

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

1. Pengertian Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi “Akuntansi Biaya adalah suatu proses yang mencakup pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan, dan penjualan produk dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap informasi biaya tersebut”.³⁴ Definisi ini menunjukkan bahwa akuntansi biaya tidak hanya mencatat data biaya secara kronologis, tetapi juga mengklasifikasikan biaya berdasarkan jenis dan fungsinya, merangkum informasi biaya agar mudah dianalisis, dan menyajikannya dalam bentuk laporan yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen. Proses penafsiran dalam akuntansi biaya berfungsi untuk memahami pola biaya dan membantu pengambilan keputusan strategis dalam kegiatan produksi maupun penjualan.³⁵

Menurut Waty *et al*, dikutip dalam penelitian Eugenia Trixie Jayanti Moningga, menjelaskan bahwa akuntansi biaya yakni mengumpulkan, mengukur, dan menyajikan informasi terkait dengan biaya yang dilakukan selama proses produksi.³⁶ Pengumpulan biaya ini mencakup semua elemen

³⁴ Mulyadi, hlm 7.

³⁵ Facrul Rozi and Kristianto Shuwiyandi, ‘Analisis Biaya Produksi Guna Menentukan Harga Jual Pt. Selera Rodjo Abadi Semarang’, *Worksheet: Jurnal Akuntansi*, 1.2 (2022), pp. 125–32, doi:10.46576/wjs.v1i2.2121.

³⁶ Eugenia Trixie Jayanti Moningga, ‘Penerapan Target Costing Sebagai Pengendalian Biaya Produksi Pada Usaha Mie Bakso Ojo Lali Di Kota Bitung’, *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3.1 (2025), pp. 157–73, doi:10.58784/mbkk.295.

biaya seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik, yang menjadi dasar perhitungan harga pokok produk. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui besarnya biaya yang dikorbankan dalam satuan moneter, sementara penyajian informasi bertujuan agar data tersebut dapat digunakan oleh pihak manajemen untuk evaluasi dan pengendalian.

2. Tujuan Akuntansi Biaya

Tujuan akuntansi biaya adalah untuk melacak, menghitung, menganalisis, mengawasi, dan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan aktivitas produksi serta biaya kepada pihak manajemen. Akuntansi biaya tidak hanya berfokus pada pencatatan transaksi keuangan dan analisis pengeluaran, tetapi juga berperan dalam memberikan data yang mendukung pengambilan keputusan manajerial.³⁷ Secara umum, tujuan akuntansi biaya adalah sebagai berikut:³⁸

a. Menentukan harga pokok produk

Tujuan utama mempelajari akuntansi biaya adalah memperoleh informasi mengenai biaya produksi, yang digunakan perusahaan untuk penentuan harga pokok produk. Informasi ini penting dalam menentukan besarnya laba yang diinginkan serta dalam menetapkan harga jual yang sesuai.

b. Perencanaan biaya dan pengendalian biaya

³⁷ Devi Damayanti, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, and Sri Sudiarti, 'Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba (Studi Kasus Ayam Penyet Sahabat Solo)', *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8.2 (2024), pp. 1127–41.

³⁸ Lucky P. Pomantow, Jantje J. Tinangon, and Treesje Runtu, 'Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada RM. Ayam Goreng Krispy Dahar', *Jurnal EMBA*, 9.3 (2021), pp. 843–52.

Melalui akuntansi biaya, perusahaan dapat memperoleh informasi biaya untuk menyusun rencana biaya di masa depan. Informasi biaya masa lalu dan biaya di masa yang akan datang menjadi dasar bagi manajemen dalam merencanakan serta mengendalikan pengeluaran agar tetap efisien dan sesuai dengan anggaran yang ditetapkan.

c. Pengambilan keputusan khusus

Akuntansi biaya juga bertujuan menyediakan informasi yang relevan bagi manajemen dalam memilih berbagai alternatif keputusan bisnis. Contohnya, memutuskan apakah akan menerima atau menolak pesanan pelanggan, mengembangkan produk yang ada, memproduksi produk baru, membeli atau membuat sendiri komponen tertentu, serta menentukan apakah produk dijual langsung atau diproses lebih lanjut.

