

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

1. Definisi akuntansi biaya

Menurut Mulyadi, akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya produksi serta penjualan barang atau jasa, dengan cara-cara tertentu, dan penafsiran terhadapnya²⁶. Berdasarkan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, penyajian, dan penafsiran informasi biaya itu sangat bergantung pada pihak yang menjadi tujuan dari proses tersebut. Proses akuntansi biaya juga dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan penggunaan oleh pihak eksternal perusahaan.

Peneliti menjadikan teori ini sebagai *grand theory* karena akuntansi biaya memberikan dasar konseptual yang jelas untuk menjelaskan cara perhitungan biaya produksi secara menyeluruh. Hal ini sangat relevan dengan penelitian yang menerapkan metode *full costing*, di mana seluruh komponen biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik diperhitungkan secara lengkap. Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini memiliki kerangka ilmiah yang sistematis sekaligus mendukung tujuan penelitian, yaitu untuk menghasilkan informasi biaya yang dapat digunakan sebagai dasar penetapan harga jual produk pada UMKM, terutama pada UD. Rasa Manis.

²⁶Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5 (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN), 7.

2. Tujuan dan manfaat akuntansi biaya

Akuntansi biaya memiliki berbagai tujuan dan manfaat dalam pengelolaan keuangan serta pengambilan keputusan di suatu perusahaan.

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat akuntansi biaya.²⁷ :

a. Tujuan akuntansi biaya

1) Perencanaan

Tujuan utama dari salah satu akuntansi biaya adalah membantu manajemen untuk merencanakan kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Melalui perkiraan biaya yang akan dikeluarkan untuk produksi serta distribusi produk, manajemen dapat membuat rencana yang lebih tepat terkait dengan penggunaan sumber daya perusahaan.

2) Pengendalian

Akuntansi biaya membantu pengendalian biaya melalui perbandingan antara biaya aktual dengan biaya yang sudah direncanakan atau dianggarkan. Dengan pemantauan yang tepat, manajemen dapat mengidentifikasi adanya penyimpangan dari rencana serta mengambil tindakan korektif yang dibutuhkan.

3) Penentuan harga pokok produk

Akuntansi biaya berperan dalam menetapkan harga pokok produk melalui pengalokasian biaya produksi dan distribusi ke dalam produk tertentu. Informasi tentang harga pokok produksi ini

²⁷ Rima Rachmawati et al., Buku Ajar Akuntansi Biaya (Jambi: PT. Sonpedia Publising Indonesia, 2024), 1-5.

sangat penting dalam penetapan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan.

4) Evaluasi kinerja

Tujuan lainnya dari akuntansi biaya yaitu untuk menilai kinerja suatu departemen, unit bisnis, atau produk tertentu dalam perusahaan. Melalui analisis biaya dan pendapatan yang terkait dengan masing-masing bagian atau produk, manajemen dapat mengidentifikasi area yang efisiensi dan menguntungkan, sekaligus menentukan area yang masih memerlukan perbaikan.

b. Manfaat akuntansi biaya

1) Pengambilan keputusan yang informatif

Data akuntansi biaya dapat mendukung manajemen dalam mengambil keputusan yang lebih tepat. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai biaya-biaya yang terkait dalam kegiatan operasional perusahaan, manajer dapat membuat keputusan yang tepat, seperti keputusan investasi, pengembangan produk baru, atau perubahan dalam proses produksi.

2) Peningkatan efisiensi

Melalui pemantauan biaya, manajemen dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Hal ini dapat mencakup identifikasi pemborosan, pengurangan biaya produk, serta perbaikan terhadap proses yang berjalan tidak efisien.

3) Peningkatan profitabilitas

Berdasarkan pemahaman yang mendalam mengenai biaya yang terkait dengan setiap aspek operasional, manajemen mampu mengambil tindakan yang tepat dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut meliputi pengendalian biaya, pengembangan strategi harga yang lebih efektif, atau fokus pada produk-produk yang memberikan keuntungan lebih besar.

