

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

1. Definisi Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi Akuntansi biaya merupakan sistem yang berfokus pada pengumpulan, pengolahan, dan pelaporan informasi keuangan dan nonkeuangan terkait pengeluaran serta pemanfaatan sumber daya organisasi. Fungsi pokok akuntansi biaya adalah menyediakan data biaya operasional yang diperlukan manajemen untuk mendukung proses pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam menentukan harga jual produk.¹ Selain itu, akuntansi biaya juga berperan dalam membantu manajemen dengan mengklasifikasikan biaya berdasarkan karakteristik tertentu sehingga informasi yang diperoleh relevan dengan kebutuhan manajerial.²

Pada awalnya, akuntansi biaya hanya difokuskan pada perhitungan nilai persediaan dan harga pokok penjualan yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan untuk memenuhi kebutuhan pihak eksternal. Informasi yang dihasilkan pada tahap tersebut masih terbatas pada pengukuran biaya produk. Namun, seiring dengan perkembangan dunia usaha dan meningkatnya persaingan

¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. (Yogyakarta:UPP STIM YKPN, 2015): 12

² Kholmi, *Akuntansi Manajemen*, vol. 2.

bisnis, peran akuntansi biaya mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Saat ini, akuntansi biaya tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan dan pelaporan biaya, tetapi juga sebagai sumber informasi yang membantu manajemen dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi biaya produksi. Selain itu, informasi akuntansi biaya dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki kualitas produk, serta mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih efektif. Dengan demikian, akuntansi biaya menjadi salah satu alat penting yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan usaha dan mempertahankan daya saing di tengah lingkungan bisnis yang terus berkembang.³

B. Konsep Biaya

1. Definisi Biaya

Konsep biaya pada dasarnya menggambarkan nilai tukar, pengeluaran, atau bentuk pengorbanan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh suatu manfaat, sesuai dengan definisi akuntansi. Dalam praktiknya, istilah biaya (*cost*) sering kali disamakan dengan beban (*expense*), padahal keduanya memiliki makna yang berbeda sehingga penting untuk dibedakan. Biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur menggunakan satuan uang dan dikeluarkan untuk memperoleh barang

³ Firdaus Ahmad Dunia dkk., *Akuntansi Biaya, Edisi 6* (Penerbit Salemba, 2025),

atau jasa yang manfaatnya dapat dirasakan sekarang maupun di masa yang akan datang. Artinya, biaya masih dikaitkan dengan aset atau manfaat yang belum sepenuhnya habis digunakan. Sementara itu, beban (*expense*) adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang terjadi karena biaya tersebut sudah digunakan dalam suatu periode untuk membantu menghasilkan pendapatan.⁴ Dengan kata lain, beban merupakan bagian dari biaya yang manfaatnya telah dikonsumsi dalam proses operasional perusahaan, sehingga secara langsung terkait dengan pendapatan pada periode berjalan.

2. Klasifikasi Biaya

Menurut Nurlela, klasifikasi biaya adalah proses mengelompokkan seluruh elemen biaya secara sistematis ke dalam kelompok-kelompok yang lebih sederhana dan terstruktur. Tujuannya adalah agar informasi biaya yang dihasilkan menjadi lebih ringkas, mudah dipahami, dan relevan untuk digunakan dalam analisis maupun pengambilan keputusan.⁵ Nurlela menjelaskan bahwa klasifikasi biaya secara umum dapat dilakukan berdasarkan beberapa aspek, seperti menurut fungsi, perilaku biaya, keterlibatan biaya dalam proses produksi, serta kaitannya dengan objek biaya tertentu. Diantaranya sebagai berikut:

⁴ Elna M. Pattinaja dkk., *Akuntansi Biaya* (CV. AZKA PUSTAKA, 2023)

⁵ Bustami Bastian dan Nurlela, *Akuntansi Biaya*, 5th ed. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).

a) Biaya terkait dengan produk

Biaya produk merupakan biaya yang secara langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan kegiatan produksi, terdapat beberapa komponen biaya yang harus diperhitungkan, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik. yang menunjang seluruh aktivitas produksi. Seluruh biaya tersebut dikapitalisasi ke dalam produk selama proses pengolahan dan baru diakui sebagai beban pada saat produk berhasil dijual kepada konsumen. Contoh biaya produk antara lain biaya perolehan bahan baku utama dan upah tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses pembuatan produk.