3. Klasifikasi Biaya

Menurut V. Wiratna Sujarweni sebagaimana dikutip dalam penelitian oleh Wagiyo, Dhel Juni Pasya, dan Lia Fransiska, angka-angka yang dikategorikan sebagai biaya dapat dikelompokkan ke dalam beberapa klasifikasi berikut:³⁹

a. Berdasarkan Pengelompokan Biaya:

- 1) Biaya pabrikase/manufaktur, yaitu biaya yang berkaitan langsung dengan proses produksi, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

³⁹ Wagiyo, Dhel Juni Pasya, and Lia Fransiska, 'Analisis Biaya Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Makanan Pada Rumah Makan Meychan Serba Sepuluh Di Pringsewu', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10.01 (2019), pp. 11–27.

- 2) Biaya overhead pabrik, yaitu biaya tidak langsung dalam proses produksi, seperti bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, serta biaya tidak langsung lainnya.
 - 3) Biaya komersial, yaitu biaya yang timbul dalam kegiatan di luar produksi, seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi
- b. Berdasarkan Perilaku Biaya:
- 1) Biaya variabel, yaitu biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi.
 - 2) Biaya tetap, yaitu biaya yang jumlahnya tidak berubah walaupun volume produksi atau penjualan mengalami perubahan dalam kapasitas normal.
 - 3) Biaya semi variabel, yaitu biaya yang sebagian bersifat tetap dan sebagian lagi berubah sesuai dengan tingkat aktivitas atau volume produksi.
 - 4) Biaya bertingkat, yaitu biaya yang sifatnya tetap dalam kisaran kapasitas tertentu, namun akan meningkat ke tingkat yang lebih tinggi apabila kapasitas produksi melebihi batas tertentu.

B. Penentuan Harga Pokok Produksi

1. Definisi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang timbul dalam proses mengubah bahan baku menjadi produk jadi.⁴⁰ Sementara itu, menurut Hansen & Mowen dalam penelitian Amalia Hamidah, Rio Monoarfa, dan Victorson Taruh menjelaskan bahwa harga

⁴⁰ Mulyadi, hlm 65.

pokok produksi (*cost of goods manufactured*) adalah akumulasi biaya atas barang yang berhasil diselesaikan dalam suatu periode. Biaya yang dibebankan pada produk tersebut meliputi biaya manufaktur, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead.⁴¹

2. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pengolahan bahan baku hingga menjadi barang jadi atau jasa yang siap dipasarkan dan digunakan. Perhitungan ini memegang peranan penting bagi perusahaan karena berfungsi sebagai pedoman sekaligus sumber informasi bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Harga pokok produksi memberikan beberapa manfaat utama, antara lain:⁴²

- a. Menjadi dasar dalam menetapkan harga jual produk,
- b. Berfungsi sebagai alat pengendalian biaya produksi, dan
- c. Menjadi acuan dalam menentukan harga pokok persediaan, baik produk dalam proses maupun produk jadi yang akan dilaporkan dalam neraca.

3. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi dilakukan dengan membebankan seluruh biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel, yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja, serta overhead pabrik, ke dalam produk atau jasa. Sementara itu, menurut

⁴¹ Amalia Hamidah, Rio Monoarfa, and Victorson Taruh, 'Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Process Costing Pada Pabrik Tahu Dan Tempe Sumber Sari Kota Gorontalo', *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1.2 (2022), pp. 1–13, doi:10.37479/jamak.v1i2.27.

⁴² Mulyadi, hlm 65.

Widilestariningtyas dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh M Aldian Fikri, bahwa metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara memperhitungkan seluruh unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Kedua ahli tersebut menekankan adanya dua pendekatan yang digunakan, yaitu *full costing* dan *variable costing*.⁴³ Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode perhitungan harga pokok produksi pada dasarnya adalah teknik untuk memasukkan unsur biaya produksi ke dalam harga pokok.

a. *Full Costing*

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	<u>xxx</u>
Biaya produksi	xxx

b. *Variabel Costing*

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx
Biaya produksi	xxx

Perbedaan utama *full costing* dan *variable costing* terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Pada *full costing*, biaya tetap tersebut dimasukkan dalam harga pokok produksi, sehingga bisa terjadi

⁴³ M Aldian Fikri, 'Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi', *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 9.2 (2022), pp. 47–55.

lebih atau kurang pembebanan. Sedangkan pada *variable costing*, biaya tetap dianggap sebagai biaya periodik dan langsung dibebankan pada periode terjadinya, sehingga tidak menimbulkan selisih pembebanan.⁴⁴

