



Penetapan Harga Jual pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur dengan Metode Full Costing berdasarkan Teori Penetapan Harga dalam Islam

Mohammad Romli¹, Moch Syahril Shobirin¹

¹ STEI Masyarakat Madani Pamekasan, Indonesia



m.romli85@gmail.com*

Abstract

ARTICLE INFO

Article history:

Received
October 20,
2023
Revised
December 25,
2023
Accepted
December 30,
2023

This research aims to determine price determination in the Sumber Bungur Laying Chicken Agribusiness in terms of the full costing method and price setting theory in Islamic economics. This research uses a quantitative descriptive research approach using interview, observation and documentation techniques. Price determination for the Sumber Bungur Laying Chicken Agribusiness is carried out by calculating the cost of production (HPP) using the full costing method, which uses markup pricing. Determining HPP is done by adding up raw material costs, direct labor costs, variable factory overhead costs, and fixed factory overhead costs. Apart from that, the selling price determination at the Sumber Bungur Laying Chicken Agribusiness is in accordance with the principles of price setting in Islamic economics, related to fairness, justice, and adjustment to conditions of supply and demand in the market.

Keywords: Islamic Price Determination, Determining Selling Prices, Chicken Agribusiness

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



INTRODUCTION

Secara umum, tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan. Keuntungan merupakan surplus dari hasil usaha yang diperoleh dari modal awal yang diinvestasikan oleh pemilik usaha tersebut. Keuntungan dalam bisnis di sebut juga dengan profit atau laba. Laba merupakan aspek yang paling dominan sebagai tolak ukur dari kinerja bisnis atau perusahaan yang sedang dijalankan. Laba bisa menggambarkan manfaat finansial yang didapat ketika perolehan (*revenue*) dari kegiatan bisnis melebihi biaya (*cost*) dan pengeluaran-pengeluaran lainnya. Apapun jenis usaha yang dijalankan, baik itu usaha rumahan, perusahaan lokal, ataupun perusahaan multinasional, profit adalah tujuan utama. Sebab, untuk menilai kinerja sebuah perusahaan yang paling mudah adalah dengan melihat profitabilitas atau keuntungan yang diraih.

Agar bisa mencapai laba secara maksimum, perusahaan harus bisa melakukan penjualan dengan harga paling menguntungkan agar *revenue* yang didapatkan maksimal. Karena indikator sebuah usaha bisa mendapatkan laba adalah *revenue* yang didapatkan harus lebih besar dari pada *Cost* yang dikeluarkan. Maka dari itu, penetapan harga jual sebuah produk menjadi sangat penting, karena jika salah dalam melakukan penetapan harga penjualan akan vatal hasilnya, yang di dapatkan pengusaha bukan keuntungan tapi kerugian.

Menurut Ma“ruf (2006 : 570), Harga adalah satu-satunya bagian dalam bauran pemasaran yang adapat menghasilkan *revenue* bagi perusahaan, aspek lainnya hanya dapat memperbesar biaya. Sedangkan Triton (2008 : 181) berpendapat bahwa penetapan harga adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan keberlangsungan transaksi jual beli. Jual beli hanya akan terjadi jika harga sebuah produk dan jasa yang ditetapkan dapat disepakati oleh pembeli dan penjual. Maka dari itu, bila suatu perusahaan dapat menetapkan harga secara tepat, maka laba yang akan diperoleh besar.

Dalam strategi penetapan harga, Triton (2008 : 182) berpendapat ada beberapa strategi antara lain; harga tinggi pada tahap pengenalan kemudian turun apada saat ada persaingan (*skimming pricing*), harga tinggi pada tahap pengenalan (*prestige*), harga rendah agar dapat memperbesar volume penjualan (*penetration pricing*), menentukan tingkatan harga (*price lining*), satu harga paket dalam dua atau lebih item barang yang dijual (*bundling*) , harga untuk image produk (*prestige pricing*), harga yang ditetapkan di bawah pasar (*leader pricing*) dan harga angka ganjil (*odd even pricing*). Strategi diskon harga merupakan pengurangan harga yang didapat pembeli yang bertujuan untuk menarik konsumen.

