanan khusus yang berjumlah banyak.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan objek penelitian pada Djogja Latansa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Observasi, Wawancara dan Tinjauan Kepustakaan (*Library Research*) dan teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis differensial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permintaan

Permintaan adalah keinginan yang diikuti oleh kesediaan barang dan kemampuan untuk membeli barang yang diinginkan. Setiap orang berhak menginginkan apa saja yang diinginkan, akan tetapi jika keinginan itu tidak disertai dengan kesediaan serta kemampuan

¹Ari Pratiwi Dkk, "Ekskalasi Usaha Konveksi Kaos Dan Seragam Kerja Melalui Strategi Kualitas Produk, Layanan Konsumen Dna Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui E-Commers Pada Wirausaha Forum Difabel Malang Raya," *IJDS* 4 (2017), hlm. 45.

²Gita Riana Arista, "Analisis Usaha-Usaha Penjualan Produk Konveksi (Kasus Pedagang Pasar Plaza Sukarami Di Pekanbaru)," *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 01, No. 02 (2014), hm. 1.

³Lailatus Sa'adah, "Analisis BuayaDifferensial Dalam Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Di CV Zam-Zam Collection," *Margin Eco: Jurnal Bisnis dan Perkembangan*, Vol. 03, No. 1 (2019), hlm. 20.

untuk membeli, maka keinginan tersebut hanyalah tinggal keinginan.⁴

Ibnu Taimiyyah memberikan definisi permintaan sebagai hasrat terhadap sesuatu yang diistilahkan dengan *raghbah fil al-sya'i* yang berarti hasrat akan sesuatu jika diartikan adalah jumlah barang yang diminta.⁵ Ibnu Taimiyyah memberikan penjelasan fungsi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*), yaitu apabila terjadi permintaan yang tinggi maka harga dapat dipastikan akan mengalami kenaikan. Sebaliknya, jika permintaan menurun maka harga juga bisa dipastikan turun. Ibnu Taimiyyah menjelaskan pada kitab *al-Hisbah*-nya:

فَإِذَا كَانَ النَّاسُ يَبِيعُونَ سَاعَهُمْ عَلَى الْوَجْهِ الْمَعْرُوفِ مِنْ غَيْرِ ظَلَمٍ مِنْهُمْ وَقَدْ
فَهَذَا إِلَى اللَّهِ.

“Apabila jika orang-orang menjual barang dagangannya dengan cara yang bisa diterima oleh masyarakat pada umumnya tanpa disertai dengan adanya kezaliman dan harga yang mengalami kenaikan sebagai akibat dari penurunan jumlah barang, atau meningkatnya jumlah penduduk, hal ini disebabkan oleh Allah SWT”.⁶

Pernyataan di atas mengindikasikan bahwa kenaikan harga terjadi apabila jumlah barang yang diminta mengalami penurunan atau meningkatnya jumlah suatu penduduk. Penurunan barang adalah jatuhnya penawaran (*supply*). Sedangkan meningkatnya jumlah suatu penduduk mengakibatkan terjadinya kenaikan permintaan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa keadaan tersebut adalah kondisi alamiah.

Konsep permintaan dalam Islam memberikan penilaian terhadap suatu komoditas bahwasannya tidak semua dapat dipergunakan atau dikonsumsi. Permintaan dalam Islam membahas tentang barang halal, sedangkan permintaan dalam konvensional menilai semua komoditas itu sama dan bisa dipergunakan atau dikonsumsi.⁷ Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah[5]: 87-88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan oleh Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, serta bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Q.S Al Maidah [5]: 87-88)

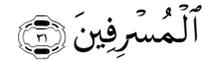
﴿ يَبْنِيءَ آدَمَ خُدُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

⁴Suherman Rosyadi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 291

⁵Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2003), hlm. 132

⁶Taqi Din Ahmad bin Taimiyah, *Al-Hisbah Fii Al-Islam* (Kairo: Dar Sya'b, 1976), hlm. 22