Kedua metode tersebut memiliki implikasi yang berbeda terhadap perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan keuangan. Pada *full costing*, seluruh biaya produksi, baik tetap maupun variabel, dibebankan ke dalam harga pokok sehingga menghasilkan perhitungan yang lebih tinggi dan mencerminkan total biaya produksi yang sesungguhnya.⁴⁵ Metode ini biasanya digunakan dalam laporan keuangan eksternal karena sesuai dengan prinsip akuntansi yang mewajibkan seluruh biaya produksi diakui dalam nilai persediaan dan harga pokok penjualan. Sebaliknya, *variable costing* hanya membebankan biaya produksi yang bersifat variabel sehingga lebih tepat digunakan untuk laporan internal manajemen. Metode ini berguna dalam analisis laba, perencanaan produksi, dan pengambilan keputusan jangka pendek karena menggambarkan hubungan yang lebih jelas antara biaya, volume, dan laba.⁴⁶ Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *full costing* karena dapat menggambarkan seluruh komponen biaya produksi, baik tetap maupun variabel. Metode ini juga dinilai sesuai untuk

⁴⁴ Linda Santioso and others, 'Variable Costing Sebagai Alternatif Costing Untuk Meningkatkan Kualitas Keputusan Penentuan Harga Produk', *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2.2 (2019), pp. 315–22, doi:10.24912/jbmi.v2i2.7265.

⁴⁵ Albertini Noveritas, Putri Darabogar, and Siktania Maria Diliansa, 'Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada Toko Imelda Bakery Bagi Pemili-Pemilik Perusahaan Kecil Yang Bergerak Dalam Bidang Produksi . Proses Ini Dapat Menjadi Produk J', *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3.2 (2024), pp. 157–77.

⁴⁶ Dewi Agustya Ningrum and Cipta Damai Persada, 'Strategi Penetapan Harga Jual UMKM : Perbandingan Metode Full Costing Dan Variable Costing Dalam Menunjang Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus Pelipur Lapar Sidoarjo)', *IQTISHAD equity Journal MANAGEMENT*, 7.2 (2025), pp. 1–8.

UMKM yang umumnya belum mencatat biaya secara rinci, sehingga membantu mengetahui total biaya produksi yang sebenarnya⁴⁷.

C. Penetapan Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk, meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik, baik yang bersifat tetap maupun variabel. Melalui perhitungan HPP, perusahaan dapat mengetahui secara tepat besarnya biaya yang benar-benar dikeluarkan dalam proses produksi. Informasi tersebut menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam penetapan harga jual produk.⁴⁸

Menurut Hansen dan Mowen dalam penelitian yang dikutip oleh Yulinda, “Harga jual adalah jumlah uang yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.”⁴⁹ Sementara menurut Fika Febina Yusnita dan Taufik Rahman, “Secara prinsip, harga jual harus mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan serta memberikan laba yang wajar. Dengan demikian, harga jual merupakan hasil penjumlahan antara biaya produksi dan *mark-up*.”⁵⁰

⁴⁷ Ningrum and Persada, pp. 1 - 8.

⁴⁸ Zazira Safwa Syahfitri Bangun, Shakila Zain Siregar, and Tantri Putrida, ‘Job Order Costing Sebagai Instrumen Penentuan Harga Ekspor: Analisis Pada PT Locatani Agro Indonesia’, *Ekonomika*, 8.2 (2025), pp. 1728–36.

⁴⁹ Yulinda, ‘Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Mestika Mandiri Medan’, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2019, pp. 9–19 <<https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf>>.

⁵⁰ Fika Febina Yusnita and Taufik Rahman, ‘Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Jual Pada Produk Es Kristal (Studi Pada UMKM Es Kristal Imam Desa Mabuun Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong)’, *JAPB*: 7.2 (2024), pp. 1910.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan total biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi barang atau jasa yang kemudian ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan. Penetapan harga jual yang tepat sangat penting agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal, tetap bersaing di pasar, serta memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi penentuan harga antara lain sebagai berikut:⁵¹

a. Keadaan perekonomian

Kondisi ekonomi seperti inflasi, suku bunga, serta masa booming atau resesi memengaruhi keputusan penetapan harga karena berpengaruh terhadap biaya produksi dan persepsi nilai produk di mata konsumen.

b. Permintaan dan penawaran

Harga dipengaruhi oleh interaksi antara jumlah barang yang diminta dan ditawarkan. Harga rendah cenderung meningkatkan permintaan, sedangkan harga tinggi mendorong peningkatan penawaran.

c. Elastisitas permintaan

Hubungan antara harga dan volume penjualan bersifat berbanding terbalik. Jika harga naik, permintaan biasanya menurun, dan sebaliknya.