Secara garis besar, Ma“ruf (, 2006 : 570) membagi strategi harga menjadi tiga orientasi, yaitu; *Pertama*, orientasi permintaan (*demand*). Penetapan harga yang didasarkan pada permintaan konsumen, *Kedua*, Orientasi persaingan. Yaitu Penetapan harga didasarkan pada harga yang ditetapkan oleh para pesaing. *Ketiga*, Orientasi biaya (*Cost*). Yaitu penetapan harga yang didasarkan pada biaya. Perusahaan-perusahaan banyak menganut *markup pricing*, yaitu menentukan harga dengan metode menambahkan biaya perolehan harga produk produksi (HPP) per unitnya dengan biaya-biaya operasional, dan jumlah laba yang diinginkan.

Untuk melakukan penetapan harga jual sebuah produk memerlukan banyak pertimbangan, mulai dari biaya operasional, biaya produksi, harga jual pesaing, daya beli masyarakat, target laba yang diinginkan oleh perusahaan, dan kondisi perekonomian. Walaupun demikian, faktor biaya seringkali dijadikan titik tolak dalam penetapan harga jual produk. Penetapan biaya dan harga jual produk bisa berubah-ubah sesuai dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar. Biaya produksi bisa dijadikan dasar oleh perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya agar menghasilkan laba.

Untuk perhitungan harga pokok produksi (HPP), dibutuhkan informasi mengenai biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, dan biaya overhead pabrik. Biaya-biaya itu harus dihitung dengan cermat, baik dalam penggolongannya maupun dalam pencatatannya. Ada dua metode yang dapat digunakan dalam Menghitung HPP yaitu metode *metode variabel costing* dan *full costing*. Dalam *metode variabel costing* Menetapkan harga pokok produksi dengan cara mengelompokan biaya didasarkan pada perilaku biaya, terdiri dari biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya overhead pabrik variabel. Metode variabel costing hanya menggunakan biaya-biaya produksi variabel saja dalam menetapkan harga pokok produksi yang dimasukkan dalam persediaan dan biaya pokok penjualan. Sedangkan dalam *metode Full costing* ini semua biaya-biaya dihitung, baik yang bersifat variabel maupun tetap . Salah satu cara mengendalikan biaya dengan menghitung harga pokok produksi dalam rangka menetapkan harga jual produk itu sendiri. HPP dengan metode *full costing* dilihat sebagai alat untuk menentukan harga jual yang berdasar pada *mark up* suatu perusahaan. Penetapan harga jual produk menurut ini bisa menggambarkan harga yang bisa dinilai wajar oleh para konsumen, Dengan demikian keuntungan yang didapat oleh suatu perusahaan dapat diperkirakan dengan baik(Auliya Dewi Oktari, 2022).

Untuk menetapkan harga jual sebuah produk, tidak cukup dengan hanya dengan mengandalkan HPP yang dihitung dengan metode *full costing*, tapi ada nilai-nilai yang dapat dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut. Dalam ekonomi Islam, perdagangan dan bisnis tidak mesti semata-mata hanya untuk tujuan keuntungan, akan

tetapi juga harus didasari oleh nilai-nilai keimanan dan kepribadian yang mulia, baik dari sudut pandang produsen, konsumen, ataupun distributor. Perdagangan harus dilakukan dengan benar, dan menurut prinsip ekonomi syariah. Islam melarang aktivitas yang merugikan orang lain, keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang salah, serta harus menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan pada semua kegiatan ekonomi (Mazidah, 2021).

Sebagai salah satu aspek yang dapat menentukan tingkat harga adalah laba atau keuntungan yang diharapkan. Laba yang ditetapkan haruslah wajar. Menurut Ibnu Khaldun, tingkat keuntungan dapat mempengaruhi perilaku pasar. Apabila tingkat laba yang ditetapkan terlalu tinggi, perdagangan akan melemah sebab akan mengurangi permintaan konsumen, sementara tingkat laba yang terlalu rendah bisa berdampak pada redupnya perdagangan, pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi dalam bertransaksi. Namun tingkat laba yang wajar bisa meningkatkan tumbuhnya perdagangan (Machrus et al., 2023).

