



Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Metode Pendekatan Biaya (*Cost Oriented Approach*) Terhadap Produksi Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga

Amyra Zhahra Lubis^{1*}, Maidalena², Budi Harianto³

amzhalbis@gmail.com¹, maidalena@uinsu.ac.id², budiharianto@uinsu.ac.id³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara

Abstract

The purpose of this research is to determine the analysis of selling price determination using the Cost Approach Method for the production of canga chili sauce crackers in the city of Sibolga, and to find out what the Islamic economic concept of price determination is. This research method uses a case study research design using qualitative descriptive techniques. Data collection techniques using interviews with the owner of the canga chili cracker company in Sibolga City. The data source is based on primary data, namely direct observation and interviews with the canga chili cracker business in Sibolga City. The results of the research show that the cost-oriented approach used to determine the selling price of Sibolga City sambal canga crackers produces a price that is significantly different from that set by the business. When a business uses the Cost Oriented Approach method, it bases the selling price of the product on the selling price of its competitors and with this method includes all capital calculations.

Keywords: Selling Price, Cost Approach, Cost Oriented Approach

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis penetapan harga jual dengan Metode Pendekatan Biaya terhadap produksi kerupuk sambal canga kota Sibolga, Serta ingin mengetahui bagaimana konsep ekonomi Islam tentang penetapan harga. Metode penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dengan pemilik perusahaan kerupuk sambal canga Kota Sibolga. Sumber data berdasarkan data primer yaitu observasi dan wawancara langsung ke usaha kerupuk sambal canga Kota Sibolga. Hasil penelitian menunjukkan, metode pendekatan berorientasi biaya yang digunakan untuk menentukan harga jual kerupuk sambal canga Kota Sibolga menghasilkan harga yang berbeda secara signifikan dari yang sudah ditetapkan oleh bisnis tersebut. Ketika sebuah bisnis menggunakan metode *Cost Oriented Approach*, maka ia mendasarkan harga jual produk tersebut pada harga jual pesaingnya dan dengan metode ini memasukan semua perhitungan dari modal. Bisnis tersebut memilih pesaing dengan harga jual terendah, dengan mempertimbangkan bahwa jika harga jual wajar, penjualan akan lebih tinggi dan jumlah pelanggan akan meningkat.

Kata Kunci: Harga Jual, Pendekatan Biaya, *Cost Oriented Approach*

Pendahuluan

Karena persaingan yang ketat di sektor industri, para pelaku usaha harus lebih efisien dalam memperkirakan biaya produksi, karena harga pokok produksi menjadi dasar dalam menentukan harga jual barangnya. Para pelaku usaha akan memperoleh laba produksi yang sesuai jika mampu menghitung biaya produksi secara akurat. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha untuk mengetahui biaya produksi secara tepat adalah dengan melakukan pengendalian biaya produksi secara akurat dan tepat (Jusriadi, 2020).

Dalam menjalankan kegiatan produksi, pelaku usaha menetapkan harga pokok produksi yang selanjutnya akan dijadikan sebagai tolok ukur penjualan barang hasil produksi perusahaan. Biaya produksi bulanan dan tahunan dikaitkan dengan periode waktu tertentu. Baik pada proses awal maupun akhir, biaya produksi akan sama jika tidak ada persediaan barang (Triyana, 2021).

Biaya produksi barang adalah jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli barang yang akan diproses hingga selesai, baik sebelum atau selama tahun fiskal yang bersangkutan. Semua biaya ini berkaitan dengan stok. Biaya persediaan adalah semua biaya pembuatan produk yang dimasukkan sebagai aset pada neraca saat terjadi dan diubah menjadi biaya produksi barang saat produk tersebut dijual. Biaya produksi barang mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang yang dijual. (Maidalena, 2023).

Salah satu pilihan bagi orang yang ingin memulai bisnis sendiri adalah *Home industry*. Lokasi produksi dapat dilakukan dari rumah, selain modalnya relatif kecil. Orang yang sekarang memiliki pekerjaan tetap dapat memulai bisnis ini sebagai pekerjaan sampingan. Namun, hal itu tidak menghalangi seseorang untuk menjadikan bisnis ini sebagai pekerjaan penuh waktu. Selain memberikan keuntungan bagi individu, bisnis ini juga dapat menjadi pintu bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan (Pradesyah, 2024).