⁵¹ Arif Adi Chandra, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Pada Produk Industri Mebel Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Buana Sakti Kecamatan Batanghari Lampung Timur)', Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2021.

d. Persaingan

Tingkat persaingan di pasar, baik persaingan murni, tidak sempurna, oligopoli, maupun monopoli, sangat memengaruhi strategi harga yang diterapkan oleh pelaku usaha.

e. Biaya

Biaya menjadi dasar utama dalam penentuan harga. Harga yang tidak menutupi biaya akan menimbulkan kerugian, sedangkan harga yang melebihi seluruh biaya akan menghasilkan keuntungan.

f. Tujuan pelaku usaha

Setiap pelaku usaha memiliki tujuan berbeda dalam menetapkan harga, seperti memperoleh laba maksimal, mencapai volume penjualan tertentu, menguasai pasar, atau mengembalikan modal dalam jangka waktu tertentu.

g. Pengawasan Pemerintah

Pemerintah dapat memengaruhi harga melalui kebijakan seperti penetapan harga maksimum dan minimum, pengawasan monopoli, serta regulasi harga agar tercipta keseimbangan pasar.

h. Citra atau Kesan Masyarakat

Persepsi masyarakat terhadap produk berpengaruh pada harga jual. Produk yang sudah dikenal dan dipercaya umumnya memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan produk baru di pasaran.

3. Tujuan Penetapan Harga Jual

Penetapan harga yang bersifat ekonomis dan non-ekonomis memiliki

tujuan yakni:⁵²

a. Memaksimalkan Laba

Perusahaan menetapkan harga dengan mempertimbangkan margin keuntungan yang diinginkan serta daya beli konsumen agar laba yang diperoleh dapat optimal.

b. Meraih Pangsa Pasar

Harga yang lebih rendah dapat menarik konsumen baru dan memperluas pangsa pasar, yang kemudian dapat disesuaikan kembali untuk mencapai laba yang diharapkan.

c. Pengembalian Modal Usaha (*Return on Investment/ROI*)

ROI tinggi dapat dicapai melalui peningkatan volume penjualan dan margin keuntungan produk.

d. Mempertahankan Pangsa Pasar

Harga yang sesuai dengan kualitas produk membantu menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan agar pangsa pasar tetap stabil.

e. Tujuan Stabilisasi Harga

Penetapan harga yang konsisten menjaga keseimbangan dengan harga pasar dan mencegah persaingan yang merugikan.

f. Menjaga Kelangsungan Hidup Perusahaan (*Going Concern*)

Harga yang tepat membantu perusahaan memperoleh dana operasional yang cukup agar dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

⁵² Anggi Pratiwi Sitorus, 'Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam', *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* , 1.1 (2022), pp. 44–59.

4. Metode Penetapan Harga Jual

Faktor utama yang menentukan harga metode penentuan harga jual berbasis biaya adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan pasar. Dalam metode ini, harga jual ditentukan dengan menghitung seluruh biaya produksi dan biaya pemasaran, kemudian menambahkan sejumlah keuntungan tertentu agar dapat menutupi biaya langsung, biaya overhead, serta memberikan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual berbasis biaya ini meliputi:

- a. *Standard Markup Pricing*: menetapkan harga dengan menambah persentase markup standar pada biaya produk. Ini sering digunakan dalam ritel.
- b. *Experience Curve Pricing*: harga diturunkan seiring dengan peningkatan efisiensi produksi dan penurunan biaya saat perusahaan semakin berpengalaman memproduksi produk tersebut.
- c. *Cost Plus Fixed Fee Pricing*: menetapkan harga berdasarkan biaya produksi ditambah biaya tetap sebagai keuntungan, tanpa mempertimbangkan persentase.
- d. *Cost Plus Pricing*: harga ditentukan dengan menambahkan persentase tertentu dari biaya produksi dari margin keuntungan.