Agribisnis merupakan salah satu sektor dalam melaksanakan kegiatan perekonomian yang berbasis pada usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun hilir. Penyebutan “hulu” dan “hilir” mengacu pada pandangan pokok bahwa agribisnis bekerja pada sektor pangan (food supply chain). Dengan kata lain, agribisnis adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi untuk memperoleh keuntungan dengan memenejemen aspek budidaya, penyediaan bahan baku, pasca panen, proses pengelolaan, hingga tahap marketing. Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas penduduknya berprofesi tani. Negara agraris menjadikan indonesia memiliki wilayah yang luas serta kaya akan lahan yang subur untuk bertani. Atas dasar ini, indonesia mulai mengenal agribisnis. Perjalanan perkembangan agribisnis di indonesia sejalan dengan sejarah pembangunan pertanian secara umum yang mengalami pasang surut. Hal ini sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi di indonesia baik secara mikro maupun makro. Kegiatan dalam sektor agribisnis meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil serta pemasaran yang termasuk di dalamnya peternakan ayam. Telur ayam merupakan suatu komoditas yang banyak dikonsumsi dan diminati oleh kalangan masyarakat, karena banyak nutrisi dan harganya relatif murah serta sangat mudah diperoleh di toko - toko.

Agribisnis Ayam Petelur merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penyediaan telur. Produk unggas (telur) adalah mempunyai sifat cepat rusak, sehingga apabila produk tidak cepat laku terjual, akan merugi. Agribisnis ayam petelur sudah mempunyai tujuan pasar yang sangat jelas, yang siap menerima hasil produksinya, mulai dari konsumen di sekitar, kios-kios terdekat, pasar, pedagang grosir, dan masih banyak lagi yang lainnya yang tentunya sangat jelas dalam menerima hasil produksinya. Jumlah populasi ayam yang sangat besar, tidak menjadi alasan bagi agribisnis ayam petelur untuk terus memasarkan terhadap konsumen-konsumen. Oleh karenanya perusahaan memerlukan adanya perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang tepat, guna menghasilkan informasi akuntansi yang bermanfaat untuk perencanaan laba perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pedekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan suatu kajian melalui sebuah penelitian yang membahas suatu permasalahan secara terperinci dengan langkah mengumpulkan dan menyaring data yang diperoleh dari perusahaan, kemudian menguraikan dan menggambarkan suatu keadaan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, lalu menarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada pada perusahaan yaitu bagaimana perhitungan biaya dalam menentukan harga pokok

produksi telur yang dijadikan sebagai dasar penetapan harga jual. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau bilangan.

Lokasi penelitian ini adalah Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur. Agribisnis dimaksud melakukan usaha dalam kegiatan produksi sekaligus pemasaran telur ayam yang diproduksinya, sehingga dapat dijadikan tempat penelitian tentang harga pokok produksi. Agribisnis Ayam Petelur tersebut berlokasi di Dusun Sumber Bungur, Desa Pakong, Kec. Pakong, Kab. Pamekasan. Dengan waktu penelitian 20 September 2023 sampai 20 Oktober 2023.

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer yang dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer adalah data yang didapat secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan. Data primer yang diperoleh dari wawancara langsung dengan karyawan dan manajemen Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur berupa volume atau jumlah produksi, proses perawatan, jumlah pekerja, biaya bahan baku, pemberian pakan terhadap ayam, proses penetapan harga, harga jual produk, hingga proses penjualan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, berupa laporan pembukuan dan laporan penjualan pada usaha tersebut.