⁷Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), hlm. 106



“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) mesjid Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S Al A’Raf [7]: 31)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S Al Furqan [25]: 67)

Antara harga dan jumlah yang diminta mempunyai hubungan terbalik.⁸ Imam Al Ghazali dalam kitabnya yang berjudul *ihya’ Ulumuddin* membahas secara detail terkait peranan dari perdagangan dan timbulnya harga yang bergerak dengan kekuatan dari penawaran dan permintaan. Beliau berpendapat, pasar adalah bagian tak terpisahkan dari keteraturan alami. Gagasan beliau terkait tentang hukum dari *supply* dan *demand* pada masanya merupakan gagasan yang sangat maju serta mengejutkan. Gagasan beliau menandakan bahwasannya beliau paham tentang konsep dari elastisitas permintaan. Beliau menegaskan, “Mengurangi keuntungan untuk menjual barang pada tingkat harga yang rendah akan meningkatkan volume penjualannya, dan ini akan mengalami peningkatan dari keuntungan. Bahkan ia juga telah mengidentifikasi suatu produk makanan sebagai komoditas dengan kurva inelastis”⁹

2. Biaya

Dalam menganalisis biaya produksi, seperti dalam teori produksi dibedakan menjadi 2 meliputi :

a. Biaya Jangka Pendek

Jangka pendek merupakan rentan waktu ketika produsen tidak bisa melakukan perubahan banyaknya jumlah input yang masih bisa digunakan, bisa dalam ukuran hari, minggu, bulan bahkan tahun.¹⁰ Dalam teori biaya jangka pendek, konsep biaya terdiri dari:

- 1) Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*) adalah suatu biaya yang dalam hitungan jumlah tidak bergantung pada besar atau kecilnya suatu kuantitas dari produksi yang menjadi output apabila produsen dalam jangka waktu produksi dihentikan sementara, maka biaya tetap disini harus dibayar dengan jumlah yang sama.¹¹
- 2) Biaya Variable Total (*Total Variabel Cost*) adalah biaya yang dlama jumlahnya dpaat berubah-ubah berdasarkan dengan perubahan dari kuantitas dari suatu produk yang dihasilkan makin besar kuantitas produksinya, maka semakin besar pula sautu produk yang dihasilkan.¹²
- 3) Biaya Total Merupakan jumlah dari biaya tetap total dan dari biaya variabel total.¹³

⁸Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro ...*, hlm. 111

⁹Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya’ Ulumuddine* (Jordan: al Turats, 2000), hlm. 223

¹⁰Suryawati, *Teori Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 83

¹¹Masyuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 174

¹²Masyuri, *Ekonomi Mikro ...*, hlm. 174

¹³Suryawati, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: UIN Malang Press), hlm. 83

b. Biaya Jangka Panjang

Pada biaya jangka panjang, produsen dapat memungkinkan merubah semua input yang digunakan sehingga terjadi tidak adanya input yang tetap.¹⁴ Ciri-ciri produksi dalam Islam sebagai berikut:

- 1) *Pemilikan* : Manusia yang ditugaskan sebagai pemimpin di bumi Allah yang berfungsi sebagai pengelola, manusia berkewajiban mempertanggung jawabkan tugasnya sebagai pengelola dari sumber daya alam yang ada di bumi. Ketika menjalankan tugasnya, secara perlahan ia akan mengklaim kekayaan yang akan menjadi miliknya. Kekayaan yang diklaim ini akan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhannya serta keluarganya dan sebahagian lagi untuk kepentingan masyarakat. Kepemilikan disini walaupun relatif, ia membawa kewajiban yang harus dipenuhi ketika sudah sampai pada batas tertentu untuk dibayarkan zakatnya.
- 2) *Produk Barang serta Jasa Harus Halal* : Produk barang serta jasa diharuskan bersifat halal, baik dari cara mendapatkannya, pengelolannya, serta hasilnya harus bisa dibuktikan kehalalannya. Kita syarkan untuk tidak terlalu percaya pada label yang bertuliskan halal tetapi tidak dapat dipertanggungjawabkan apakah hasil dari mendapatkan, mengelola serta hasil yang didapatkan bersifat halal atau tidak.
- 3) *Equilibrium* : Allah tidak menghendaki seseorang menghabiskan tenaga dan waktunya untuk beribadah dalam arti sempit, akan tetapi juga harus mengusahakan kehidupannya di dunia. Dalam mengusahakan kehidupan didunia kita tidak boleh boros, akan tetapi juga tidak boleh kikir. Janganlah seseorang terlalu senang terhadap harta bendanya, tetapi juga harus selalu sedih manakala ia kekurangan rizki.
- 4) *Upah Tenaga Kerja* : Upah tenaga kerja diharuskan agar sesuai dengan skill dan kebutuhan dalam hidup seseorang. Ini berakibat pada keuntungan yang menjadi relatif kecil yang diterima oleh seorang pemilik dari saham yang ia pegang pada dasarnya memiliki kehidupan yang lebih baik dari yang lain. Hal ini berimbas pada daya beli orang kecil yang bertambah besar serta perusahaan lebih lazar dalam usaha yang digelutinya. Seirama dengan sabda Nabi Muhammad SAW yang memerintahkan untuk segera memberikan upah sebelum keringatnya kering.

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَفُهُ

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

Hadits di atas memberikan penjelasan bahwasannya kita harus menyegerakan memberikan hak yang berupa upah kepada pekerja setelah ia menyelesaikan pekerjaannya.

- 5) *Teliti dalam Pencatatan* : Dalam pencatatan pada administrasi serta perjanjian-perjanjian bisnis, diharuskan melakukannya dengan tingkat kecermatan dan ketelitian yang tinggi, karena aktifitas pada bisnis tidak hanya dilakukan dengan antar manusia saja tetapi dilakukan juga dengan antar manusia dan sang pencipta.

3. Analisis Biaya Diefferensial

Hansen dan Mowen memberikan pengertian pada biaya differensial sebagai biaya

¹⁴ Suryawati, *Ekonomi Mikro ...*, hlm. 89

pada masa yang akan datang yang berbeda-beda pada masing-masing pilihan alternatif, semua keputusan berhubungan dengan masa yang akan datang. Maka dari itu, biaya pada masa depan bisa menjadi biaya yang relevan dengan keputusan yang akan diambil¹⁵ atau bisa juga disebut dengan biaya yang berbeda dalam hal kondisi, dibandingkan pada kondisi-kondisi lainnya.¹⁶ Bambang Supomo memberikan artian mengenai biaya differensial sebagai biaya yang berbeda pada suatu kondisi dibandingkan dengan kondisi lainnya.¹⁷ Sedangkan Darsono Prawinegoro memberikan artian biaya differensial sebagai biaya yang berbeda dikarenakan adanya perbedaan dari tingkat produksi dan mengakibatkan perbedaan pada biaya tetap.¹⁸ Jadi, dapat disimpulkan bahwasannya biaya differensial adalah perbedaan tingkat biaya yang terjadi akibat adanya suatu keputusan tertentu. Dalam pengambilan keputusan, tujuan dari pengambilan keputusan pada klasifikasi biaya bisa dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Relevant Cost* merupakan biaya yang ada pada masa depan yang berbeda dengan alternatif yang ada. Segala sesuatu mengenai keputusan berkaitan dengan masa yang akan datang. Dikarenakan hal ini lah, biaya-biaya masa depan adalah yang masih relevan guna pengambilan keputusan.
- b. *Differential Cost* merupakan perbedaan antar biaya relevan dari dua atau lebih pada alternatif yang ada.
- c. *Incremental Cost* merupakan biaya tambahan yang terjadi jika sewaktu-waktu terdapat alternatif yang berhubungan dengan perubahan dari volume kegiatan terpilih.
- d. *Avoidable Cost* merupakan biaya yang tidak akan terjadi apabila suatu alternatif dipilih. Biaya ini adalah varian dari biaya tambahan, maka biaya tambahan juga sering disebut dengan sebutan penghemat biaya tambahan.
- e. *Opportunity Cost* merupakan Biaya dari kesempatan yang timbul yang merupakan pendapatan atau dari penghematan dari biaya-biaya yang dikorbankan sebagai akibat dari dipilihnya pilihan sebagai alternatif.¹⁹

4. Pengambilan keputusan Pesanan Khusus

Hadari Nawawi mengemukakan bahwasanya keputusan pada umumnya merupakan output dalam mempertimbangkan sesuatu yang dilaksanakan secara nyata. Keputusan dapat didefinisikan sebagai sesuatu hasil yang terbaik dalam memilih satu diantara alternatif yang ada. Sementara itu dalam proses pengambilan keputusan atau suatu rangkaian kegiatan perlu menganalisa berbagai fakta informasi dan teori yang pada akhirnya sampai pada satu kesimpulan yang dinilai tepat.²⁰

Gatot Suraji juga memberikan definisi terkait dengan teori dengan pengambilan keputusan. Ia mengemukakan bahwasanya keputusan merupakan suatu proses pemikiran yang menetapkan satu pilihan diantara pilihan yang ada untuk memecahkan suatu permasalahan. Sedangkan itu pengambilan keputusan adalah suatu proses analisis informasi masalah sampai

¹⁵Mowen Hansen, *Akuntansi Manajerial* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 339

¹⁶Abdul Halim, *Akuntansi Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2012), hlm. 259

¹⁷Bambang Supomo, *Akuntansi Manajemen Suatu Sudut Pandang* (Yogyakarta: BPFE, 2012), hlm. 103

¹⁸Ari Darsono Prawinegoro, Purwanti, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 259

¹⁹Lailatus Sa'adah, "Analisis BiayaDifferensial Dalam Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Di CV Zam-Zam Collection." *margin .* " *Margin Eco: Jurnal Bisnis dan Pengembangan*, Vol. 03, No. 01 (Mei 2019), hlm. 23

²⁰Hadari Nawawi, *Kepemimpinan Menurut Islam* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993), hlm. 152

pada penetapan suatu keputusan.²¹

Manajer memiliki tugas pokok dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada informasi akuntansi yang sudah relevan. Yang menjadi pokok dalam pengambilan keputusan pada suatu pilihan harus mempertimbangkan pada aspek kualitatif dan kuantitatif dari pilihan alternatif yang ada.

Pesanan khusus merupakan pesanan yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan bukan hasil dari kegiatan yang normal.²² Prawironegoro dan Purwanti mengemukakan pesanan khusus sebagai penjualan yang dilakukan dengan besaran harga dibawah dari harga pasaran. Hal ini dikarenakan perusahaan hendak menggunakan kapasitas yang menganggur dari kelebihan kapasitas maksimal.²³

a. Tanpa Pesanan Khusus

1) Biaya Produksi

Tabel 1. Biaya bahan baku

No	Elemen Biaya	Meter/kg/roll	Jumlah Biaya
1	Kain Nagata	125 roll	Rp 225.000.000
2	American Drill	200 roll	Rp 297.000.000
3	Oxford Drill	50 roll	Rp 60.000.000
4	Kancing	-	Rp 1.000.000
5	Benang	-	Rp 1.500.000
Total BBB			Rp 585..250.000

Sumber data: data primer, 2019

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Elemen Biaya	Meter/kg/roll	Jumlah Biaya
1	Pemotong kain	-	Rp 2.500.000
2	Penjahit	-	Rp 1.170.000
Total			Rp 3.670.000

Sumber data: data primer, 2019

Upah tenaga kerja untuk pengrajin kaos:

a) Pemotong kain : Rp 1.200.000/200 = Rp 12.500

b) Penjahit : Rp 1.170.000/26/200 = Rp 225

Terkait tenaga kerja langsung, pemilik dari konveksi DJogja Latansa hanya mempekerjakan 1 orang di bagian pemotongan kain dan 26 orang yang bertugas menjahit kain.