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Produksi} + (\text{Biaya Produksi} \times \text{Presentase Keuntungan})$$

Penelitian ini memilih menggunakan metode *Cost Plus Pricing* karena metode ini mudah diterapkan oleh UMKM serta mampu memberikan kepastian perolehan laba dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi yang telah dikeluarkan. Selain itu, metode ini

sesuai dengan kondisi UMKM yang belum memiliki sistem penetapan harga yang terstruktur, sehingga dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual secara lebih terukur.

a. Penetapan Harga Jual Menurut Pandangan Islam

Nabi Muhammad SAW tidak menetapkan harga jual karena hal tersebut dapat menimbulkan kezaliman, sementara kezaliman diharamkan dalam Islam. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, maka akan merugikan pembeli; sebaliknya, jika terlalu rendah, akan merugikan penjual.⁵³

Hal ini ditegaskan dalam sabda Nabi, Dari Anas bin Malik *radhiyallahu 'anhu* secara marfu',

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ مَرْفُوعًا: قَالَ النَّاسُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، غَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا، فَقَالَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. (رواه أبو داود والترمذي وابن ماجه وأحمد)

Dari Anas bin Malik *radhiyallahu 'anhu*: orang-orang berkata: “Wahai Rasulullah, harga-harga menjadi mahal, tetapkanlah harga untuk kami!” Rasulullah *sallallahu'alaihi wa sallam* bersabda, “Sesungguhnya Allah yang pantas menaikkan dan menurunkan harga, Dia-lah yang membatasi dan melapangkan rezeki. Aku harap dapat berjumpa dengan Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kalian yang menuntutku soal kezaliman dalam darah (nyawa) dan harta.” (HR. Abu Dawud, at-Tirmidzi, Ibnu Majah, dan Ahmad).⁵⁴

Secara hukum asal, para ulama fikih sepakat bahwa tidak ada kewajiban untuk menetapkan harga (*al-tas'ir*). Imam Syafi'i dan Imam Hambali menolak intervensi harga karena dianggap menyulitkan masyarakat. Sementara itu, Imam Maliki dan Imam Hanafi

⁵³ Muhammad Idris, 'Sikap Mukmin Yang Bijak Di Saat Naiknya Harga BBM', Muslim.or.Id, 2022.

⁵⁴ Ibid.

mbolehkan penetapan harga dalam kondisi tertentu, khususnya untuk barang-barang sekunder.⁵⁵

Ibnu Taimiyah, sebagaimana dikutip oleh Siti Fatimah, menjelaskan bahwa penetapan harga ada yang dibolehkan dan ada yang diharamkan. Jika tas'ir dilakukan secara zalim, maka hukumnya haram. Namun jika bertujuan menegakkan keadilan, maka diperbolehkan. Pemerintah boleh ikut campur dalam penetapan harga jika terjadi kecurangan pasar, seperti monopoli atau harga yang ditetapkan secara tidak wajar. Namun, jika kenaikan harga disebabkan oleh faktor alamiah seperti kelangkaan barang, intervensi tidak dibenarkan. Selama mekanisme pasar berjalan dengan adil dan tanpa kecurangan, maka harga sebaiknya dibiarkan mengikuti keseimbangan alami.⁵⁶

Adiwarman Karim yang dikutip dari Fitria dan Humairoh juga menegaskan bahwa dalam ekonomi Islam, harga terbentuk melalui kekuatan permintaan dan penawaran. Transaksi harus dilakukan secara suka sama suka, tanpa adanya paksaan, agar terbentuk harga keseimbangan yang adil dan sesuai dengan prinsip kerelaan antara kedua belah pihak.⁵⁷

Dengan demikian, dalam ekonomi Islam, penetapan harga tidak bersifat mutlak dilarang maupun diperbolehkan, melainkan bergantung pada konteks dan kondisi pasar. Prinsip utamanya adalah menjaga

⁵⁵ St Fatimah and others, 'Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2.1 (2023), pp. 45–59, doi:10.35905/rikaz.v2i1.6698.

⁵⁶ Ibid, pp. 45 – 59.

⁵⁷ Fitria and Humairoh, 'Penetapan Harga Beras Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pd Pasar Kertapati Palembang)', *ADL Islamic Economic : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1.2 (2020), pp. 113–30, doi:10.56644/adl.v1i2.15.

keadilan, menghindari kezaliman, serta memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan penuh kerelaan dan tanpa paksaan.