Untuk mengetahui besarnya HPP (Harga Pokok Produksi) dengan Metode *Full Costing* dapat dihitung dengan menjumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, biaya overhead pabrik tetap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Agribisnis ayam petelur sumber bungur merupakan bagian usaha dari Lembaga Kemandirian Pondok Pesantren Sumber Bungur, yang berdiri pada tanggal 20 Mei 2022. Agribisnis ini beralamat di Jalan Pontren sumber bungur pakong pamekasan. Agribisnis ini dirintis oleh K. Abd. Majid Ahmad Madani sebagai salah satu dewan pengasuh di Pondok Pesantren Sumber Bungur. Beliau merintis usaha tersebut, karena melihat kebutuhan telur yang begitu banyak di kalangan masyarakat sekitar. Seiring berjalannya waktu, berdirilah Lembaga Kemandirian Pesantren Sumber Bungur, yang didalamnya terdapat, Agribisnis Pertanian, Perikanan, dan Peternakan, yang mempunyai Visi: Menjadi Pesantren berbasis Agribisnis sebagai Role Model pengembangan pesantren mandiri di madura. Adapun untuk misi: *Pertama*, mengembangkan kegiatan Agribisnis. *Kedua*, mencetak Santriprenuer di bidang Agribisnis. *Ketiga*, Mengembangkan Agribisnis Mandiri dalam rangka menjadi pesantren mandiri di Bidang Pangan.

Menghitung HPP

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan data-data tentang biaya-biaya dan beban sebagai berikut;

- a. **Biaya bahan baku.** Biaya pakan termasuk biaya bahan baku, dikarenakan pakan merupakan bahan yang bisa memproduksi telur terhadap ayam. Harga rata-rata pakan yang dikeluarkan adalah Rp 6.900 per kg, pakan yang dibeli sebanyak 600 Kg, sehingga jumlahnya biaya pakan adalah $6.900 \times 600 = 4.140.000$ dengan biaya pengiriman Rp 75.000. Jadi total keseluruhan biaya pakan adalah Rp 4.215.000. Jumlah ayam yang ada di Agribisnis ayam petelur sumber bungur sebanyak 810 ekor. Dari hasil pengamatan didapatkan bahwa dalam sehari 1 ekor ayam dapat menghabiskan pakan 110 gram atau 0,11 Kilogram dalam sehari, dengan jumlah ayam 810 dalam sehari menghabiskan pakan 89,1 Kilogram pakan, dalam sebulan pakan yang dihabiskan rata-rata 2.673 Kilogram ($89,1 \text{ Kg} \times 30 \text{ hari}$). Masa produktif ayam yaitu 21 bulan. Sehingga selama masa produksi ayam, pakan yang dihabiskan sebanyak 56.133 Kilogram. Jika dirupiahkan dengan harga rata-rata tersebut adalah Rp. 387.317.700,- dalam 21 bulan. Termasuk dalam bahan baku dalam proses produksi telur pada Agribisnis ayam petelur sumber bungur adalah biaya vaksin. Vaksin merupakan bahan yang juga membantu

keberlangsungan ayam dalam memproduksi telur. Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur melakukan pemberian vaksin dua kali pada ayam, yang pertama dilakukan pada awal sebelum ayam melakukan produksi, yang kedua dilakukan setiap bulan. Vaksin Al homolog, merupakan vaksin yang digunakan ketika pra produksi, harganya 300.000, pemakaiannya 1 kali, vaksin MEDIVAC ND IB diberikan setiap bulan dengan harga 24.000,- sehingga biaya vaksin MEDIVAC ND IB selama 21 bulan adalah 504.000, sedangkan vaksin Nd Lasota diberikan setiap bulan dengan harga 25.000 per unit, sehingga kalau dijumlahkan sebesar 525.000. Jika semua penggunaan Vaksin Al – homolog, MEDIVAC, Nd Lasota dijumlahkan menjadi Rp 1.329.000. Dari hal tersebut, jumlah biaya pakan dan biaya vaksin dalam 21 bulan menghasilkan total biaya baha baku sebesar: $Rp\ 387.317.700 + Rp\ 1.329.000 = Rp\ 388.646.700,-$