4) Transparansi dan Akuntabilitas

Akuntansi biaya membantu dalam menciptakan transparansi alokasi biaya di seluruh organisasi, sehingga memungkinkan akuntabilitas yang lebih baik. Dengan mengetahui bagaimana biaya dialokasikan dan digunakan, manajemen dapat mempertanggungjawabkan penggunaan sumber daya perusahaan kepada para pemegang saham serta pihak-pihak yang terkait lainnya.

Manfaat dan tujuan akuntansi biaya yang penting untuk manajemen adalah dapat mengendalikan perusahaan dengan efisiensi, meningkatkan kinerja, serta mencapai tujuan bisnis yang diterapkan.

3. klasifikasi biaya

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku merupakan berbagai biaya yang berkaitan dengan bahan mentah yang dapat digunakan dalam proses produksi. Biaya ini mencakup semua biaya pembelian bahan baku, pengiriman,

penyimpanan, serta pemrosesan awal. Salah satu komponennya yaitu menghitung total biaya produksi.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang berkaitan dengan upah serta tunjangan bagi tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Contohnya meliputi gaji operator mesin, pekerja produksi, dan pekerjaan langsung lainnya yang berperan aktif dalam mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung ini penting untuk menentukan total biaya tenaga kerja, yang pada akhirnya digunakan dalam menetapkan biaya produksi secara keseluruhan²⁸.

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik mencakup biaya yang tidak dapat dialokasikan secara langsung kepada produk atau pekerjaan tertentu. Hal ini termasuk biaya-biaya seperti sewa pabrik, utilitas, perawatan peralatan produksi, dan gaji staf administrasi yang tidak berperan langsung dalam proses produksi. Pengelompokan biaya *overhead* pabrik ini memerlukan metode alokasi yang tepat untuk membebankan biaya kepada produk atau pekerjaan yang dapat dilakukan secara wajar.

d. Biaya produk dan biaya periode

Biaya produk adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan suatu produk tertentu yang dapat dialokasikan secara langsung ke produk

²⁸ Ervina Waty et al., *Akuntansi Biaya : Konsep Dasar Dan Penerapannya* (Jambi: PT. Sonpedia Publising Indonesia, 2023), 4-6.

tersebut. Biaya ini mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta sebagian biaya *overhead* pabrik yang berkaitan dengan produksi. Sedangkan, biaya periode merupakan biaya yang tidak dapat dialokasikan secara langsung dengan produk tertentu, melainkan berkaitan dengan periode akuntansi tertentu, contohnya seperti biaya penjualan dan biaya administratif.

e. Biaya tetap dan variabel

Biaya tetap merupakan biaya yang tetap dan tidak berubah meskipun volume produksi atau aktivitas berubah. Contohnya biaya tetap seperti sewa pabrik, gaji manajemen, dan asuransi tetap. Sedangkan, biaya variabel berubah sejalan dengan perubahan volume produksi atau tingkat aktivitas. Biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung umumnya dianggap sebagai biaya variabel. Dalam memahami perbedaan antara biaya tetap dan biaya variabel sangat krusial dalam analisis biaya-volume-laba serta dalam proses pengambilan keputusan.

B. Penentuan Harga Pokok Produksi

1. Definisi harga pokok produksi

Berdasarkan buku (Analisis Biaya Produksi dan Harga Pokok, 2024), menurut Kinney dan Rainborn bahwa harga pokok produksi merupakan total biaya produksi atas barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan dipindahkan ke dalam persediaan barang jadi dalam suatu periode tertentu²⁹.

²⁹ Sunarmi et al., *Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian* (Bali: CV Intelektual Manifest Media, 2024), 143.

Harga pokok produksi juga mencakup seluruh biaya yang telah dikeluarkan dalam proses produksi yang dapat mengubah bahan baku menjadi produk jadi, hal tersebut termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik³⁰.