3) Biaya Overhead Pabrik

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik

No	Elemen Biaya	Meter/kg/roll	Jumlah Biaya
1	BTKL	-	Rp 3.000.000
2	Biaya listrik	-	Rp 2.500.000
3	Biaya reparasi	-	Rp 200.000
Total			Rp 5.700.000

Sumber data: data primer, 2019

²¹Engelbetus Martono Gatot Suradji, *Ilmu Dan Seni Kepemimpinan* (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2013), hlm. 152

²²Ray Garrison dan Brewer, *Akuntansi Manajerial* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 584.

²³Darsono Prawironegoro dan Ari Purwanti, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 260

- 4) Biaya Administrasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pemilik untuk kelancaran usahanya.

Tabel 4. Biaya Administrasi

No	Elemen Biaya	Meter/kg/roll	Jumlah Biaya
1	ATK	-	Rp 250.000
2	Biaya keamanan	-	Rp 50.000
3	Biaya kebersihan	-	Rp 50.000
Total			RP 350.000

Sumber data: data primer, 2019

- 5) Biaya Pemasaran

Hamsen dan Mowen yang diterjemahkan oleh Thomson Learning menyatakan bahwasanya biaya pemasaran merupakan biaya yang diperlukan untuk mendistribusi, memasarkan serta melayani produk maupun jasa.²⁴ Dalam hal ini, pemilik konveksi menggunakan biaya sebesar Rp 120.000 untuk pembuatan spanduk, Rp 200.000 untuk pembuatan brosur, dan Rp 100.000 untuk pembuatan kartu nama.

- 6) Biaya Produksi yang dikeluarkan oleh konveksi Jogja Latansa adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Biaya Produksi

No	Elemen Biaya	Jumlah Biaya
1	HPP	
	Biaya Bahan Baku	Rp 130.275.000
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 3.670.000
	Biaya Overhead Pabrik	Rp 5.700.000
2	Biaya Administrasi	Rp 350.000
3	Biaya Pemasaran	Rp 325.000
Total		Rp 140.320.000

Sumber data: data primer, 2019

- 7) Laporan Laba Rugi

**Tabel 6. Laporan Laba Rugi Usaha Koveksi Jogja Latansa
Per November 2019**

Penjualan		Rp 720.000.000
Biaya Bahan Baku	Rp 139.750.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 3.670.000	
Biaya Overhead Pabrik	Rp 5.700.000	
		Rp 149.120.000
		Rp 570.880.000
Laba		
Biaya Administrasi	Rp 350.000	
Biaya Pemasaran	Rp 325.000	
		Rp 675.000
Laba Operasional		Rp 570.205.000

Sumber data: data primer, 2019

b. Pesanan Khusus

Pada bulan November 2019 Konveksi jogja Latansa mendapatkan 100 pcs dengan harga Rp 145.000. jika diperhatikan dengan cermat, maka pesanan ini bisa saja ditolak dikarenakan harga yang tidak sesuai dengan jeis bahan yang dipilih untuk pembuatan kaos. Karena pembuatan kaos ini memerlukan biaya tambahan untuk tenaga dari pekerja dan operasional dari konveksi.

²⁴Hamsen Mowen dan Maryanne, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 52

1) Harga Pokok Produksi Pesanan Khusus			
BBB	: 200 x Rp 698.750	:Rp 139.750.000	
BTKL	: 200 x Rp 18.350	: Rp 3.670.000	
	100 x Rp 18.350	: Rp 1.830.000	
		<u>Rp 5.505.000</u>	+
BOP	: 200 x Rp 28.000	Rp 5.700.000	
	100 x Rp 28.000	Rp 2.800.000	
		<u>Rp 8.500.000</u>	+
Harga Pokok Produksi Variabel		Rp 153.775.000	+

Ketika pesanan khusus masuk, maka akan memberikan pendapatan yang berbeda dari sebelum menerima pesanan khusus yang masuk. Dibawah ini adalah perbandingan dari sebelum dan sesudah menerima pesanan khusus dalam Laporan Laba Rugi Usaha Konveksi Jogja Latansa.

Tabel 7. HPP Pesanan Khusus

Sebelum adanya pesanan Khusus		
Penjualan		Rp 720.000.000
BBB	Rp 139.750.000	
BTKL	RP 3.670.000	
BOP	RP 5.700.000	
		Rp 149.000.000 +
Laba Kotor		Rp 570.000.000
Biaya Administrasi	Rp 350.000	
Biaya Pemasaran	Rp 325.000	
		Rp 675.000 _
Laba Operasional		Rp 570.205.000

Sesudah Adanya Pesanan Khusus		
Penjualan		Rp 720.000.000
Pesanan Khusus		Rp 14.500.000
		Rp 734.500.000 +
BBB	Rp 139.750.000	
BTKL	Rp 5.505.000	
BOP	Rp 8.500.000	
		Rp 149.000.000 _
Laba Kotor		Rp 585.380.000
Biaya Administrasi	Rp 350.000	
Biaya Pemasaran	Rp 325.000	
		Rp 675.000 _
Laba Operasional		Rp 584.705.000

Sumber data: data primer, 2019

Terlihat jelas perbedaan antara Laba Operasional pada saat sebelum menerima pesanan khusus dengan angka **Rp 570.880.000** dan Laba Operasional pada saat menerima Pesanan Khusus dengan angka **Rp 584.705.000**

2) Laporan Laba Rugi pada saat Pesanan Khusus

Tabel 8. Laporan Laba Rugi Pesanan Khusus

Per November 2019		
Penjualan	Rp 720.000.000	
Pendapatan Diferensian	Rp 14.500.000 +	
Total Penjualan		Rp 734.500.000
Harga Pokok Produksi		Rp 153.775.000 _
Laba Kontribusi		Rp 580.724.000

Biaya Tetap		Rp 675.000 _
Laba Operasional		Rp 580.050.000

Sumber data: data primer, 2019

Pendapatan Differensial 100 X Rp 145.000

Dari data di atas menunjukkan bahwasannya laporan dari Laba Rugi pada saat ada Pesanan Khusus menghasilkan **Rp 580.050.000**. maka, bisa dikatakan bahwasannya setelah adanya Pesanan Khusus yang masuk peningkatan Laba sebesar **Rp 580.050.000 - Rp 570.205.000 = Rp 9.845.000**

3) Analisa Differensial

Analisis ini digunakan guna mengetahui adanya perbedaan antara ketika masuknya pesanan khusus dan pada saat tidak adanya pesanan khusus yang masuk. Dibawah ini adalah perhitungan laporan Laba Rugi

Tabel 9. Analisa Differensial

Keterangan	Sebelum	Sesudah	Perbedaan
Penjualan			
Awal Khusus	Rp 720.000.000	Rp 734.500.000	
100 x Rp 145.000		Rp 14.500.000	
Pendapatan Diff			Rp 14.500.000
Biaya			
200 x Rp 745.600	Rp 149.120.000	Rp 149.120.000	
100 x Rp 46.550		Rp 4.655.000	Rp 4.655.000
Margin Kontribusi	Rp 570.880.000	Rp 580.725.000	Rp 9.845.000
Biaya Adm dan pemasaran	Rp 675.000	Rp 675.000	
	Rp 570.205.000	Rp 580.050.000	Rp 9.845.000

Sumber data: data primer, 2019

Dari hasil analisis diatas bisa dikatakan bahwasanya terdapat perbedaan khusus antara pendapatan pada saat adanya pesanan khusus sebesar Rp. 14.500.000. angka tersebut didapatkan pada saat adanya pesanan khusus Rp. 720.000.000 dan penjualan setelah adanya pesanan khusus yang masuk menjadi sebesar Rp 734.500.000. dengan biaya perbedaan sebesar Rp 4.655.000. angka tersebut didapatkan dari biaya produksi Rp 46.550 yang dikalikan dengan banyaknya pesanan khusus sebanyak 100 pcs. Dengan perhitungan-perhitungan tersebut, maka didapatkan biaya perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya pesanan khusus sebesar Rp 9.845.000.

4) Pengambilan Keputusan Pesanan Khusus

Tabel 10. Pengambilan Keputusan Pesanan Khusus

Keterangan	Sebelum	Sesudah	Perbedaan	Keputusan
Penjualan	Rp 720.000.000	Rp 734.500.000	Rp14.500.000	Menerima
Laba Bersih	Rp 570.205.000	Rp 580.050.000	Rp 9.845.000	Menerima

Sumber data: data primer, 2019

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwasannya penjualan sebelum menerima pesanan khusus lebih rendah dengan angka Rp720.000.000 dibandingkan dengan ketika setelah menerima pesanan khusus dengan angka Rp734.500.000. perbedaan tersebut memiliki selisih angka sebesar Rp14.500.000. begitupun dengan Laba bersih yang diterima pada saat sebelum menerima pesanan khusus dengan angka

Rp570.205.000 dibandingkan dengan ketika setelah menerima pesanan khusus dengan angka sebesar Rp580.050.000. selisih angkanya sebesar Rp9.854.000

D. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwasanya usaha konveksi Djogja Latansa telah menerima permintaan pada pesanan khusus yang masuk. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan ketika masuknya permintaan pesanan khusus dan sebelum adanya pesanan khusus. Maka, saran yang diusulkan untuk pelaku usaha adalah agar menerapkan analisis biaya differensial pada pengambilan keputusan, agar lebih teliti dalam memilah permintaan pesanan yang masuk.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihwa Ulumuddine*. Jordan: al Turats, 2000.
- Arista, Gita Riana. "Analisis Usaha-Usaha Penjualan Produk Konveksi (Kasus Pedagang Pasar Plaza SUkarami Di Pekanbaru)." *Arista* 1 (2014).
- Brewer, Ray Garrison dan. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Darsono Prawinegoro, Purwanti, Ari. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Dkk, Ari Pratiwi. "Ekskalasi Usaha Konveksi Kaos Dan Seragam Kerja Melalui Strategi Kualitas Produk, Layanan Konsumen Dna Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui E-Commers Pada Wirausaha Forum Difabel Malang Raya." *IJDS* 4 (2017)
- Gatot Suradji, Engelbetus Martono. *Ilmu Dan Seni Kepemimpinan*. Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2013.
- Halim, Abdul. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 2012.
- Hansen, Mowen. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Karim, Adiwarmen A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2003.
- Maryanne, Hamsen Mowen dan. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Masyuri. *Ekonomi Mikro*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Nawawi, Hadari. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993.
- Purwanti, Darsono Prawironegoro dan Ari. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media, n.d.
- Rosyadi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Eonomi Mikro Dan Makro*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Sa'adah, Lailatus. "Analisis BuayaDifferensial Dalam Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Di CV Zam-Zam Collection." *Margin Eco: Jurnal Bisnis dan Perkembangan* 3 (2019)
- Supomo, Bambang. *Akuntansi Manajemen Suatu Sudut Pandang*. Yogyakarta: BPFE, 2012.
- Suryawati. *Teori Ekonomi Mikro*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Taimiyah, Taqi Din Ahmad bin. *Al-Hisbah Fii Al-Islam*. Kairo: Dar Sya'b, 1976.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.