- b. **Biaya tenaga kerja langsung.** Dalam menjalankan usaha ini, Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur mempekerjakan dua karyawan, satu orang kepala pelaksana dengan upah Rp. 300.000,- setiap bulannya, dalam 21 bulan sebesar Rp. 6.300.000,-. Satu orang karyawan lagi , pelaksana harian yang bertugas memberi pakan dan minum, membersihkan kandang, dan memanen telur, dengan upah Rp. 480.000,- setiap minggunya, dalam sebulan Rp. 1.920.000,-, dan dalam 21 bulan sebesar Rp. 40.320.000,- sehingga biaya tenaga kerja dalam 21 bulan semuanya Rp. 46.620.000,-
- c. **Biaya Overhead.** Biaya *Overhead* pada usaha ini terdiri dari; *pertama* biaya penyusutan peralatan dan bangunan sebesar Rp. 19.132.600,- *kedua* biaya bibit. Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur menjalankan usahanya dengan beternak ayam ras petelur dengan cara membeli bibit berumur 16 minggu. Bibit yang dibeli satu kali tahapan perperiode sebanyak 821 ekor dengan harga Rp 85.000. Sehingga total yang dikeluarkan untuk membeli bibit per periode Rp 69.785.000,-. *Ketiga*, Sewa tanah. biaya sewa sebesar Rp. 10.000.000 pertahun. Asumsi biaya sewa perbulan adalah $Rp\ 10.000.000/12 = Rp\ 833.333,33$. Masa produksi ayam tersebut 21 Bulan, jadi asumsi biaya sewa selama 21 bulan tahun : $Rp\ 833.333,33 \times 21\ bulan = Rp\ 17.500.000,-$ *Keempat*, Biaya listrik dan air. Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur mengeluarkan biaya untuk listrik dan air sebesar Rp 500.000 per bulan, sehingga selama 21 bulan Rp. 10.500.000,- Sehingga total biaya *overhead* sebesar: $Rp\ 19.132.600 + Rp\ 69.785.000 + Rp\ 17.500.000 + Rp\ 10.500.000$ sebesar Rp 116.917.600,-

Dengan data yang telah disajikan diatas, untuk menghitung keadaan harga per satuan produksi bisa kita lakukan. Menghitung keadaan harga per satuan produksi, haruslah diketahui terlebih dahulu jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan dan berapa butir telur yang dihasilkan. Besarnya seluruh biaya yang dikeluarkan dibagi dengan banyaknya telur yang dihasilkan akan menghasilkan angka atau nilai biaya persatuan produksi. Dalam proses analisis perhitungan harga pokok produksi diperlukan informasi yang akurat melalui pencatatan data yang meliputi: jumlah bibit dan harga bibit pada pembelian awal, pakan yang dihabiskan dan harga pakan, harga vaksin, pemakaian kandang dan nilai penyusutannya, biaya listrik dan biaya tenaga kerja.

Untuk menghitung HPP dengan metode full costing, kita harus menghitung unit ekuivalensi terlebih dahulu. Dari jumlah ayam 821 ekor, yang bertelur 91,35% yang menghasilkan 750 butir setiap harinya. Masa produksi 21 bulan.

Tabel 1.1
Penghitungan Unit Ekuivalensi

NO	URAIAN	JUMLAH
1	Jumlah Produksi telur tiap hari	750 butir
2	Jumlah Produksi telur dalam satu bulan	22.500 butir
3	Jumlah Produksi telur dalam 21 bulan	472.500 butir

Dari tabel di atas dapat diketahui unit ekuivalensinya adalah 472.500. dari data ini bisa kita hitung HPP dengan metode *full costing*.