Home industry Bisnis rumahan termasuk dalam kategori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UMKM didefinisikan oleh Rudjito (2019) sebagai perusahaan yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah perusahaan maupun penyerapan tenaga kerja. Semakin berkembangnya UMKM dan semakin kompetitifnya pasar, maka UMKM harus semakin efektif dan efisien dalam menjalankan operasi produksinya untuk memastikan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi. Selain itu, UMKM perlu menawarkan barangnya dengan harga yang wajar agar dapat bersaing di pasar (Nurmalia, 2021). Biaya adalah sejumlah uang dan ruang yang telah atau mungkin dikorbankan untuk mencapai tujuan tertentu.

Tujuan dari alokasi biaya yang akurat adalah untuk membebaskan dan menilai biaya sumber daya yang akan digunakan setepat mungkin. Secara umum, harga jual produk atau jasa harus cukup untuk membayar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menciptakannya dan memperoleh laba yang diinginkan. Produk dan jasa akan menjadi kurang kompetitif di pasar jika harga jualnya terlalu tinggi. Sementara itu, perusahaan itu sendiri tidak akan menghasilkan uang jika harga jualnya terlalu rendah (Nurbaiti, 2023). Elemen dasar yang krusial yang membantu menentukan harga jual barang serta biaya persediaan barang jadi dan barang dalam proses yang akan ditunjukkan pada neraca adalah biaya produksi.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sering kali salah dalam menentukan harga jual barangnya. Hal ini terjadi karena UMKM kurang cermat dalam memperkirakan biaya produksi suatu barang, sehingga harga yang ditetapkan terlalu rendah atau terlalu tinggi. Hal ini akan mengakibatkan selisih antara laba yang diperoleh dengan laba yang diprediksi (Budi Harianto, 2022). Salah satu hal utama yang memengaruhi harga pokok penjualan adalah biaya produksinya. Untuk menetapkan harga jual yang tepat, usaha mikro kecil dan menengah dapat menggunakan pendekatan biaya variabel atau *Cost Oriented Approach* untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang biaya produksi produknya (Putri, 2019).

Cost Oriented Approach dalam menghitung harga pokok produk memperhitungkan semua biaya produksi, termasuk biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap. Namun, *variable costing* merupakan suatu teknik yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel, seperti biaya tenaga kerja langsung, bahan baku langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel, ketika menghitung biaya suatu produk (Alfian, 2020).

Pendekatan *Cost Oriented Approach* menurut Mulyadi (2019) merupakan suatu cara menghitung harga pokok produksi yang meliputi biaya tenaga kerja langsung, bahan baku, dan overhead pabrik, baik yang tetap maupun yang variabel. *Cost Oriented Approach* menyatakan bahwa komponen-komponen biaya produksi membentuk indikator-indikator. Karena membagi biaya menjadi overhead tetap dan variabel, teknik ini memberikan gambaran yang sangat menyeluruh tentang jumlah biaya *overhead* pabrik (BOP).

Menganalisis pendapatan dan biaya penjualan yang dikeluarkan untuk menghasilkan laba yang diharapkan merupakan strategi yang cerdas untuk mengembangkan perusahaan. Penjualan produk akan meningkat seiring dengan pendapatan. Perhatian lebih harus diberikan karena kuantitas dan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan berdampak pada pertumbuhan penjualan. Harga jual kerupuk

sambal canga Kota Sibolga terlalu murah, yang menyebabkan laba sedikit dan tidak sejalan dengan tujuan. Oleh karena itu, pendekatan harga pokok plus akan digunakan untuk menentukan harga yang tepat untuk kerupuk sambal canga Kota Sibolga untuk memastikan bahwa margin laba memenuhi tujuannya.

Biaya produksi pada industri rumahan Kerupuk Sambal Canga ditentukan baik secara tradisional maupun oleh pemilik perusahaan. Beban instrumen pendukung tambahan dalam proses produksi tidak termasuk dalam pendekatan yang digunakan oleh pemilik bisnis ini untuk menghitung biaya produksi; sebaliknya, ia hanya mempertimbangkan bahan-bahan harian yang digunakan untuk memproduksi produk. Oleh karena itu, laba yang diperoleh tidak cukup untuk menutupi biaya-biaya lain yang tidak terhitung.

Tabel 1. Daftar Harga Kerupuk Sambal Canga

Jenis Kerupuk	Harga Pokok Produk Per Bungkus
Kerupuk Sambal 200 gram	Rp.12.000
Kerupuk Sambal 250 gram	Rp.15.000
Kerupuk Sambal 500 gram	Rp.30.000
Kerupuk Sambal 1000 gram	Rp.60.000

Dari tabel di atas, terlihat bahwa Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga memiliki biaya produksi rumahan yang paling rendah. Dalam hal ini, penulis akan membantu mencari tahu biaya produksi yang tepat berdasarkan teori yang berlaku saat ini, yaitu metode *Cost-Oriented Approach*. Hal ini dikarenakan metode *Cost-Oriented Approach* akan menunjukkan secara jelas semua unsur biaya yang digunakan dalam proses produksi. Dengan metode *Cost-Oriented Approach* ini, seharusnya dapat diketahui biaya produksi yang tepat sehingga usaha rumahan dapat menentukan harga jual yang tepat sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal(Sihotang, 2020).

Pemilik menjalankan usaha rumahan ini dengan bantuan kedua anaknya dan seorang pembantu. Pada wawancara pertama, pemilik memberikan gambaran singkat mengenai latar belakang usahanya dari awal hingga saat ini. Ia juga bercerita tentang bahan baku dan hal-hal lain yang digunakan untuk membuat kerupuk gandum.

Cara perusahaan menentukan dan menganalisis harganya dapat memberi tahu kita banyak hal tentang seberapa baik kinerjanya di masa mendatang. Pada dasarnya, permasalahan yang sering terjadi dalam suatu usaha adalah biaya yang direncanakan tidak sesuai dengan yang terjadi (realisasi biaya). Tujuan utama dari analisis biaya produksi adalah untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk dan berapa harga jualnya. Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Susi Suzana pada tahun 2021 dengan judul "Analisis Penetapan Biaya Produksi dan Tarif Iklan pada Lembaga Usaha di Banjarmasin". Untuk mengetahui berapa biaya iklan radio yang seharusnya dikeluarkan oleh suatu usaha, peneliti menggunakan metode full costing untuk mengetahui biaya produksinya. Metode ini memperhitungkan semua biaya yang terlibat, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variabel dan biaya tetap.

Mengetahui harga jual sangatlah penting karena itulah pentingnya mengetahui harga pokok produksi, yaitu untuk mengetahui harga jual. Jika menyangkut pasar, harga yang terlalu tinggi akan membuat produk tersebut kalah bersaing, dan jika menyangkut harga yang terlalu rendah, baik perorangan maupun perusahaan tidak akan diuntungkan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode Pendekatan Biaya (*Cost Oriented Approach*) pada Produksi Kerupuk Sambal Canga di Kota Sibolga".

Kajian Teoritis

Dalam kajian akademis ini akan dibahas beberapa subjudul yang terkait dengan Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode Pendekatan Biaya (*Cost Oriented Approach*) pada Produksi Kerupuk Sambal Canga. Berikut adalah beberapa subjudulnya:

a. Biaya

Biaya merupakan bagian yang sangat penting dalam menjalankan bisnis dan memastikan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan. Tujuan tersebut dapat dicapai jika perusahaan yang bersangkutan secara akurat memperkirakan biaya yang timbul akibat pengorbanan. Jika kita berbicara tentang biaya dalam arti luas, Biaya adalah sumber daya ekonomi yang telah atau akan dikorbankan untuk tujuan tertentu (Arif, 2019).

Dalam manajemen, harga dikelompokkan berdasarkan sejumlah faktor. Secara umum, cara pengelompokan biaya bergantung pada apa yang seharusnya dilakukan oleh

biaya yang digolongkan tersebut (Jusriadi, 2020) ada lima cara untuk mengkategorikan biaya:

1. Pengelompokan biaya berdasarkan pengeluarannya.
2. Pengelompokan harga berdasarkan pekerjaan utama perusahaan
3. Mengelompokkan biaya berdasarkan keterkaitannya dengan sesuatu yang dibayar.
4. Mengelompokkan harga berdasarkan perubahannya ketika jumlah pekerjaan berubah.
5. Mengelompokkan biaya berdasarkan waktu terbayarnya biaya.