b) Biaya terkait dengan volume produksi

Biaya ini akan berubah-ubah sesuai dengan tingkat volume produksi yang dihasilkan perusahaan. Biaya yang dipengaruhi oleh volume produksi ini umumnya termasuk dalam kategori biaya variabel, seperti biaya pembelian bahan baku yang bertambah saat produksi meningkat, upah tenaga kerja langsung yang berkaitan dengan jumlah produk yang dibuat, serta biaya listrik yang digunakan untuk mengoperasikan mesin-mesin produksi.

c) Biaya terkait dengan departemen produksi

Biaya ini dialokasikan ke setiap departemen yang berperan dalam proses produksi, karena masing-masing departemen membutuhkan

sumber daya untuk menjalankan fungsinya.⁶ Setiap departemen biasanya memiliki jenis biaya sendiri, misalnya biaya tenaga kerja yang digunakan oleh karyawan di bagian tersebut atau biaya overhead yang diperlukan untuk mendukung aktivitas operasional sehari-hari.

d) Biaya terkait dengan periode waktu

Biaya ini berhubungan dengan periode atau waktu tertentu, bukan dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Biaya seperti ini wajib dicatat dan dibebankan pada periode saat biaya tersebut terjadi. Contoh biaya yang termasuk dalam kategori meliputi biaya administrasi, gaji pegawai, biaya sewa gedung yang tetap dibayarkan meskipun produksi naik atau turun, serta biaya operasional kantor lainnya yang terus berjalan tanpa bergantung pada aktivitas produksi.

e) Biaya terkait dengan pengambilan keputusan

Biaya tersebut digunakan sebagai dasar evaluasi bagi manajemen dalam menetapkan keputusan yang akan diambil. Berikut biaya yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, seperti biaya relevan, yaitu biaya yang akan berubah atau muncul sebagai akibat dari keputusan yang dipilih, biaya oportunitas, yaitu nilai atau manfaat yang dikorbankan karena tidak memilih alternatif lain, serta biaya

⁶ Nurholifah et al., "Peran Dan Fungsi Internal Control Biaya Tenaga Kerja Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi."

tidak relevan, yaitu biaya yang tidak terpengaruh oleh keputusan tertentu dan tidak perlu dipertimbangkan dalam menentukan pilihan terbaik.

3. Jenis Biaya

a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya Tetap adalah Biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran relevan tertentu.⁷ Besar kecilnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

Contoh sewa gedung, gaji karyawan.

b) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas dan volume produksi, sementara jumlah perunitnya tidak berubah. Contoh bahan baku, kemasan.

c) Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Biaya campuran adalah biaya dimana keduanya pada dasarnya diatur dan variabel. Biaya ini juga disebut biaya semi variabel. Biaya ini memiliki bagian yang tetap dalam komposisi, di samping bagian yang variabel. Fraksi biaya yang tetap adalah biaya yang harus keluar terlepas dari tingkat aktivitas. Contoh listrik, air, internet.

⁷ Basir and Hanafi, "Analisis Penentuan Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Dalam Meningkatkan Laba Pada Outlet The Coffee Bean & Tea Leaf Grand Indonesia Di Kota Makassar."

C. Harga Pokok Produksi

1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Menurut Bustami Bastian dan Nurlela, harga pokok produksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan proses produksi, yang mencakup biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik yang mendukung proses tersebut. Selain itu, perhitungan harga pokok produksi juga memperhitungkan persediaan produk dalam proses pada awal periode yang kemudian dikurangi dengan persediaan produk dalam proses pada akhir periode.⁸ Dengan kata lain, harga pokok produksi merupakan total biaya yang digunakan untuk memperoleh bahan, mengolahnya, dan menyelesaikan produk tersebut hingga siap dipasarkan, baik biaya yang timbul sebelum periode akuntansi berjalan maupun yang terjadi selama periode tersebut.