Tabel 2
Menghitung Harga Pokok Produksi Per Satuan

UNSUR PRODUKSI	BIAYA	TOTAL BIAYA	UNIT EKUIVALENSI	BIAYA PRODUKSI PER SATUAN
a		B	c	b:c
Bahan Baku		Rp 388.646.700	472.500	Rp 822,53
Tenaga kerja		Rp 46.620.000	472.500	Rp 98,67
Overhead		Rp 116.917.600	472.500	Rp 247,44
HPP Per Butir				Rp 1.168,64,-

Penetapan Harga Jual

Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur termasuk perusahaan yang menganut *markup pricing* dalam menentukan harga jualnya, karena dalam menetapkan harga jual dilakukan melalui cara menambahkan biaya perolehan harga produk produksi (HPP) per unitnya dengan jumlah laba yang diinginkan. Laba yang ditetapkan oleh Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur adalah sebesar Rp. 831,36,- per unitnya. Sehingga harga jual yang ditetapkan adalah HPP ditambah laba, yaitu Rp 1.168,64,- ditambah Rp. 831,36,- menjadi Rp. 2.000,- per unitnya.

Penetapan harga jual yang didasarkan pada HPP dan laba yang diinginkan pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur ini sudah sesuai dengan konsep penetapan harga dalam ekonomi Islam. Harga yang ditetapkan oleh Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur adalah sangat wajar dengan melihat harga yang diberikan kepada konsumen. Harga yang diberikan sudah sesuai standar, sehingga tidak memberatkan konsumen. Selain itu, harga telur Rp. 2.000,- per unit sudah sesuai dengan harga pasar, karena sebagaimana pendapat Ibnu Khaldun bahwa harga yang baik adalah harga yang dihasilkan sesuai tarikan permintaan dan penawaran. Ditinjau dari segi keadilan, perilaku penetapan harga pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur sudah memenuhi rasa keadilan tersebut. Hal ini terlihat dari hasil penelitian ini, bahwa tidak ada komplain dari para konsumen dan konsumen merasa sangat puas atas pelayanan penjualan yang mereka terima.

KESIMPULAN

Penetapan harga pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur dilakukan berdasarkan metode *full costing* yang menganut model *markup pricing* dalam menentukan harga jualnya, yaitu dalam menetapkan harga jual dilakukan melalui cara menambahkan biaya perolehan harga produk produksi (HPP) per unitnya dengan jumlah laba yang diinginkan. Penetapan harga jual yang didasarkan pada HPP dan laba yang diinginkan pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur ini sudah sesuai dengan konsep penetapan harga dalam ekonomi Islam. Harga yang ditetapkan oleh Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur adalah sangat wajar dengan melihat harga yang diberikan kepada konsumen. Harga yang diberikan sudah sesuai standar, sehingga tidak memberatkan konsumen. Selain itu, harga tersebut,- per unit sudah sesuai dengan harga pasar, karena sebagaimana pendapat Ibnu Khaldun bahwa harga yang baik adalah harga yang dihasilkan sesuai tarikan permintaan dan penawaran. Ditinjau dari segi keadilan, perilaku penetapan harga pada Agribisnis Ayam Petelur Sumber Bungur sudah memenuhi rasa keadilan tersebut. Hal ini terlihat dari hasil penelitian ini, bahwa tidak ada komplain dari para konsumen dan konsumen merasa sangat puas atas pelayanan penjualan yang mereka terima.