b. Harga Pokok Produksi

Karena perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan, jasa, dan manufaktur, maka sangat penting untuk mengetahui harga pokok penjualan. Jadi, harga pokok penjualan harus ditetapkan dengan benar dan logis. Artinya, harga yang ditetapkan sebagai harga pokok penjualan harus masuk akal, atau bagian-bagian harga pokok penjualan harus ditempatkan pada tempatnya berdasarkan fungsinya. "Harga pokok penjualan adalah cara untuk memasukkan faktor-faktor biaya ke dalam harga pokok penjualan" (Lubis, 2020). Biaya barang yang dijual terdiri dari tiga bagian: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

c. Harga Jual

Harga jual sekumpulan barang atau jasa adalah jumlah uang atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkannya. Ketika bisnis menetapkan harga barang mereka, mereka selalu ingin barang tersebut terjual sebanyak mungkin sehingga mereka dapat menghasilkan uang sebanyak mungkin. Oleh karena itu, perusahaan mengatakan bahwa menetapkan harga adalah pilihan atau rencana yang membantu mereka mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. "Jumlah uang yang dibebankan bisnis kepada pembeli atau pelanggan untuk barang atau jasa yang disediakan"(Maronrong, 2019)."

Menurut (Imsar et al., 2023). harga jual biasanya ditetapkan dengan mempertimbangkan hal-hal seperti biaya produksi, ekonomi, volatilitas permintaan, penawaran dan permintaan, persaingan, aturan pemerintah, tujuan perusahaan, dan banyak lagi. Perusahaan menggunakan proses enam langkah untuk memutuskan berapa harga yang akan dikenakan untuk suatu produk:

1. Perusahaan menuliskan dengan cermat tujuan pemasarannya, seperti untuk tetap menjalankan bisnis, menghasilkan lebih banyak uang, mendapatkan pangsa pasar, atau meningkatkan kualitas produk.
2. Pada langkah kedua, perusahaan menentukan kurva permintaan, yang menampilkan kisaran tingkat penjualan produk untuk titik harga yang berbeda. Perusahaan dapat mengenakan biaya lebih tinggi jika permintaan tidak terlalu fleksibel.
3. Perusahaan berpikir bahwa biaya akan berubah pada berbagai tahap produksi.
4. Ketika perusahaan menetapkan harganya sendiri, perusahaan akan melihat harga pesaingnya.
5. Perusahaan memilih salah satu cara untuk menetapkan harga.
6. Perusahaan menetapkan harga akhir, mengatakannya dengan cara yang lebih meyakinkan orang, lalu memeriksa ulang untuk memastikan bahwa harga tersebut mengikuti kebijakan harga perusahaan dan disetujui pemerintah, pesaing, dealer, dan tenaga penjualan.

d. Pendekatan biaya (*Cost Oriented Approach*)

Metode biaya menyatakan bahwa harga harus ditetapkan dengan memperkirakan berapa biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh laba yang diinginkan. Baik dengan *markup pricing* dan *break even analysis* (Muhayatsyah, 2019). Penetapan harga yang berorientasi pada biaya memperhitungkan semua biaya yang muncul saat membuat, menjual, dan mendistribusikan suatu produk. Dengan metode ini, harga ditetapkan dengan melihat hal-hal seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya. Perusahaan dapat menetapkan harga yang menutupi biaya mereka dan memberi mereka margin laba yang mereka inginkan jika mereka benar-benar memahami cara kerja biaya produksi.

Pilihan penetapan harga yang berorientasi pada biaya memerlukan pemeriksaan menyeluruh terhadap struktur biaya serta evaluasi variabel atau indikasi seperti aktivitas pesaing dan permintaan pasar. Pada dasarnya, penetapan harga yang berorientasi pada biaya memberi bisnis landasan yang kuat untuk mendasarkan keputusan harga yang logis dan terukur. (Sunarji, 2019).

Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini bersifat kualitatif, artinya menghasilkan data deskriptif komparatif dari kata-kata tertulis atau lisan masyarakat serta perilaku yang diamati. Penelitian ini dilakukan di Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga untuk mengumpulkan

data. Penelitian ini dimulai pada bulan Juni 2024 dan telah selesai. Observasi, dokumentasi, dan wawancara merupakan beberapa teknik pengumpulan data. Data, di sisi lain, merupakan fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi rumusan masalah atau memecahkan kesulitan.

Berdasarkan asal-usulnya, jenis data penelitian dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu: Data primer, yang dikumpulkan dari pengamatan langsung dan diskusi dengan pengusaha bisnis rumahan yang memahami perhitungan biaya produksi. Pihak-pihak yang berkepentingan dengan bisnis tersebut diwawancarai. Data Sekunder: Catatan pemilik bisnis tentang informasi data biaya produksi dan data lainnya merupakan sumber data sekunder yang digunakan oleh akademisi. Pengujian kualitas data dilakukan setelah semua data terkumpul. Untuk memastikan data tersebut andal atau dapat dipercaya, pengujian kualitas data sangat membantu, sementara menerapkan Metode Triangulasi untuk memverifikasi kredibilitas data.

Pendekatan analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan dari Kerupuk Sambal Canga di Kota Sibolga berdasarkan hasil observasi. Penetapan Harga Pokok Plus akan digunakan untuk menetapkan harga jual dengan menggunakan teknik biaya. Rumus atau ide yang berasal dari teknik Pendekatan Berorientasi Biaya dan variabel Pendekatan Berorientasi akan digunakan untuk menunjukkan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

- 1) Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Cost Oriented Approach* adalah sebagaiberikut:

Tabel 2. Rumus Harga pokok produksi menurut pendekatan *Cost Oriented Approach*

Biaya Bahan Baku	Rp.xxx
Biaya Tenaga Kerja	Rp.xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp.xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>Rp.xxx +</u>

- 2) Harga pokok produksi menurut pendekatan *Variable Cost Oriented Approach*:

Tabel 3. Rumus Harga pokok produksi menurut pendekatan *Variable Cost Oriented Approach*

Biaya Bahan Baku	Rp.xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp.xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>Rp.xxx +</u>

3) Perhitungan Penetapan Harga Jual

Jika Anda menggunakan Metode Penetapan Harga Biaya Plus untuk menentukan harga jual, Anda akan memulainya dengan hasil Metode Pendekatan Berorientasi Biaya HPP. Jika Anda menggunakan metode biaya plus untuk menetapkan harga, Anda harus memikirkan semua biaya, termasuk biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang dan biaya yang tidak dikeluarkan. Ini akan memberi Anda total biaya. Berikut cara menghitung total biaya:

$$\text{Biaya total} = \text{biaya produksi} + \text{biaya non produksi}$$

Selanjutnya, harga jual ditemukan menggunakan Pendekatan Berorientasi dan metode penetapan harga biaya plus. Hal ini dilakukan dengan menjumlahkan total biaya yang diharapkan ditambah markup (%) dan kemudian membagi angka tersebut dengan jumlah produksi. Jadi begini cara menghitungnya: Jika Anda menggunakan metode Biaya Plus untuk menetapkan harga, Anda harus memikirkan semua biaya, termasuk biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang dan biaya yang tidak dikeluarkan. Untuk mengetahui total biaya:

$$\text{Biaya total} = \text{biaya produksi} + \text{biaya non-produksi}$$

Hasil Penelitian

Ini adalah hasil penelitian yang telah ditemukan dan diteliti. Setelah itu, hasil penelitian tersebut diteliti untuk menemukan solusi dan melihat apakah ada hubungan antara keduanya.

Sejarah Singkat Usaha Kerupuk Sambal Canga

Kota Sibolga merupakan salah satu tempat yang sektor kulinernya mampu berkembang dan maju pesat. Hal ini dikarenakan Kota Sibolga memiliki berbagai macam kuliner yang dapat dijual di restoran. Saat ini, memasak bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan biologis, tetapi telah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat dari segala usia. Baik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun usaha menengah tertarik pada sektor makanan karena permintaan dan minat yang tinggi dari para calon pengusaha yang sudah berpengalaman.

Salah satu alasannya adalah perusahaan di sektor industri kuliner dapat meraup keuntungan yang signifikan dengan investasi awal yang kecil. Perusahaan keripik cabai

unik ini, yang merupakan kenang-kenangan tradisional Sibolga, telah beroperasi selama beberapa tahun. Perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga yang awalnya membuat keripik cabai sendiri sebelum mempekerjakan lima orang pekerja. Keripik cabai unik ini telah populer baik di Indonesia maupun di tempat lain. Setiap tahun, penjualan terus meningkat, mencapai puncaknya pada hari libur seperti Idul Fitri dan Tahun Baru. Setidaknya 1.200 kg singkong digunakan setiap hari untuk membuat keripik sambal, yaitu kerupuk renyah yang diberi bumbu sambal pedas manis dan ikan teri Sibolga sebagai bahan utamanya. Pada masa pandemi 2019–2020 sempat mengalami penurunan, namun pada tahun 2021 mulai kembali stabil.

Sejak banyaknya orang yang mulai menjiplak produk keripik sambal spesial dan oleh-oleh khas Sibolga, persaingan pun terjadi selama lima tahun terakhir. Hal ini menimbulkan masalah bagi pelaku usaha keripik sambal spesial dan oleh-oleh khas Sibolga, karena kehadiran pedagang lain akan mengurangi produksi mereka.

Total Penjualan

Jenis dan jumlah produk Kerupuk Sambal Canga tahun 2023 dengan total penjualan Rp54.210.000,- antara lain: (1) Kerupuk sambal 1 kg sebanyak 663 bungkus dengan penjualan Rp33.780.000,-; (2) kerupuk sambal ½ kg sebanyak 358 bungkus dengan nilai penjualan Rp 13.860.000,-; dan (3) kerupuk sambal 250 gr sebanyak 438 bungkus dengan nilai penjualan Rp 6.570.000,-. Bahan baku spesifik yang digunakan adalah singkong, cabai rawit, gula pasir, cuka, dan garam beryodium.

Perhitungan Harga Pokok Produksi

Tabel 4. Perhitungan Harga Produksi berdasarkan perhitungan untuk Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga Tahun 2023

Harga Pokok Produksi	Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead pabrik
Jumlah	Rp 13.472.000 + Rp 24.000.000 + Rp 2.450.000,- = Rp 39.922.000,-.

Menghitung Harga Pokok Produksi Kerupuk Sambal Canga dengan Metode *Cost Oriented Approach*

Berikut perhitungan harga pokok produksi Kerupuk Sambal Canga dengan *Metode Cost Oriented Approach*, sebagai berikut:

Tabel 5. Perhitungan Harga Produksi dengan Metode *Cost Oriented Approach* Pada Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga Tahun 2023

Harga Pokok Produksi	Biaya bahan baku + Biaya Tenaga kerja langsung + Biaya overhead pabrik tetap + Biaya overhead pabrik variabel
Metode <i>Cost Oriented Approach</i>	Rp 13.472.000 + Rp 24.000.000 + Rp 2.450.000,- + Rp 1.320.0000 = Rp 41.242.000,- .

Perhitungan Harga Jual dengan Metode *Cost Oriented Approach*

Seluruh biaya produksi Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga tahun 2023 dihitung sebagai berikut: penjumlahan biaya produksi dan nonproduksi.

1. Biaya produksi

Diketahui bahwa biaya produksi Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga pada tahun 2023 adalah sebesar Rp41.242.000,-.

2. Biaya Non Produksi

Pembuatan Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga tahun 2023 mengeluarkan biaya nonproduksi sebesar Rp1.400.000. Biaya ini dihitung dengan menjumlahkan biaya oli dan reparasi kendaraan, yaitu: Rp1.000.000 + Rp400.000 = Rp1.400.000,00;

3. Total Biaya

Seluruh biaya produksi Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga tahun 2023, baik biaya produksi maupun biaya nonproduksi, adalah sebesar Rp42.642.000,-

Menggunakan Metode *Cost Oriented Approach* untuk Menentukan Harga Jual Produksi Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga. Biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead variabel adalah sebagai berikut:

$\text{Rp } 13.472.000 + \text{Rp } 24.000.000 + \text{Rp } 2.450.000,- + \text{Rp } 1.320.0000 = \text{Rp } 41.242.000,-.$

Harga pokok per unit adalah Rp 41.242.000, 00,-dibagi 563 bungkus kerupuk ukuran 1 kg = Rp 73.253,00-

Perbandingan Harga Jual antara Pendekatan Biaya (*Cost Oriented Approach*) dengan Penentuan Harga Jual Diawal

Terdapat selisih harga antara harga jual perusahaan dengan harga jual yang ditetapkan dengan pendekatan *Cost Oriented Approach*. Produk yang ditetapkan Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga memiliki harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan dengan pendekatan *Cost Oriented Approach*.

Hasil pengamatan penulis menunjukkan bahwa konsumen sering menginginkan produk yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga memiliki dua pilihan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar dengan situasi kemampuan pasar ini, yaitu menaikkan harga sedikit atau tetap sama. Alasan kenaikan harga yang dimaksud adalah Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga mengalami sedikit kerugian pada setiap transaksi setelah dilakukan perhitungan.

Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga menargetkan perolehan laba sebesar 15% dari harga jual setiap unit atau sekitar Rp 60.000 untuk setiap unit produk yang dibuat dengan biaya produksi sebesar Rp 51.000. Pelanggan memiliki pilihan untuk memilih barang lain selain Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga karena harga produk pesaingnya hampir sama dengan harga jualnya sendiri berkat harga jual ini.

Harga jual yang ditetapkan oleh penelitian penulis dengan menggunakan pendekatan *Cost Oriented Approach* untuk Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga berbeda secara signifikan dengan harga jual yang digunakan perusahaan saat ini. Meskipun harga jual sebesar Rp 73.253 yang diproduksi oleh perusahaan dengan metode *Cost Oriented Approach* tampak lebih mahal dari harga sebelumnya, pemilik usaha sudah dapat menutupi semua belanja modal awal dengan harga tersebut dan menaikkan harga sedikit lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Tentu saja, sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang produksi, Anda ingin meningkatkan profitabilitas perusahaan Anda. Hal ini dapat dicapai dengan menjaga proses produksi tetap berkelanjutan, mengawasi semua biaya, dan mendanai output perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari hasil penjualan.

Penjualan akan lebih tinggi dan akan ada lebih banyak pelanggan jika perusahaan mendasarkan harga jual produk pada pendekatan *Cost Oriented Approach*, di mana perusahaan memilih pesaing dan memperhitungkan harga jual tertinggi mereka. Agar barang terus laku, harga ditetapkan dengan tujuan menghasilkan laba, memperhitungkan laba, dan menarik klien setia. Dalam industri pemasaran, kinerja keseluruhan perusahaan sangat dipengaruhi oleh penetapan harga dan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran

pada dasarnya adalah rencana terperinci untuk mendapatkan pangsa pasar dalam menghadapi persaingan.

Penggunaan teknik perhitungan *Cost Oriented Approach* untuk menetapkan harga jual memiliki manfaat sebagai berikut: pertama, memudahkan penghitungan harga jual produk per bungkus. Kedua, kenaikan harga untuk biaya produksi dan nonproduksi tidak dikaitkan dengan kenaikan harga jual. Ketiga, jika pesaing menetapkan harga mereka menggunakan proses dan biaya yang sama, stabilitas harga dapat dicapai. Untuk mencapai margin laba yang ditargetkan, bisnis harus menggunakan strategi ini dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan.

Akibat dari pedagang yang tidak menetapkan harga adalah mereka secara alami akan kehilangan salah satu komponen utama perdagangan, yaitu loyalitas pembeli/pelanggan, kata pedagang tersebut. Karena mereka tertarik dengan strategi yang kita gunakan, pesaing juga menjadi sasaran penerapan harga ini. Dengan adanya perbedaan harga, bukan tidak mungkin mereka menjadi pesaing, mitra bisnis, atau penyedia modal tambahan untuk membantu perusahaan tumbuh.

Pangsa pasar menurun ketika ada kelebihan kapasitas barang, atau sebaliknya. Hal terpenting yang dapat diambil adalah bahwa pedagang perlu lebih menyadari omzet komoditas dan keseimbangan harga di pasar. Karena kondisi pendapatan pedagang saat ini lebih rendah, yang secara alami menurunkan pembelian produk, para pedagang berusaha mempertahankan perusahaan mereka dengan mengurangi jumlah barang. Mereka juga melakukan ini untuk mengantisipasi kerugian yang berlebihan, seperti yang diklaim para pedagang. Dalam konsep ekonomi Islam, yang didasarkan pada sejumlah pendapat ilmuwan Muslim tentang harga dari perspektif Islam, Ibnu Taimiyah menyoroti bahwa fluktuasi harga dapat disebabkan oleh penurunan pasokan karena inefisiensi produksi atau penurunan jumlah barang yang diminta. Akibatnya, jika permintaan barang meningkat sementara pasokan turun, harga barang akan naik, dan sebaliknya. Kelangkaan dan kelimpahan barang dapat disebabkan oleh tindakan yang adil atau tidak adil.

Berbeda dengan harga yang adil, gagasan penetapan harga yang adil didasarkan pada gagasan harga yang sama, yang menunjukkan perspektif yang lebih canggih dalam teori harga. Karena hanya bergantung pada biaya produksi, gagasan penetapan harga yang adil secara eksklusif mempertimbangkan harga dari sudut pandang produsen. Karena pelanggan juga memiliki pendapat mereka sendiri tentang harga suatu barang,

jasas bahwa gagasan ini tidak memberikan rasa keadilan jika dilihat dalam konteks yang lebih luas. Dalam keadaan normal, dinamika pasar bebas dapat mengarah pada penetapan harga yang serupa.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pius Bumi Kellen, Emilia Gie, Bei Marselinus, dan Maria Delastrada Titi Doren (2022), Berdasarkan hasil penelitian: (Metode penetapan harga cost plus pricing yang dikombinasikan dengan pendekatan full costing menghasilkan harga jual produk Tahu dan Tempe yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan harga jual tersebut sudah mencakup seluruh biaya produksi, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, biaya overhead pabrik tetap dan variabel, biaya nonproduksi, dan markup. Harga jual yang ditetapkan oleh korporasi juga semakin terdampak karena pajak dan harga minyak kendaraan bermotor tidak termasuk dalam komponen biaya nonproduksi dalam perhitungan harga jual. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dahniyar Daud (2023) yang menyatakan bahwa pendekatan target costing lebih unggul dibandingkan dengan pendekatan cost based pricing karena memungkinkan Pisang Goreng Nugget Makassar untuk menetapkan harga jual berdasarkan laba yang diharapkan. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah dari jenis usaha yang dijalankan, usaha ini masih tergolong usaha kecil rumahan yang hanya memproduksi dalam skala kecil. Sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan pada usaha yang besar seperti pabrik.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual Kerupuk Sambal Canga Kota Sibolga yang ditetapkan dengan metode *Cost Oriented* berbeda dengan harga jual sebelumnya. Pendekatan penentuan harga yang digunakan berbeda secara signifikan dari harga jual perusahaan yang ada. Ketika sebuah bisnis menggunakan metode Pendekatan Berorientasi Biaya, maka akan mendasarkan harga jual produk pada harga jual pesaingnya. Bisnis memilih pesaing dengan harga jual terendah, dengan mempertimbangkan bahwa jika harga jual wajar, penjualan akan lebih tinggi dan akan ada lebih banyak pelanggan. Menurut ide ekonomi Islam, yang didasarkan pada sejumlah perspektif ilmuwan Muslim mengenai penetapan harga dari sudut pandang Islam, kenaikan dan penurunan harga mungkin tidak selalu merupakan hasil dari perilaku tidak adil oleh pihak-pihak tertentu dalam transaksi; sebaliknya, hal itu mungkin merupakan hasil dari pengurangan pasokan yang disebabkan oleh produksi yang tidak efisien dan penurunan jumlah barang yang diminta. Disarankan untuk penelitian selanjutnya, harus lebih detail dalam menganalisis mengenai metode *Cost Oriented*.

Referensi

- Alfian, I. (2020). Analisis Pengaruh Label halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Petisah). *Jurnal Politeknik*, 3(1), 11.
- Arif, M. D. (2019). *Marketing Skill*. FEBI UIN-SU Press.
- Budi Harianto, B. D. (2022). MASLAHAH DALAM EKONOMI ISLAM KONTEMPORER STUDI FILSAFAT EKONOMI ISLAM. *Jurnal Islamijah*, 3(3), 12.
- Imsar, Nasution, J., & Ndraha, A. A. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dan Peningkatan Pendapatan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 3(1), 20–30.
- Jusriadi, E. (2020). *Evaluasi Sistem Akuntansi Manajemen terhadap Kelancaran Proses Produksi pada PT. Semen Bosowa*. Universitas Muhammadiyah.
- Lubis, F. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Maidalena. (2023). Sebuah Pendekatan Analisis Ekonomi dengan Model Input-Output (IO) Wassily Leontief. *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 14(2), 11.
- Maronrong, R. M. (2019). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Harga Saham Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Otomotif Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012- 2017. *Jurnal STEI Ekonomi - JEMI*, 6(2), 11.
- Muhayatsyah, A. (2019). Biaya Modal dan Biaya Hutang dalam Keuangan Islam. *Journal of Islamic Accounting Research*, 7(4), 11.
- Nurbaiti. (2023). Behavior analysis of MSMEs in Indonesia using fintech lending comparative study between sharia fintech lending and conventional fintech lending. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 12(1), 11.
- Nurmalia, G. (2021). PENETAPAN HARGA PADA PASAR OLIGOPOLI DALAM PANDANGAN ISLAM. *Jurnal Ekonomi*, 8(1), 11.
- Pradesyah, R. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 11.
- Putri, E. D. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. UIN Sunan Kalijaga.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen produk PT. HNI HPAI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 11.

Sunarji, H. (2019). *Pengantar Manajemen: Pendekatan Integratif Konsep Syariah*. FEBI UIN-SU Press.

Triyana. (2021). *Peranan Audit Operasional Pada Proses Produksi Guna Meningkatkan Efektivitas Proses Produksi Di Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. WIKA INTRADE Jatiwangi- Majalengka)*. Universitas Widyatama.