Menurut Hansen & Mowen, terdapat dua metode yang digunakan untuk melakukan perhitungan harga pokok produksi, yaitu:⁹

a) Perhitungan berdasarkan pesanan

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode berdasarkan pesanan (*job order costing*) digunakan ketika proses produksinya dilakukan sesuai permintaan atau pesanan dari pelanggan. Artinya, perusahaan hanya akan mulai memproduksi barang setelah ada

⁸ Bustami Bastian dan Nurlela, *Akuntansi Biaya*, 5th ed. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).

⁹ Hansen, D. R., & Mowen, M. M. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 9. (Jakarta: Salemba Empat, 2012)

pesanan yang masuk. Jumlah produk yang dibuat pun mengikuti jumlah yang diminta oleh konsumen, bukan diproduksi secara massal. langkah-langkah perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan (*job order costing*) adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Pokok Pesanan} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah satuan produk yang dipesan}}$$

Perhitungan di atas digunakan dengan menjumlahkan semua penggunaan biaya produksi sesuai dengan jumlah pesanan produk dalam suatu produksi.

b) Perhitungan berdasarkan produksi

Cara perhitungan harga pokok produksi dengan menjumlahkan seluruh kombinasi biaya-biaya sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	xxx
Total HPP	xxx

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi ialah biaya langsung maupun biaya tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang selama periode tertentu. Secara umum terdapat tiga komponen yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2. Komponen Harga Pokok Produksi

a) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku mencakup seluruh pengeluaran yang diperlukan untuk memperoleh material yang akan diproses menjadi barang dalam proses maupun barang jadi, serta dapat ditelusuri secara ekonomis ke objek biaya

b) Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang diberikan kepada pekerja yang secara langsung berperan dalam proses produksi, yaitu mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Biaya ini mencakup seluruh kompensasi bagi tenaga kerja manufaktur yang dapat diidentifikasi secara ekonomis terhadap objek biaya.

c) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik mencakup seluruh biaya manufaktur yang berhubungan dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri secara langsung ke barang dalam proses atau barang jadi dengan cara yang ekonomis. Contoh biaya ini meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung, bahan penolong, reparasi dan pemeliharaan mesin pabrik, pemeliharaan gedung pabrik, serta penyusutan mesin

D. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*)

Hansen dan Mowen menjelaskan bahwa *Job Order Costing* adalah metode penentuan biaya yang berfokus pada pengumpulan serta pembebanan biaya produksi ke setiap unit secara individual berdasarkan

masing-masing pesanan atau pekerjaan yang dikerjakan. Sistem ini menghimpun biaya-biaya seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead*, yang kemudian dialokasikan ke masing-masing pesanan.¹⁰ Dalam metode ini, biaya produksi total untuk pesanan tertentu dikumpulkan, dan biaya produksi perunit produk yang dibuat untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan membagi biaya produksi total untuk pesanan tersebut dengan unit produk yang sesuai.¹¹ Tujuan penggunaan harga pokok pesanan adalah agar perusahaan dapat menentukan harga pokok produk untuk setiap pesanan pelanggan, baik harga pokok secara keseluruhan maupun persatuan.

Menurut Mulyadi, syarat-syarat penggunaan metode *job order costing* sebagai berikut:

- a. Setiap pesanan atau pekerjaan harus memiliki identitas yang jelas agar dapat dibedakan dengan pesanan lainnya, sehingga perhitungan harga pokok untuk setiap pesanan dapat dilakukan secara terpisah dan lebih akurat.
- b. Dalam proses produksi, biaya perlu dipisahkan menjadi dua jenis utama, yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pembuatan produk, sedangkan biaya produksi tidak langsung mencakup seluruh biaya

¹⁰ Meutia and Ramadhani, “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Ban Vulkanisir Dengan Metode *Job Order Costing* Di CV Rapi Vulkanisir.”

¹¹ Hermanto, “Perhitungan Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*) Produk ‘Brkt Number Plate K56’ Pada Pt. Rachmat Perdana Adhimetal.”

tambahan yang mendukung kegiatan produksi yang tidak termasuk biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.

- c. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dicatat serta dialokasikan secara langsung kepada pesanan yang terkait karena biaya tersebut dapat diidentifikasi dengan jelas pada setiap pesanan. Sementara itu, biaya *overhead* pabrik yang bersifat tidak langsung tidak dapat ditelusuri secara langsung ke suatu pesanan tertentu, sehingga pembebanannya dilakukan menggunakan tarif *overhead* yang telah ditetapkan sebelumnya agar alokasi biaya dapat dilakukan secara konsisten dan proporsional.
- d. Penentuan harga pokok untuk setiap pesanan baru dapat dilakukan setelah proses produksi pesanan tersebut selesai, sehingga seluruh biaya yang muncul dapat dihitung secara lengkap.
- e. Untuk mengetahui harga pokok per unit produk, total biaya produksi yang dibebankan pada suatu pesanan dibagi dengan jumlah unit yang dihasilkan dalam pesanan tersebut. Dengan begitu, perusahaan dapat mengetahui biaya per unit secara lebih tepat dan terukur.

Job order costing merupakan sistem penentuan biaya yang digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang berdasarkan pesanan khusus dari pelanggan dalam suatu periode tertentu. Pada perusahaan yang memproduksi barang berdasarkan pesanan pelanggan, umumnya diterapkan kebijakan *cut off* untuk memastikan penyusunan laporan laba rugi dilakukan

secara lebih tepat. Penerapan kebijakan tersebut memungkinkan perusahaan mengidentifikasi pendapatan, biaya, serta harga pokok produksi yang menjadi hak setiap periode akuntansi secara jelas. Selain itu, perusahaan perlu melakukan pencatatan terhadap seluruh pesanan yang diterima, baik pesanan yang telah selesai diproduksi maupun yang masih berada dalam proses pengerjaan hingga akhir periode. Dengan demikian, informasi mengenai biaya produksi dan status penyelesaian pesanan dapat disajikan secara lengkap

E. Harga Jual Produk

1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah jumlah uang yang dibayarkan pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa dari penjual. Bisa juga diartikan sebagai nilai tukar yang diharapkan perusahaan agar sesuai dengan target keuntungan mereka. Dalam praktiknya, perusahaan sering menjadikan harga jual sebagai strategi untuk menarik minat pembeli dan menjaga loyalitas pelanggan.¹² Karena itu, penetapan harga jual perlu dilakukan dengan cermat agar perusahaan tetap bisa mencapai laba yang diinginkan.

Menurut Hansen dan Mowen, penetapan harga jual merupakan sejumlah nilai uang yang dibebankan oleh perusahaan kepada pembeli

¹² Tembesi Citra Neisia dkk., “Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6, no. 003 (2018),

atas barang atau jasa yang dijual atau diberikan.¹³ Sementara itu, Mulyadi menjelaskan bahwa harga jual adalah nilai yang ditetapkan untuk menutupi seluruh biaya produksi barang atau jasa, ditambah dengan keuntungan yang ingin diperoleh perusahaan.¹⁴

2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut kotler dan keller menyatakan bahwa tujuan penetapan harga jual, yaitu:¹⁵

a) Kelangsungan hidup

Perusahaan kadang menjadikan bertahan sebagai tujuan utama, terutama saat menghadapi kapasitas berlebih, persaingan yang ketat, atau perubahan selera konsumen. Untuk tetap beroperasi, perusahaan biasanya menurunkan harga asalkan masih bisa menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap. Namun, fokus bertahan hanya bersifat jangka pendek dalam jangka panjang perusahaan tetap harus berkembang.

b) Laba sekarang maksimum

Sebagian perusahaan menentukan harga yang ditetapkan untuk memperoleh laba dan arus kas yang maksimal serta memberikan

¹³ Bagas Promese Sandi Hanam, “Penerapan Harga Pokok Produksi Full Costing Guna Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing Pada Kelana Kopi” (PhD Thesis, Politeknik Harapan Bersama, 2024).

¹⁴ Nika Utami, “Penerapan Metode Cost Plus Pricing (Cpp) Dalam Penentuan Harga Jual Produk Pada Usaha Meubel (Studi Kasus Pada Ukm-Efgh Furnitur Interior Pacitan)” (PhD Thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2020).

¹⁵ Philip Kotler, & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 16. (Inggris: Peorsen Education, 2021)

pengembalian investasi yang menguntungkan. harga yang bisa menghasilkan laba, arus kas, atau tingkat pengembalian investasi tertinggi pada periode sekarang, dengan mempertimbangkan hubungan antara biaya dan permintaan.

c) Pendapatan sekarang maksimum

Ada juga perusahaan yang menargetkan pendapatan penjualan sebesar mungkin. Mereka percaya bahwa peningkatan pendapatan akan berdampak pada laba jangka panjang dan meningkatkan pangsa pasar.

d) Pertumbuhan penjualan maksimum

Beberapa perusahaan ingin meningkatkan jumlah unit penjualan. Mereka biasanya menetapkan harga rendah (strategi penetrasi pasar) karena percaya bahwa volume penjualan yang tinggi akan menurunkan biaya per unit dan meningkatkan laba jangka panjang.

e) *Skimming* pasar maksimum

Strategi tersebut diterapkan ketika terdapat segmen konsumen yang memiliki kesediaan membayar pada tingkat harga yang tinggi. Pada tahap awal, perusahaan menetapkan harga premium guna memperoleh margin keuntungan maksimum sebelum harga diturunkan secara bertahap. Pendekatan tersebut efektif digunakan apabila penetapan harga tinggi tidak memicu masuknya banyak pesaing serta mampu memperkuat persepsi produk sebagai barang berkelas.

f) Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan dapat menentukan posisi sebagai pemimpin pasar melalui keunggulan mutu produk. Dalam strategi ini, perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas superior dan menetapkan harga lebih tinggi dibandingkan kompetitor. Harapannya, kualitas yang lebih baik tersebut dapat menciptakan nilai tambah yang menghasilkan profit di atas rata-rata industri.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller, keputusan perusahaan dalam menetapkan harga dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, yaitu:¹⁶

a. Faktor internal

Faktor internal yang berperan dalam menentukan harga meliputi:

- 1) Tujuan perusahaan, yang menjadi arah utama dalam menetapkan kebijakan harga.
- 2) Strategi bauran pemasaran, yakni integrasi antara produk, promosi, distribusi, dan harga.
- 3) Biaya, sebagai dasar penentuan batas bawah harga yang dapat diterima
- 4) Pertimbangan organisasi, termasuk struktur, kewenangan, serta kebijakan internal terkait penetapan harga.

¹⁶ Philip Kotler, & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 16. (Inggris: Pearson Education, 2021)

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi:

- 1) Pasar dan permintaan
- 2) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
- 3) Keadaan perekonomian

Menurut Kamaruddin dalam buku Akuntansi Manajemen, terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi proses penetapan harga jual, yaitu:¹⁷

- 1) Target laba yang ingin dicapai
- 2) Karakteristik produk atau volume penjualan
- 3) Struktur biaya terkait produk
- 4) Faktor eksternal dari sisi konsumen.

4. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Swastha, metode penetapan harga jual berbasis biaya dalam bentuk paling sederhana dapat dijelaskan sebagai berikut:¹⁸

a) *Cost plus pricing method*

Dalam pendekatan cost plus pricing, harga jual dihitung berdasarkan total biaya produksi yang menjadi dasar perhitungan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang

¹⁷Kamaruddin, *Akuntansi Manajemen* Edisi 8. (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)

¹⁸ Swastha Basu, *Manajemen Penjualan*, 3rd ed. (Yogyakarta: BPFE, 2010): 154

digunakan. Perusahaan menambahkan margin keuntungan tertentu di atas total biaya tersebut. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + (\text{Persentase mark up} \times \text{Biaya total})$$

b) *Mark up pricing method*

Metode *mark-up pricing* umum diterapkan oleh pelaku perdagangan. Pada metode ini, pedagang menentukan harga jual dengan menambahkan persentase mark up pada harga beli per unit. Persentase tersebut berbeda-beda tergantung pada jenis barang yang dijual. Rumus perhitungannya yaitu:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$$

c) Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode tersebut, harga yang ditentukan oleh produsen menjadi acuan awal bagi perusahaan-perusahaan lain di sepanjang saluran distribusi. Dengan demikian, penetapan harga oleh produsen memiliki peranan strategis dalam menentukan harga akhir suatu produk. Umumnya, produsen menetapkan harga dengan berorientasi pada biaya. Prosesnya dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang diproduksi, kemudian menambahkan mark up sesuai kebijakan. Setiap produsen dapat menggunakan rumus yang dianggap paling tepat berdasarkan analisis terhadap produk masing-masing, mengingat setiap produk memiliki struktur dan pola biaya yang berbeda.

Harga yang tepat merupakan harga yang ditawarkan kepada konsumen dimana harga harus sesuai dengan kualitas barang atau produk yang ditawarkan dan karena harga tersebut konsumen merasa puas atas barang yang diterima dan tidak merasa dirugikan oleh produsen.¹⁹ Hal tersebut sesuai dengan syariat Islam mengenai perdagangan yang termuat dalam Q. S An-Nisa: 29 yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ 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.²⁰

5. Penetapan Harga Jual Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (*hijrah*) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (*muhtasib*). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat di hargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga.²¹ Pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Hal ini dijelaskan dalam hadist nabi sebagai berikut:

¹⁹ Ruliansah and Seno, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)."

²⁰ Agama, "Al-Qur'an Dan Terjemahannya."

²¹ Parman komarudin dan muhammad rirqi Hidayat, "Penetapan Harga Oleh Negara Dalam Perspektif Fikih," *AL-IQTISHADIIYAH: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2017): 4.

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Sesungguhnya Allah yang pantas menaikkan dan menurunkan harga, Dialah yang menahan dan melapangkan rezeki. Aku harap dapat berjumpa dengan Allah dan tidak ada seorang pun dari kalian yang menuntutku karena kezaliman pada darah dan harta.” (HR.Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Dalam pandangan Islam, Nabi Muhammad SAW tidak menetapkan harga secara langsung karena dapat merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Oleh sebab itu, mayoritas ulama fikih berpendapat bahwa penetapan harga (*al-tas'ir*) pada dasarnya tidak diperbolehkan. Imam Syafi'i dan Imam Ahmad bin Hanbal juga menolak campur tangan harga karena dapat menyulitkan masyarakat. Namun, Imam Malik dan Imam Abu Hanifah memperbolehkan penetapan harga dalam kondisi tertentu demi menjaga kemaslahatan dan mencegah kerugian bagi masyarakat.

Mekanisme penetapan harga dalam Islam didasarkan pada prinsip Maqashid al-Syariah yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan serta mencegah terjadinya kerusakan dalam kehidupan bermasyarakat.²² Apabila Rasulullah SAW pada saat itu secara langsung menetapkan harga, maka tindakan tersebut dapat bertentangan dengan mekanisme pasar yang berjalan secara alami. Namun, dalam kondisi tertentu, intervensi harga dapat dilakukan sebagai upaya untuk mencapai tujuan

²² Supriadi Muslimin, Zainab Zainab, and Wardah Jafar, “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam,” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2020): 7

Maqashid al-Syariah, terutama dalam menjaga kemaslahatan umum dan mengatasi berbagai bentuk distorsi pasar yang berpotensi menimbulkan ketidakadilan serta kerugian bagi masyarakat.

Dalam ekonomi Islam, harga ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran yang terjadi atas dasar kerelaan antara penjual dan pembeli. Harga terbentuk dari kemampuan penjual menyediakan barang serta kemampuan pembeli untuk membelinya. Namun, apabila terjadi kenaikan harga yang tidak wajar dan merugikan masyarakat, pemerintah dapat melakukan intervensi dengan menetapkan harga tertentu. Kebijakan ini bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat, mencegah penimbunan barang, dan menghindari praktik perdagangan yang tidak adil. Penerapan kebijakan tersebut pernah dilakukan pada masa Khalifah Umar bin Khattab untuk menjaga keadilan dan stabilitas pasar. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:²³

- a. Ar-Ridha adalah prinsip transaksi dalam Islam yang menekankan adanya kerelaan dari kedua belah pihak dalam setiap akad.
- b. Berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan atau monopoli. Monopoli setiap barang yang penahannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

²³ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: Kencana Prenamedia, 2014).

- c. Kejujuran, kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.
- d. Keterbukaan, secara keadilan pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Menurut Prof. Dr. wahbah Zuhaili mengatakan bahwa dalam melakukan jual beli kita tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan. Menurutnya maksimal $\frac{1}{5}$ dianalogikan dengan wasiat maksimal $\frac{1}{5}$. Dalam jual beli tidak boleh terlalu besar karena prinsip utama jual adalah saling tolong menolong.