2. Fungsi dan tujuan menghitung harga pokok produksi

Harga pokok produksi berperan untuk memberikan gambaran umum kepada manajemen mengenai total biaya produksi serta apakah biaya tersebut terlalu tinggi atau bahkan terlalu rendah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang biaya barang yang diproduksi, perusahaan dapat melakukan penyesuaian guna memaksimalkan profitabilitas secara keseluruhan. Di samping itu, pemahaman tentang cara perhitungan harga produksi juga memiliki sejumlah fungsi, yaitu³¹:

a. Menentukan harga jual produk

Memahami cara menghitung harga pokok produksi, perusahaan dapat menggunakannya untuk menetapkan harga jual produk. Perhitungan itu memungkinkan perusahaan merencanakan dan menyesuaikan strategi penetapan harga persediaannya.

b. Memantau realisasi biaya produksi

Memahami cara menghitung harga pokok produksi memungkinkan perusahaan untuk memberikan gambaran mengenai biaya produksi yang dikeluarkan dalam periode tertentu, termasuk menilai apakah biaya tersebut diproduksi terlalu tinggi atau tidak. Dengan pemahaman

³⁰ Ni Ketut Muliati et al., *Buku Ajar Akuntansi Biaya 2* (Jambi: PT. Sonpedia Publising Indonesia, 2024), 2.

³¹ Leny Suzan et al., *Akuntansi Biaya: Cara Cerdas Mengelola Keuangan Organisasi* (Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia, 2023), 84.

yang lebih mendalam tentang biaya barang yang diproduksi, perusahaan dapat melakukan berbagai penyesuaian guna mengoptimalkan profitabilitas secara menyeluruh.

c. Menghitung laba rugi periodik

Memahami cara menghitung harga pokok produksi yang berguna untuk menyusun rencana produksi dalam periode tertentu. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran pada periode tersebut mampu menghasilkan laba atau rugi. Informasi mengenai laba rugi bruto secara periodik ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi suatu produk dalam menutupi biaya nonproduksi serta dalam menghasilkan laba rugi.

d. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan dalam proses

Biaya produksi yang masih terkait dengan produk jadi tetapi belum terjual hingga pada tanggal neraca yang akan disajikan dalam laporan neraca sebagai nilai harga pokok persediaan produk dalam proses.

3. Metode Penentuan harga pokok produksi

Metode penentuan harga pokok produksi yaitu cara memperhitungkan komponen-komponen biaya produksi dalam menentukan harga pokok produksi. Metode pendekatan tersebut antara lain³² :

a. Metode *full costing*

Metode pendekatan *full costing* adalah metode yang menghitung seluruh komponen biaya produksi dalam menentukan harga pokok produksi, komponen biaya tersebut terdiri dari bahan baku, biaya

³² Chorry Sulistyowati, Elva Farihah, and Okta Sindhu Hartadinata, *Anggaran Perusahaan: Teori Dan Praktika*, ed. Nugroho Sasikirono (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 124-125.

tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel. Metode ini disebut dengan pendekatan tradisional (*conventional costing*) dimana biaya tersebut dikelompokkan berdasarkan fungsinya yaitu fungsi produksi, penjualan, dan administrasi. Metode ini biasanya dijadikan dasar untuk menyusun laba rugi yang dialokasikan bagi kalangan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, laporan laba rugi dengan penerapan metode ini harus memiliki sistematika yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode pendekatan *full costing* dapat ditulis sebagai berikut :

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

Harga Pokok Produksi

Rp xxx

b. Metode *variable costing*

Metode pendekatan *variable costing* adalah metode yang hanya memperhitungkan komponen biaya produksi yang bersifat variabel, untuk menghitung harga pokok produksi komponen biaya variabel terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* variabel. Sedangkan, biaya *overhead* pabrik bersifat tetap tidak dimasukkan ke dalam harga pokok produksi, melainkan diperhitungkan secara periodik bersamaan dengan biaya tetap non produksi lain. Metode ini juga disebut dengan pendekatan tradisional

(*contribution approach*) dimana biaya dikelompokkan berdasarkan sifatnya apakah bersifat variabel atau bersifat tetap. Metode ini umumnya dipakai sebagai acuan dalam menyusun laporan laba rugi yang ditetapkan bagi pihak internal perusahaan. Oleh karena itu, laporan laba rugi yang menggunakan metode ini tidak harus mengikuti prinsip-prinsip akuntansi. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode pendekatan *variable costing* ini dapat ditulis antara lain³³:

Biaya bahan baku	Rp xxx
------------------	--------

Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx
-----------------------------	--------

Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp xxx</u>
---------------------------------------	---------------

Harga Pokok Produksi

Rp xxx

Berdasarkan hal tersebut, maka penentuan harga pokok produksi akan dihitung dengan menggunakan metode *full costing*. Dalam menentukan harga pokok produksi, harus memahami hal-hal berikut ini³⁴:

1) Anggaran produksi

Anggaran produksi merupakan anggaran yang memberikan gambaran tentang rencana kuantitas produk yang akan diproduksi untuk memenuhi target penjualan selama periode anggaran.

2) Anggaran bahan baku

Anggaran bahan baku merupakan anggaran yang memberikan gambaran perencanaan tentang kebutuhan bahan baku untuk proses produksi selama periode anggaran.

³³ Sulistyowati, Farihah, and Sindhu Hartadinata, 126.

³⁴ Sulistyowati, Farihah, and Sindhu Hartadinata, 1-8.

3) Anggaran tenaga kerja

Anggaran tenaga kerja merupakan anggaran yang memberikan gambaran perencanaan tentang kebutuhan tenaga kerja untuk proses produksi selama periode anggaran.

4) Anggaran biaya *overhead* pabrik

Anggaran biaya *overhead* pabrik merupakan anggaran yang memberikan gambaran tentang perencanaan terkait semua biaya pabrik yang dikeluarkan perusahaan untuk keperluan produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

4. Unsur-unsur harga pokok produksi

Secara umum terdapat tiga jenis unsur yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi di dalam suatu perusahaan, antara lain³⁵:

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu biaya bahan baku langsung dan biaya bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung merupakan bahan yang dapat secara mudah dan akurat ditelusuri ke barang jadi. Sedangkan, bahan tidak langsung yaitu bahan pendukung untuk bahan baku.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja dalam proses produksi,

³⁵ Suzan et al., Akuntansi Biaya : Cara Cerdas Mengelola Keuangan Organisasi, 85.

yakni proses yang mengubah bahan baku atau bahan mentah menjadi produk jadi.

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan seluruh biaya produksi di luar biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

5. Metode pengumpulan harga pokok produksi

Metode pengumpulan harga pokok produksi diantaranya, sebagai berikut :

a. Metode harga pokok pesanan (*Job order cost method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk yang dilakukan untuk setiap pesanan tertentu. Biaya produksi per unit yang dihasilkan dalam memenuhi suatu pesanan yang dicatat dalam lembar biaya pesanan (*job cost sheet*). Besarnya biaya produksi per unit dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dengan jumlah satuan produk dalam pesanan tersebut³⁶.

b. Metode harga pokok proses (*Process Costing method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk yang dilakukan untuk setiap satuan waktu tertentu. Biaya produksi per unit dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dengan jumlah produk yang dihasilkan dalam periode waktu tersebut. Metode ini diterapkan pada perusahaan dengan proses produksi yang berlangsung secara terus menerus, sehingga perhitungan

³⁶ Rachmawati et al., Buku Ajar Akuntansi Biaya, 29.

harga pokok produksinya didasarkan pada waktu dan jumlah barang yang dihasilkan³⁷.

6. Pandangan Islam tentang produksi

Pada prinsip Islam, produksi lebih diutamakan memenuhi kebutuhan masyarakat luas, bukan hanya untuk segelintir orang yang memiliki uang dan daya beli yang lebih tinggi. sebab menurut Islam, produksi yang berlimpah dan berkembang baik secara kuantitas maupun kualitas tidak secara otomatis mencerminkan kesejahteraan bagi masyarakat³⁸.

Allah menciptakan alam semesta serta menjadikan manusia sebagai pemimpin (khalifah) di bumi, agar manusia dapat memanfaatkan dan mengelola segala sesuatu yang ada di bumi ini dengan sebaik-baiknya guna memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya melalui aktivitas perdagangan (produksi). Sebagaimana dalam firman Allah surat Al-Jatsiyah ayat 13 :

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمُوتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya : “Dia telah menundukkan (pula) untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-bener terdapat tanda-tanda (kebesaran) bagi kaum yang berpikir.

Dalam ayat lain juga dijelaskan bahwa manusia memiliki kewajiban untuk memakmurkan bumi sebagai bentuk ibadah kepada-Nya. Artinya, dalam aktivitas produksi, manusia tidak semata-mata hanya bertujuan untuk mencari keuntungan duniawi, tetapi yang lebih utama adalah

³⁷ Rachmawati et al, 29.

³⁸ Moh Nasuka, Pengantar Ekonomi Islam (Jepara: UNISNU Press, 2021), 52-53

memperoleh keuntungan di akhirat dengan cara beribadah dan berproduksi sesuai dengan ketentuan syariat islam. Sebagaimana dijelaskan di dalam firman Allah surat Al-An'am ayat 165 :

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَعَزِيزٌ رَّحِيمٌ

Artinya : “Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi dan dia meninggikan sebagian kamu beberapa derajat atas sebagian (yang lain) untuk menguji kamu atas apa yang diberikan-nya kepadamu. Sesungguhnya tuhanmu sangat cepat hukuman-nya. Sesungguhnya dia maha pengampun lagi maha penyayang.

C. Penetapan Harga Jual

1. Definisi harga jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang diperlukan untuk memperoleh suatu kombinasi barang atau jasa. Dalam menentukan harga, Perusahaan selalu berharap agar produknya tersebut laku terjual dan dapat memperoleh laba yang maksimal. Oleh karena itu, dari sudut pandangan perusahaan, penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan³⁹.

2. Metode penetapan harga jual

Menurut Tjiptono dalam Harahap (Michelle Gracella dan Sufiyati : 2024) bahwa ada beberapa metode yang mendasari penetapan harga jual suatu produk, antara lain ⁴⁰:

³⁹ Abdul Nasser Hasibuan and Rahmad Annam, Akuntansi Manajemen: Teori Dan Praktek (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), 109.

⁴⁰ Michelle Gracella and Sufiyati, “Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Biaya Produksi Dalam Bisnis Minuman Soda Fizzyfun,” *Jurnal Serina Abdimas* 2, no. 4 (2024): 1655–61, <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i4.33379>.

a. *Cost Based Pricing* (Penetapan harga jual berdasarkan biaya)

Pada metode ini, penetapan harga didasarkan pada pertimbangan biaya produksi, distribusi, serta penjualan. Metode tersebut dilakukan dengan 2 pendekatan yaitu *Markup Pricing* (menentukan harga jual dengan menambahkan nilai markup tertentu dari biaya produksi) serta *Cost Plus Pricing* (menentukan harga jual dengan menambahkan keuntungan yang diinginkan dari biaya produksi).

b. *Value Based Pricing* (Penetapan harga jual berdasarkan nilai)

Metode ini dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat nilai yang disarankan atas produk yang ditawarkan. Dalam menetapkan harga fokus utamanya adalah nilai produk yang diberikan kepada pelanggan, baik yang potensial maupun aktual. Hal ini berkaitan dengan pemahaman konsumen mengenai kebutuhan mereka terhadap suatu produk serta kesediaan mereka untuk membayar produk tersebut.

c. *Competitive Based Pricing* (Penetapan harga jual berdasarkan persaingan pasar)

Menetapkan harga jual menggunakan metode ini memerlukan sejumlah pengamatan terlebih dahulu terdapat data harga pesaing untuk produk yang ditawarkan. Metode ini dilaksanakan melalui 2 cara yaitu *Follow the Leader Pricing* (dengan menetapkan harga yang sama atau lebih rendah dibanding pesaing) ataupun dengan cara *Going Rate Pricing* (menetapkan harga jual yang sama dengan harga pesaing).

3. Faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual

Menurut Rangkuti (Rofiki Nor dan Abd Mufid:2025), penetapan harga jual yang tepat sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan perusahaan pada daya saing produk di pasar. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual, diantaranya yaitu ⁴¹:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi menjadi faktor utama dalam penetapan harga jual. Agar perusahaan tidak merugi, harga jual yang ditetapkan harus mencakup seluruh biaya produksi agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

b. Harga Pasar

Harga pasar merupakan harga yang berlaku di pasar untuk produk sejenis. Oleh karena itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan harga pasar tersebut agar tetap kompetitif.

c. Permintaan dan Penawaran

Besarnya permintaan dan penawaran produk di pasar turut menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual. Jika permintaan produk tinggi sementara penawaran terbatas, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketika penawaran produk melimpah sementara permintaan pasar rendah, perusahaan kemungkinan harus menurunkan harga jual.

⁴¹ Rofiki Nor et al., "Strategi Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi Di PT. Marinal Indoprima," *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (2025): 882–90, <https://doi.org/10.32806/ppsv4i1.865>.

d. Strategi Pasar

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan juga turut mempengaruhi cara perusahaan menetapkan harga jual. Sebagai contoh, perusahaan bisa memilih berbagai strategi pemasaran, seperti strategi penetrasi pasar (harga rendah) atau *skimming price* (harga tinggi).

4. Penetapan harga dalam Islam

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil adalah harga yang setara. Maksudnya, harga itu harus sebanding dengan nilai barang yang diperjualbelikan dan alat tukar yang diberikan harus sesuai dengan nilai barang yang dibeli, kemudian disertai dengan serah terima yang sah serta didasari oleh kerelaan kedua belah pihak. Dengan demikian, keadilan harga dapat terwujud. Dalam menetapkan harga Ibnu Taimiyah selalu merujuk pada Al-Qur'an sebagai sumber hukum utama⁴². Adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga yaitu surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا 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.

⁴² St. Fatima et al., "Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah," *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2023): 45–59, <https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i1.6698>.

Ayat ini mengandung beberapa kesimpulan, antara lain :

- a. Dasar harga yang halal dalam jual beli adalah saling meridhai antara penjual dan pembeli. Penipuan ataupun ketidakadilan adalah hal-hal yang diharamkan.
- b. Segala sesuatu yang ada didunia ini, termasuk aktivitas perniagaan dan hal-hal yang tersimpan didalamnya adalah sesuatu yang tidak kekal, maka hendaknya menjadikan orang-orang yang berakal untuk mempersiapkan diri untuk kehidupan diakhirat yang lebih baik dan kekal.
- c. Sebagian besar bentuk perniagaan termasuk dalam kategori memakan harta secara batil. Oleh karena itu, menetapkan batasan nilai suatu barang menjadikan harganya sesuai dengan ukurannya, berdasarkan keadilan merupakan sesuatu yang mustahil. Maka dari itu, harus berlaku toleransi dan saling meridhai dalam bertransaksi.

Ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT sangat melarang segala bentuk adanya kecurangan yang dapat merugikan kegiatan perniagaan. Hal ini sejalan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah, beliau sangat menentang diskriminasi harga antara pembeli atau penjual yang tidak mengetahui harga sebenarnya yang berlaku di pasar. Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa “seorang penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga diatas harga biasanya kepada masyarakat yang tidak menyadari harga pasar. Penjual harus menjual dagangan pada tingkat harga yang umum atau harga yang mendekatinya.” Seorang penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga tinggi kepada pembeli yang tidak mengetahui harga yang sedang berlaku di pasar. Ibnu Taimiyah juga melarang

pemerintah untuk ikut campur tangan dalam penetapan harga, selama harga yang ada di pasar berjalan secara alami sesuai kekuatan permintaan dan penawaran.