REFERENSI

- Adawiyah, A. L., Kustiawati, D., Nuha, G. A., & Ajijah, N. (2022). Konsep Keseimbangan Ekonomi terhadap Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 3309–3316.
- Aini, A. I., A. K., & Rosita, D. D. (2022). Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Muncar Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 73–91. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i2.1666>
- Amni, C., & Indrayani, I. (2020). Analisis Break Event Point (Bep) Pada Pt. Es Muda Perkasa Dengan Menggunakan Metode Harga Pokok Produksi (Hpp). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41. <https://doi.org/10.29103/jak.v8i1.2327>
- Aswawi, N. (2022). Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pelelangan Ikan Kota Kendari) *At-Tariiz: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4 No. 1(November 2022), 193–210.
- Auliya dewi oktari, d. Y. (2022). Analisis metode full costing dalam penetapan harga jual produk (studi ukm jamur crispy fck). *Jurnal akuntansi dan ekonomi bisnis*, 1(1), 47–65.
- Carita Amellia, N., & Honggo Secokusumo, T. (2020). Harga Pokok Produksi (HPP) Menggunakan Metode Alokasi Lattice. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 259–278. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i2.21635>
- Fuadi, F., Marliyah, M., Falahuddin, F., & Mutia, I. (2021a). Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Hasil Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal EMT KITA*, 5(2 SE-Articles), 99–104. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i2.447>
- Fuadi, F., Marliyah, M., Falahuddin, F., & Mutia, I. (2021b). Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Hasil Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal EMT KITA*, 5(2), 99–104. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i2.447>
- Gafar, H. M., Herinda, N. P., & Suriyanti, L. H. (2020). Analisa Perhitungan HPP dalam Konsep Manajerial (Studi Kasus pada UKM Sabana Fried Chicken). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 852–860.
- Islam, P. (2020). Pemaknaan “Siri na Pacce” dalam Penetapan Harga di Lihat dari Perspektif Islam. *Jurnal Akmen*, 17(Maret 2020), 12–20.
- Juita, widya dinda, Daulay, A., & Mayaputra, m. umar. (2021). Perspektif Beban Kerja Dan Stress Kerja Serta Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Badan Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan. *Jurnal Bonanza*, 1(1), 78–90.
- Khasanah, K., Efrina, L., & Akbar, E. E. (2023). Analisis pengaruh lokasi usaha dan penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi islam 1. *JURNAL AZ-ZAHRA : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 08(01), 3–8.
- L, Al Azhar, Rofika, Zirman, Y. (2023). Pelatihan Penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Dan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4136–4141.
- Lisa, H., Syukur, A., & Auliaurasyidin Tembilahan, S. (2023). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa di Percetakan Tembilahan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*, 1(Juni 2023), 47–55.
- Machrus, A., Asma, K., Laila, N., Munawaroh, I., & Yunita, I. (2023). Analisis Etika Bisnis Islam dalam Penetapan Harga Keseimbangan Pasar Berdasarkan Pemikiran Ibnu Khaldun (Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan). *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 03(01), 76–89. <https://doi.org/10.38073/aljadwa.v3i1.1252>
- Manisa, N., & Rosana, M. (2023). Dengan Sistem Prasmanan Tanpa Label Harga (Studi di Desa Dalam Kaum Kabupaten Sambas). *Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah (Journal Of Halal Management, Sharia Tourism and Hospitality*

- Studies*, 7(1), 42–58.
- Maryanto, M. A., Hariani, R., & Mardalena, D. (2020). Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pedagang Pakaian Dalam Penetapan Harga Di Pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 33–60. <https://doi.org/10.36908/esha.v6i1.140>
- Mazidah, N. R. (2021). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Foto Copy dan Percetakan Ar-Rayyan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 915–920. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2362>
- Nurlela, I., Yanti, R. A. E., & Aryansyah, F. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 179. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v2i3.5891>
- Pengabdian, J., Islam, A. U., Muhammad, K., & Al, A. (2023). Pendampingan Pedagang Di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara Tentang Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 9(Desember 2023), 235–242.
- Subakti, B. (2023). Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 08(01), 3–8. <http://journal.an-nur.ac.id/index.php/azzahra/article/download/1766/1267>
- Supriadi Muslimin, Zainab, W. J. (2020). Penetapan, Konsep Dalam, Harga Islam, Perspektif. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2, 1–11.
- Tambunan, R. T., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2023). Konsep mekanisme pasar dan penetapan harga terhadap. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 10 No. 3(September), 654–662.
- Utami, K. R., Hakim, A. R., & Karomah, K. N. (2022). Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora Penyuluhan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Pelaku UMKM di Desa Kampung Anyar. *Abdisoshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 480–485. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i4.1318>
- Waluyo, S., & Iswandi, I. (2022). Perjanjian Penetapan Harga Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 565–576. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.197>

Copyright Holder :

© Mohammad Romli, Moch Syahril Shobirin (2023)

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA