



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENENTUAN  
HARGA JUAL DAGING DI PASAR BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Pada Jurusan Akuntansi Syariah*

**Oleh**

**ALDI PUTRA**  
**NIM. 1730403005**

**JURUSAN AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM  
INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
1442H/2021 M**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldi Putra  
NIM : 1730403005  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Auntansi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging di Pasar Batusangkar**" adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 12 Agustus 2021

Saya yang menyatakan,



**Aldi Putra**  
NIM. 1730403005


## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan proposal skripsi atas nama **ALDI PUTRA NIM: 1730403005** dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging di Pasar Batusangkar**" memandang bahwa proposal skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 08 Juli 2021



**Ketua Jurusan  
Akuntansi Syariah**

  
**Yeni Melia, MM**  
NIP. 19850505 201503 2 005

**Pembimbing**




  
**Yeni Melia, MM**  
NIP. 19850505 201503 2 005

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Batusangkar**

  
  
**Dr. H. Rizal, M. Ag, CRP**  
NIP. 197310072002121001

### PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh Aldi Putra, NIM : 1730403005, dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging di Pasar Batusangkar", telah di uji dalam Sidang *Munaqasyah* skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Jumat Tanggal 16 Juli 2021 dan dinyatakan telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) Srata Satu (S-1) dalam ilmu Akuntansi Syariah.

No	Nama Penguji	Status Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Yeni Melia, MM</u> NIP. 19850505 201503 2 005	Ketua Sidang		10/8/21
2	<u>Desy Farina, SE.,MSi</u> NIP. ...	Anggota		4 Agus 2021
3	<u>Sri Madona Saleh, SE.,MSi</u> NIP. ...	Anggota		5/8/21

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Batusangkar



Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP  
NIP. 19731007 200212 1 001

## ABSTRAK

**ALDI PUTRA, NIM: 1730403005, judul skripsi “ Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging Sapi di Pasar Batusangkar “**, Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, tahun 2021.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah daging sapi merupakan salah satu bahan pangan pokok yang mengandung protein cukup tinggi, selain daging ayam. Daging sapi tidak hanya dikonsumsi oleh kebutuhan Rumah Tangga, juga sebagai bahan baku industri pengolahan, hotel, restoran dan catering. Konsumsi daging sapi secara nasional terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, perubahan pola konsumsi masyarakat serta selera masyarakat. Mengenai permintaan dan penawaran daging sapi inilah membuat harga daging sapi selalu berubah meskipun sudah ditentukan oleh pemerintah daerah. Maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi harga jual daging sapi di Pasar Batusangkar.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian *Field Researc*, dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari Kepala Los daging pasar Batusangkar, pedagang dan konsumen pasar Batusangkar. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitiannya adalah faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging sapi di pasar Batusangkar yaitu: pertama perbedaan dalam mendapatkan harga ternak, kedua tidak semuanya pedagang melakukan pemotongan. Diantara faktor faktor yang menyebabkan pedagang tidak sanggup melakukan pemotongan yaitunya ; a. Pelanggan yang belum begitu banyak, b. Ketidak siapan pedagang mengalami kerugian jika melakukan pemotongan, c. Mahalnya modal untuk melakukan pemotongan, d. Kebiasaan pedagang melakukan penimbangan sejak dahulunya. Ketiga edagang merangkap sebagai peternak. Keuntungan yang di proleh pedagang yang melakukan perternakan sendiri: a. Mendapatkan kualitas daging yang di inginkannya, b. Menimalisir kerugian salah taksir berat sapi yang akan di potong, c. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Keempat, biaya dalam proses Pengolahan daging siap jual di pasar Batusangkar. Diantara biaya-biaya yang dikeluarkan adalah: Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya Administrasi Pemotongan, biaya sewa kios untuk pedagang yang masih menyewa, biaya retribusi pasar, biaya perlengkapan dan Peralatan dan biaya listrik dan Air

***Keyword: Harga Jual, Penentuan Harga***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
F. Defenisi Operasional .....	8
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Definisi dan Peranan Harga .....	9
2. Penetapan Harga .....	10
3. Konsep Penetapan Harga .....	12
4. Permintaan dan Penawaran.....	14
5. Tujuan Penetapan HargaJual .....	17
6. Peran Pemerintah dalam Mengendalikan Harga Jual Daging .....	18
7. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga Jual .....	20
8. Metode Penetapan Harga Jual.....	22
9. Pengertian Penjualan.....	25
10. Biaya Produksi dalam Penentuan Harga Jual.....	26
11. Laba .....	32
12. Penetapan Harga Jual Menurut Islam.....	37
B. Penelitian Relevan .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>

A. Jenis Penelitian .....	45
B. Latar Dan Waktu Penelitian .....	45
C. Instrumen Penelitian .....	46
D. Sumber Data .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Teknik Analisis Data .....	47
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Pasar Batusangkar .....	51
1. Sejarah Pasar Batusangkar .....	51
2. Sejarah Kios Daging di Pasar Batusangkar .....	52
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	52
1. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging Di Pasar Batusangkar.....	52
2. Pembahasan dan Analisis.....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian .....	45
---	----



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hakikatnya manusia adalah makhluk sosial, hubungan manusia sebagai makhluk sosial ini dalam Islam dikenal dengan istilah muamalat. Berbagai bentuk muamalat misalnya jual beli, gadai, pemindahan hutang, sewamenyewa, upah dan lain sebagainya. Dalam hal jual beli, Islam juga telah menetapkan aturan-aturan hukumnya seperti yang diajarkan oleh Nabi, baik mengenai rukun, syarat maupun bentuk jual beli diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan. Nabi menghimbau agar dalam akad jual beli penetapan harga disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran secara umum. Dalam Islam, hak jual beli yang dilakukan harus dijauhkan dari syubhat, garār, ataupun ribā. Seperti yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2): 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَبِهْ ۖ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ وَ أَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:”Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Pada ayat ini Allah menceritakan keadaan para pemakan riba pada hari kiamat nanti, bahwa mereka kelak akan bangkit dari kuburan menuju mahsyar (tempat berkumpul) dalam keadaan sempoyongan jalannya seperti

bangkitnya orang gila pada saat mengamuk karena kesurupan setan (Ar-Rifai, 2009). Penyebabnya dikarenakan mereka menyamakan jual beli sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Berbagai metode penetapan harga tidak dilarang oleh Islam dengan ketentuan harga yang ditetapkan oleh pihak pengusaha/pedagang tidak menzalimi pihak pembeli, yaitu tidak dengan mengambil keuntungan di atas normal atau tingkat kewajaran. Tidak ada penetapan harga yang sifatnya memaksa terhadap para pengusaha/pedagang selama mereka menetapkan harga yang wajar dengan mengambil tingkat keuntungan yang wajar (tidak di atas normal). Harga yang diridhai oleh masing-masing pihak, baik pihak pembeli maupun penjual.

Dalam Islam, penentuan posisi laba, perilaku rasional dalam maksimalisasi laba pada dasarnya dikondisikan oleh tiga faktor, yaitu: (1) pandangan Islam tentang bisnis; (2) perlindungan kepada konsumen; dan (3) bagi hasil di antara faktor yang mendukung. Laba yang merupakan hasil dari sebuah proses transaksi jual beli atau bisnis harus dinilai kualitasnya bukan hanya sekedar kuantitas yang diperoleh, sehingga laba tersebut dapat dinilai baik dalam islam. Prinsip ini sesuai dengan kaidah “*aljazā’u min jinsil al ‘amal*”, bahwa balasan setiap laba itu tergantung dari perbuatannya. Maka setiap laba yang dihasilkan melalui sumber yang diharapkan atau proses transaksi bisnis yang ilegal tidak diakui oleh syari’ah. Hal ini bisa dilihat melalui model-model bisnis dikembangkan oleh Rasulullah dalam meraih laba yang bernilai material serta keberkahan. Berbagai faktor yang mempengaruhi pertimbangan pedagang daging sapi dalam menetapkan harga di pasar tradisional Batusangkar antara lain: faktor produksi, faktor penawaran, faktor permintaan, faktor persaingan, intervensi pemerintah, dan faktor iklim/musim.

Salah satu sektor perdagangan yang menjadi persoalan saat ini adalah sektor peternakan. Sub sektor peternakan sebagai salah satu bagian dari sektor pertanian, mempunyai peranan penting untuk menunjang kebutuhan masyarakat dalam penyediaan bahan makanan berupa protein asal

ternak. Salah satu usaha peternakan yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat akan protein hewani asal ternak ialah produk daging sapi. Produk daging sapi tersebut memiliki sumber protein yang kaya akan asam amino esensial. Daging sapi berperan penting dalam perkembangan kecerdasan sumber daya manusia. Produk daging sapi berperan juga dalam memberikan kontribusi terhadap aspek social maupun aspek ekonomi.

Pelaku pasar tersebut masing-masing memberikan jasa yang berbeda. Pedagang pengecer di pasar tradisional Kota Batusangkar merupakan bagian dari jasa perdagangan yang mempunyai peranan penting terhadap aktivitas pemasaran. Peranan pedagang pengecer di Kota Batusangkar khususnya pada aktivitas pemasaran daging sapi sudah berlangsung cukup lama dan mampu memenuhi permintaan daging sapi baik dalam jumlah, bentuk maupun waktu yang diinginkan oleh pihak konsumen. Aktivitas pemasaran daging sapi yang dilaksanakan oleh pedagang pengecer di pasar tradisional Kota Batusangkar didukung oleh adanya kelancaran dalam pemasaran daging sapi melalui rumah potong hewan maupun yang langsung dari peternak sapi.

Jumlah pelaku yang terlibat dalam pemasaran ternak dan daging sapi bervariasi antar daerah. Dari berbagai studi yang pernah dilakukan, pelaku yang terlibat adalah: peternak *feedloter*, pedagang pengumpul desa, makelar di pasar hewan tertentu, pedagang antar provinsi (antar pulau), importir daging, distributor daging/pedagang pejalan kaki, pengecer *wetmarket*, *supermarket*, *meatshop*, dan pedagang keliling.

Persoalan yang menyoroti ketimpangan dalam penentuan harga jual antara harga daging sapi pasar dengan harga sapi di pasar hewan atau di *fitloter*. Dalam menentukan harga jual daging sapi dipengaruhi beberapa komponen antara lain: pertama harga timbangan hidup sapi, saat transaksi disepakati harga tiap kilogram sapi, posisi sapi masih di pasar hewan atau di kandang *fitloter*. Artinya sebelum sapi dikirim ke rumah pemotongan, ditimbang dulu sapi dan dikalikan dengan harga tiap kilogramnya. Misalnya harga sapi hidup Rp. 40.000,- per kilogramnya dikalikan berat badannya. Kedua harga karkas daging, setelah sapi di potong di Rumah

Potong Hewan (RPH), ditimbang hanya tulang dan dagingnya saja, sedangkan kepala, kaki, isi perut dan kulit tidak ditimbang. Ketiga harga Daging di pasar, Setelah daging sampai dipasar, tukang daging membuka daging dengan tulangnya. Mereka mengelompokkan daging sesuai dengan kelas dan kualitasnya. Untuk daging jenis khas atau tender lain, harganya bisa diatas Rp. 100.000,- sedang paha belakang penutup atau topside harga Rp. 95.000,-, juga daging sop atau sesetan daging iga harga Rp.80.000. Menurut perhitungan pedagang daging, biasanya harga karkas ditambahkan dengan biaya-biaya dalam proses mendapatkan daging tersebut.

Hasil penelitian memperlihatkan pola saluran tataniga di daerah sentra produksi sapi potong relatif lebih banyak melibatkan pedagang ternak sapi. Sebaliknya di daerah sentra konsumsi lebih banyak melibatkan pedagang daging sapi. Rantai tataniaga yang panjang sejak dari daerah produsen menyebabkan jalur tataniaga ternak sapi di daerah sentra konsumsi menjadi relatif pendek, namun rantai tataniaga produk daging menjadi relatif panjang. Apalagi sudah ada jaringan kerja antar pedagang yang didukung dengan alat komunikasi seluler, pejaga sapi (distributor daging) di sentra konsumsi dapat langsung memesan sapi dengan pedagang di sentra produksi.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada tanggal 5 Desember 2020 di pasar Batusangkar diperoleh hasil bahwa di Batusangkar terdapat sembilan buah kios yang setiap kios di miliki oleh orang yang berbeda. Mengenai sistem atau penetapan harga daging yang sudah ditetapkan pada Los daging Batusangkar harga daging yang di patok setiap kios tidak sama. Meskipun harga jual itu sendiri sudah di tentukan oleh Dinas Perdagangan Prindustrian dan Perdagangan (KOPERINDAG). Namun Dinas Perdagangan Prindustrian dan Perdagangan KOPERINDAG hanya berwenang mengawasi ke stabilan harga yang telah di tentukan tersebut sesuai dengan harga eceran tertinggi (HET) yang telah di sepakati guna mengantisipasi terjadinya inflasi.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan ketua Los daging pasar Batusangkar yaitu Bapak Syafrial pada tanggal 5 Desember 2020 yang menyatakan bahwa meskipun harga eceran tertinggi (HET) telah di tentukan oleh Dinas Peternakan Industri dan Perdagangan (DISPERINDAG), namun setiap kios masih tidak sama dalam mematok harga daging per kilogramnya untuk jenis daging yang sama. Hal ini di sebabkan oleh :

1. Setiap kios mendapatkan harga sapi yang berbeda.

Hal ini karena sesuai dengan ketangkasan pedagang itu sendiri dalam menaksir (mamatok) harga sapi perekornya. Terkadang harga sapi yang di beli oleh pedagang tidak sesuai dengan hasil daging sapi yang di dapatkannya. Contohnya pedagang menaksir sapi yang di beli itu kisaran dagingnya 120 kg. Ternyata setelah dipotong berat daging sapi tersebut hanya 100 kg. Hal itu yang menyebabkan modal atau pokok yang di keluarkan oleh pedagang itu menjadi tinggi. Kejadian tersebut membuat pedagang tersebut harus berpikir ekstra supaya dagangannya tidak rugi. Di sisi lain pedagang yang mendapatkan modal yang murah tentunya lebih santai dalam menjual dagangannya. Bisa jadi pedagang tersebut menurunkan harga dari yang semestinya contohnya mnurunkan harga untuk semua langgananya.

2. Setiap pedagang di los daging Batusangkar tidak semuanya melakukan pemotongan

Hal ini karena ada juga dari pedagang tersebut yang membeli daging yang siap untuk di jual pada pedagang di kios lainnya dengan harga telah di sepakati. Hal itu memicu para pedagang tersebut hanya menerapkan harga eceran tertinggi (HET) yang tujuamya untuk mendapatkan laba yang di inginkan.

3. Selain membeli langsung sapi yang akan di potong sebagian pedagang daging juga merangkap sebagai peternak untuk sapi pedaging.

Biasanya para perternak membeli anakan sapi dalam jumlah yang banyak. Kemudian ditenakan dalam jangka watu 6 bulan hingga satu tahun. Dalam rentang waktu itu pedagang harus mengeluarkan biaya biaya

tambahan. Seperti biaya pakan ternak berupa rumput, ampas tahu, obat-obatan, biaya listrik, air, vitamin dan biaya tenaga kerja untuk merawat sapi tersebut

Wawancara penulis pada tanggal 5 Desember 2020 dengan Bapak Indra Jaya yang menyatakan bahwa pedagang lebih mendapatkan keuntungan yang lebih besar dengan memotong sapi yang telah dirawat dan di gemukanya dari pada sapi yang di beli langsung kepada perternak lain atau yang di beli di pasar ternak. Alasannya sapi yang di beli di pasar ternak membutuhkan ketelitian dalam membelinya. Terutama dalam menaksir (Taksiran) harga sapi yang di beli. Kesalahan dalam menaksir (Taksiran) dapat menyebabkan modal untuk pokok sapi tersebut menjadi mahal. hal ini menyebabkan pedagang harus berhati-hati dalam menjual daging tersebut. Berhati-hati maksudnya disini yaitupedagang tidak lebih leluasa dalam menjual daging. Biasanya pedagang melebihkan sedikit timbangannya untuk para langganannya. Hal ini karena modal pembelian ternak tersebut mahal. Jika tidak hati-hati pedagang tersebut bisa tidak mendapatkan untung (pulang pokok). Bahkan bisa juga mengalami kerugian. Berikut pertimbangan pedagang dalam menjual daging dagangannya yaitu:

1. Keuntungan dalam berdagang
2. Kualitas daging yang di jual
3. Kepuasan konsumen
4. Menambah relasi dan mempertahankan langganan

Selanjutnya penulis juga melakukan wawancara dengan salah seorang pedagang senior yaitunya Bapak Syafril yang menyatakan bahwa berbeda dengan pedagang yang sekaligus punya perternakan pedagang tersebut hanya fokus pada sapi yang di peliharanya. Dengan membeli bibit sapi yang unggul lalu memberi pakan yang bagus, memberi vitamin dan obat-obatan. Kemudian melakukan perawatan yang optimal seperti kebersihan kandang ternak itu sendiri. Pedagang bisa menghitung lebih rinci biaya-biaya yang di keluarkan selama berternak dengan hasil daging yang di dapatkan setelah pemotongan

Berdasarkan penjabaran penulis diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di los dagingpasar Batusangkar tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar sehingga dengan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pedagang untuk kedepanya dan masyarakat bisa lebih memahami tentang penentuan harga jual daging di Batusangkar.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus dalam penelitian ini ialah faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalahnya adalah apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar

## **E. Manfaat dan Luaran Penelitian**

Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

### **1. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat teoritis**

Memberikan serta menambah pengetahuan atau informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar

#### **b. Manfaat praktis**

##### **1) Bagi penulis**

a) Penelitian ini sebagai bentuk penerapan dari ilmu-ilmu yang didapat penulis pada saat kuliah serta menambah wawasan peneliti.

b) Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)

## 2) Bagi akademik

Sebagai bahan tambahan informasi dan referensi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian mengenai strategi penetapan harga daging di pasar Batusangkar Kecamatan Lima Kaum.

## 3) Bagi pasar

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengambil pertimbangan bagi pihak pasar untuk mengambil kebijakan dalam penentuan harga daging.

## 2. Luaran Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat di terbitkan pada Jurnal Ilmiah yaitu Jurnal Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar

## **F. Defenisi Operasional**

Penentuan harga jual adalah menetapkan harga suatu barang, apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun, jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual selain itu penentuan harga juga memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi harga barang tersebut. Penentuan harga yang penulis maksud di sini adalah penentuan harga jual pada daging Sapi yang diperjual belikan pada Pasar Batusangkar.

Harga jual adalah besarnya harga yang akan di bebaskan kepada konsumen atau di hitung dari biaya produksi dan laba yang di harapkan.. Harga jual yang penulis maksud di sini adalah harga jual daging Sapi di Pasar Batusangkar.



## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Definisi dan Peranan Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan sejumlah produk atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen (Nuryadin, 2007: 88). Menurut (Swastha dan Irawan ,2005: 241) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah jumlah uang yang ditambah dengan beberapa produk yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut (Tjiptono, 1997: 151) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang dapat ditukarkan untuk memperoleh hal kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa yang bisa dinyatakan dalam berbagai istilah seperti iuran, tariff, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, SPP, dan sebagainya. Menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 98) bahwa istilah harga dalam bisnis jasa bisa ditemui dengan berbagai sebutan seperti *fee*, *service charge* pada bank, jasa jalan tol atau ongkos pada angkutan umum, premi dalam istilah asuransi, dan pialang menggunakan istilah komisi. Oleh sebab itu, dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayar oleh pembeli untuk menilai pelayanan yang ditawarkan oleh penjual baik dalam bentuk barang atau jasa.

Harga dapat mempengaruhi laba usaha. Laba usaha diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga per unit dikalikan kuantitas yang terjual. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$\text{Laba} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya Total}$ $\text{Laba} = (\text{Harga per unit} \times \text{kuantitas barang yang terjual}) - \text{Biaya Total}$
---

Harga sangat berperan dalam setiap usaha yang dilakukan sebab tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang terjual dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi keuangan suatu usaha/badan usaha (Nuryadin, 2007: 89)

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu (Tjiptono, 1997: 152) :

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

## **2. Penetapan Harga**

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memposisikan sebuah produk. Di

lain pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan. Para pesaing dapat juga melakukan perubahan harga dengan cepat dengan memaksa perusahaan mengambil keputusan yang cepat mengenai hal yang harus dilakukan untuk menanggapi. Frekuensi dan tekanan yang keras, di dalam keadaan perubahan harga harus dilakukan sebagai reaksi terhadap harga yang ditetapkan oleh pesaing, menyebabkan manajer pemasaran merasakan persaingan dalam penetapan harga dan persaingan harga sebagai salah satu variabel bauran pemasaran lainnya yang paling menekan yang harus dihadapinya. Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang suatu kontrak kerja baru.

Perusahaan harus memutuskan di mana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Penetapan harga dibagi menjadi beberapa sasaran, tetapi di sini sasaran penetapan harga dipilih sebagai berikut: (Setyaningrum)

- a. Sasaran prestise (prestige objectives) Tidak terkait dengan tingkat keuntungan atau volume penjualan. Tujuannya menciptakan prestise melalui harga yang ditawarkan untuk produk tertentu. Kesan eksklusif dan kualitas tinggi dikembangkan oleh konsumen yang sadar akan statusnya yang tinggi
- b. Sasaran untuk memperoleh yang besar (profitability objectives) Sasaran volume terjadi bila pemimpin perusahaan menentukan batas minimum keuntungan yang harus dicapai oleh perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat terus meningkatkan dan memaksimalkan volume penjualannya. Alasan adalah peningkatkan penjualan lebih penting daripada keuntungan besar jangka pendek. Dengan demikian, tujuan pendekatan volume ini agar situasi bersaing perusahaan dapat dipertahankan pada masa depan sampai volume penjualan maksimal.

- c. Sasaran untuk menghadapi persaingan (*meeting competition objectives*)  
 Dalam hal tujuan penetapan harga adalah menanggapi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. Hal itu terjadi jika ada persaingan ketat antar perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan-pelayanan tambahan yang ditawarkan untuk berbagai macam produk. Banyak perusahaan mendorong harga yang stabil dengan menyesuaikan dengan harga pesaing dan bersaing memperoleh pangsa pasar dari strategi produk.

### 3. Konsep Penetapan Harga

#### a. Strategi Penetapan Harga

Dalam persaingan bisnis, harga menjadi tolak ukur produk oleh konsumen dan perolehan laba yang diinginkan oleh produsen. Untuk menyikapi itu para produsen harus menggunakan strategi dalam penetapan harga atas produknya.

Berikut ini berbagai pilihan teknik/strategi penetapan harga:

- 1) Strategi Penetapan Harga Produk Baru  
 Strategi penetapan harga akan berubah pada saat produk melewati siklus hidup. Tahap pengenalan produk baru merupakan tantangan tersendiri. Penetapan harga produk inovatif yang dilindungi hak paten dan produk tiruan dari produk yang sudah ada.

Perusahaan yang menghasilkan produk inovatif yang dilindungi hak paten dapat memilih satu diantara dua strategi: penetapan harga skimming pasar dan penetapan harga penetrasi pasar.

- a) Penetapan Harga Skimming  
 Strategi ini diterapkan pada produk temuan baru pada saat diluncurkan ke pasar. Pada awalnya diterapkan harga tinggi. Ini dimaksudkan untuk menutup investasi riset dan pengembangannya. Selanjutnya, harga dikurangi secara bertahap agar dapat bersaing. Tujuan strategi ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek. Skimming pasar hanya dilakukan pada kondisi tertentu. Pertama, kualitas dan citra

produk harus mendukung harganya yang mahal, dan jumlah pembeli yang menginginkan produk pada harga tersebut memadai. Kedua, biaya produksi dalam jumlah kecil tidak terlalu tinggi sehingga pembeli menunda memanfaatkan penerapan harga mahal. Ketiga, pesaing tidak akan dapat masuk ke pasar tersebut dengan mudah dan menjual produknya dengan harga yang lebih rendah.

- b) Penetapan Harga Penetrasi Berbeda dengan penetapan harga skimming, penetapan harga penetrasi merupakan penetapan harga suatu produk standar. Metode ini menetapkan harga perdana yang rendah dengan agar dapat segera diterima pasar secara luas. Salah satu tujuan metode ini adalah untuk mendapatkan pelanggan setia. Penetapan harga rendah lebih disukai karena beberapa kondisi. Pertama, pasar harus sangat peka terhadap harga sehingga harga rendah dapat membuka pasar yang lebih luas. Kedua, biaya produksi dan distribusi harus turun pada saat volume penjualan meningkat. Ketiga, harga rendah harus membantu menghindari persaingan (Mahfoedz, 2005: 141)

b. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Persepsi Pelanggan Mengenai Nilai

Kotler dan Amstrong, mengemukakan bahwa strategi penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan mengenai nilai dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu penetapan harga berdasarkan nilai konsumen dan penetapan harga berdasarkan biaya (Kotler, 1997:95)

1) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Konsumen

Penetapan harga berdasarkan nilai konsumen menggunakan persepsi pembeli mengenai nilai, bukan biaya dari penjual, sebagai kunci dalam penetapan harga. Penetapan harga yang berorientasi pada pelanggan, menyangkut banyaknya nilai yang diberikan konsumen pada keuntungan yang mereka peroleh dari produk tersebut dengan harga yang menangkap nilai tersebut. Penetapan

harga berdasarkan nilai, berarti pemasar dapat mendesain produk dan program pemasaran terlebih dahulu, kemudian menetapkan harganya.

- 2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya Penetapan harga Berdasarkan biaya menyangkut penetapan harga berdasarkan biaya untuk menghasilkan, mendistribusi, dan menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian yang masuk akal untuk usaha dan resiko yang harus ditanggung. Dengan demikian, elemen biaya penting dalam strategi penetapan harga. Ada perusahaan yang mengusahakan supaya biaya produksinya serendah mungkin, bahkan menjadi produsen dengan biaya produksi terendah dalam industrinya.
- 3) Penetapan harga berdasarkan *Return of Investment* (ROI) Melalui metode ini, para pemasar berusaha agar perusahaan menetapkan sebuah harga yang memungkinkan diperolehnya penghasilan tertentu, yang sering kali disebut target ROI picing. Metode ini menuntut perusahaan meramal perencanaan volume (planning volume) untuk menetapkan baik biaya maupun tingkat keuntungan. Perencanaan volume tersebut adalah jumlah yang diperkirakan akan dijual oleh perusahaan selama satu tahun mendatang atau suatu harapan mengenai penjualan rata-rata selama beberapa tahun (Stiyaningrum: 144).

#### **4. Permintaan dan Penawaran.**

##### **a. Permintaan**

Perilaku permintaan merupakan salah satu perilaku yang mendominasi dalam praktek ekonomi mikro. Oleh sebab itu pembahasan mengenai permintaan yang ditinjau dari segi determinasi harga terhadap permintaan selalu menjadi pokok kajian dalam ilmu ekonomi. Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dalam periode tertentu (Iskanda, 2002: 34)

Dalam definisi ini dapat diketahui, bahwa permintaan terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Pendapatan Semakin besar pendapatan seseorang, maka permintaan terhadap suatu barang akan meningkat, meskipun harga barang tersebut tidak berubah.
- 2) Harga barang-barang lain yang terkait Harga barang-barang lain yang terkait dengan barang yang sedang dianalisis misalkan: permintaan volume penjualan baja ringan akan meningkat apabila harga menurun.
- 3) Selera Misalkan permintaan terhadap kayu kaso sekarang ini semakin rendah, dan sebaliknya permintaan baja ringan akan meningkat. Hal ini dikarenakan adanya perubahan selera terhadap suatu barang yang diminati.
- 4) Jumlah penduduk Semakin besar penduduk disuatu daerah, maka akan semakin banyak permintaan terhadap suatu produk di daerah tersebut. Teori permintaan dapat dinyatakan, Perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya, yaitu apabila permintaan naik, maka harga relatif akan naik, sebaliknya bila permintaan turun, maka harga akan turun (Soeharto, 2007: 115)

Hukum permintaan determinasi harga terhadap permintaan dengan mengasumsikan faktor-faktor yang mempengaruhinya dianggap akan menghasilkan hukum permintaan. Hukum permintaan menyatakan: bila suatu harga barang naik, maka permintaan barang akan naik. Hukum permintaan tersebut berlaku, jika asumsi-asumsi yang dibutuhkan terpenuhi, yaitu: *ceteris paribus* (Nasution, 2007: 34)

#### b. Penawaran

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu barang tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Sebagai suatu mekanisme ekonomi, penawaran terjadi karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi produsen dalam menawarkan produknya yaitu:

- 1) Harga barang itu sendiri
- 2) Harga barang-barang lain
- 3) Ongkos dan biaya produksi
- 4) Tujuan produksi dari perusahaan
- 5) Teknologi yang digunakan

Bila beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penawaran tersebut dianggap tetap selain harga barang itu sendiri, maka penawarannya ditentukan oleh harga. Hal ini berarti besar kecilnya perubahan penawaran ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Dalam hal inilah yang dikenal dengan hukum penawaran.

Hukum penawaran adalah suatu penawaran yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah harga barang tersebut yang ditawarkan pada penjual. Hukum penawaran: perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik, maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun (Soeharto, 2008: 140)

Rumus Penetapan Harga:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

Dalam pasar persaingan sempurna, harga berbentuk dari kesepakatan produsen dan konsumen. Akan tetapi, pada kenyataannya kondisi ini jarang terjadi. Salah satu pihak lain (umumnya produsen) dapat mendominasi pembentukan harga atau pihak lain diluar produsen dan konsumen (misalnya pemerintah, pesaing, pemasok, distribusi, asosiasi, dan sebagainya) turut berperan dalam pembentukan harga tersebut. Tetapi sering kali harga pasar yang tercipta dianggap tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam dunia nyata mekanisme pasar terkadang tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang



mendistribusikannya. Untuk itu, pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga.

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, permintaan). Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar. (Kari, 2003: 10)

### **5. Tujuan Penetapan Harga Jual**

Perusahaan telah memilih pasar sasaran dan penentuan posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan cukup jelas. Semakin jelas perusahaan, semakin mudah untuk menetapkan harga. Penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai.

Adapun tujuan dalam penetapan harga antara lain adalah (Nuryadin, 2007: 91) :

#### **a. Tujuan Berorientasi pada Laba**

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global, kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, sehingga tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum. Oleh karena itu ada pula perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba, yakni tingkat laba yang sesuai atau pantas sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang biasa digunakan, yaitu target margin dan target ROI (Return On Investment).

b. Tujuan Berorientasi pada Volume

Perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini diterapkan oleh perusahaan perusahaan penerbangan.

c. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

d. Tujuan Stabilisasi Harga

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

## 6. Peran Pemerintah dalam Mengendalikan Harga Jual Daging

Daging sapi merupakan produk yang diperdagangkan di pasar internasional. Di Indonesia permintaan terhadap daging sapi terus meningkat sehingga senjang produksi dan konsumsi terus membesar. Akibatnya harga daging sapi di pasar domestik terus meningkat naik. Sebagai negara importir, kondisi harga daging sapi di pasar internasional yang cenderung turun tidak mampu menekan kenaikan harga di pasar domestik. Bagi konsumen pendapatan tinggi, kenaikan harga tersebut bukan merupakan masalah, namun kenaikan harga daging sapi dapat berdampak pada kenaikan harga daging dan telur ayam. Padahal diketahui selama ini daging dan telur ayam merupakan bahan pangan bergizi dengan harga relatif murah. Jika harganya juga ikut naik maka dapat mengancam ketahanan pangan.

Karena itu dipandang perlu melakukan pengendalian harga daging (Permana, 2013: 13).

Urgensi upaya pengendalian harga daging sapi karena kenaikan harga daging sapi dapat merembet pada kenaikan harga daging dan telur ayam. Kedua kelompok komoditas tersebut saling berhubungan baik sebagai komplemen maupun substitusi. Padahal diketahui selama ini daging dan telur ayam merupakan bahan pangan bergizi dengan harga relatif murah. Sudah banyak kalangan menengah ke bawah yang mampu mengakses bahan pangan tersebut. Jika harganya juga ikut naik maka dapat mengancam ketahanan pangan penduduk kelompok ini yang pangsa mencapai 80 persen dari total penduduk nasional. Peran pemerintah lebih bersifat regulasi dan pendukung dalam pembangunan peternakan dengan tujuan utama untuk menyejahterakan masyarakat. Salah satu peran yang harus dilakukan adalah menentukan arah kebijakan (Permana, 2013: 16).

Peningkatan harga daging sapi yang sangat tinggi menjadi beban bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang akan merayakan hari raya Idul Fitri. Adalah tugas pemerintah untuk menurunkan harga daging sapi yang melonjak pada tingkat yang normal. Lonjakan harga daging sapi dikarenakan pasokan daging dalam negeri belum dapat memenuhi kebutuhan nasional, lemahnya koordinasi antar kementerian dalam pengumpulan data dan informasi mengenai persediaan dan permintaan kebutuhan daging sapi, minimnya infrastruktur untuk mendukung distribusi hewan dari daerah surplus ke daerah minus, dan adanya oknum pengusaha yang menahan pasokan daging ke pasaran. Oleh karena itu, pemerintah harus segera menangani masalah-masalah ini sehingga lonjakan harga daging sapi dapat diredam (Permana, 2013: 16).

Untuk meredam lonjakan harga daging sapi, pemerintah telah mengambil kebijakan untuk melakukan pengendalian harga di pasaran. Instrumen kebijakan yang digunakan pemerintah adalah dengan menghapus pembatasan kuota impor sapi potong dan melakukan penunjukan Perum Bulog sebagai stabilisator harga dengan memberikan izin kepada Perum Bulog untuk melakukan impor daging sapi. Kedua

instrumen ini diharapkan dapat mengembalikan posisi harga daging sapi ke posisi normal, yaitu sebesar Rp75.000,-/kg (Permana, 2013: 16).

### **7. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga Jual**

Hukum *The Law of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedang input-input lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input akan meningkat sehingga harga jual produk juga akan meningkat. Demikian halnya jika satu macam input dikurangi penggunaannya sedang input lain tetap maka output yang dihasilkan dari setiap pengurangan satu unit input akan menurun sehingga harga jual produk juga akan menurun (Rianto & Amalia, 2014: 168). Berdasarkan hukum tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan biaya produksi akan berimbas pada meningkatnya harga jual sebuah produk.

Hukum Target Costing yang dikemukakan oleh Blocher menunjukkan bahwa laba yang diinginkan merupakan harga jual yang ditentukan oleh pasar dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga target earning atau laba yang diharapkan berpengaruh terhadap harga jual sebuah produk (Blocher, 2000: 21).

Kotler dan Armstrong (1994: 341) berpendapat bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya.

Selanjutnya faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan (Tjiptono, 2007: 154)

- a. Faktor internal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
- 1) Tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.
  - 2) Strategi bauran pemasaran. Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.
  - 3) Biaya sebagai faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
  - 4) Organisasi dalam hal ini manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.
- b. Faktor eksternal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
- 1) Sifat pasar dan permintaan. Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar. Memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya akan diupayakan melalui serangkaian pertanyaan apakah pasar termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.
  - 2) Persaingan, merupakan kekuatan pokok yang memengaruhi persaingan dalam suatu industri menurut Porter (1985) ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

- a) Jumlah perusahaan dalam industri
  - b) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri
  - c) Diferensiasi produk
  - d) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut
- 3) Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

## **8. Metode Penetapan Harga Jual**

Di dalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode penetapan harga. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan di atas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa. Menurut Tjiptono (1997: 153) terdapat beberapa macam metode dalam penetapan harga jual, diantaranya :

### **a. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan**

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, di antaranya yaitu; kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non-harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen dalam pasar.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

Sedangkan menurut Sumarli ada beberapa metode penentuan harga jual tetapi yang sering dipakai adalah lima metode sebagai berikut: (Sumarli, 49)

a. Gross Margin Pricing

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut "*Mark On Percentage*" atau *Mark up*

Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Persentase mark up besarnya berbeda-beda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mempunyai resiko besar akan menentukan persentase mark up ini relatif lebih panjang dibanding dengan perusahaan yang risikonya tidak begitu besar. Beberapa faktor yang memengaruhi besarnya mark up di

antaranya musiman tidaknya produksi, tinggi rendahnya biaya operasi, besar kecilnya aktiva yang digunakan, dan tajam tidaknya persaingan.

b. Direct Cost Pricing

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas yang menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini dikenal dengan Marginal Income Pricing karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan marginal income. Marginal income berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biayabiaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

c. Full Cost Pricing

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan.

d. Time and Material Pricing

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. Time dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, di mana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari: (Sumarli: 49)

- 1) Upah langsung dan premi pada karyawan
- 2) Bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja
- 3) Bagian untuk laba

Material adalah semua biaya yang dimaksudkan untuk job tertentu ditambah handling dari material biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari cost material. Dengan menentukan Time dan



Material tersebut maka dengan mudah perusahaan bisa menentukan harga jual suatu produk.

## **9. Pengertian Penjualan**

Volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan. Volume penjualan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan atau instansi dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu turun naik. Kemungkinan turun naiknya hasil penjualan tersebut terjadi secara teratur sehingga perusahaan dapat memiliki pedoman yang tetap di dalam pembuatan peramalan (Putu: 4)

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa mempunyai tujuan akhir, yaitu untuk menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos untuk memperoleh laba (Rangkuti, 2009: 57)

Menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya. Penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan pendapatan usaha pokok atau pendapatan utama bagi perusahaan yang memperjualbelikan barang-barang kepada pelanggan (Komara: 30)

Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada

pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi. Penjualan merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai gantinya dengan persetujuan untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran. Keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat. Dengan kata lain, apakah usaha itu dapat laba atau tidak, sangat tergantung kepada keberhasilan penjualan itu.

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter (Rangkuti, 2009: 57). Pada perusahaan dagang, penjualan barang dagangan dicatat dengan mendebit akun kas atau piutang dagang dan mengkredit akun penjualan. Penjualan adalah nama akun yang digunakan dalam perusahaan dagang, seperti halnya akun pendapatan dalam perusahaan jasa. Akun penjualan hanya digunakan untuk mencatat penjualan barang dagangan dan tidak untuk penjualan selain barang dagang (Purnastuti, 2014: 3)

## **10. Biaya Produksi dalam Penentuan Harga Jual**

### **a. Pengertian Biaya produksi**

Salah satu pengelompokan biaya berdasarkan produknya adalah biaya produksi. Biaya produksi dapat diartikan sebagai biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan. Beberapa pendapat mengenai pengertian biaya produksi dari para ahli

Riwayadi ( 2006 : 64 ), biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi, dimana fungsi produksi merupakan fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Pinasih (2005 : 59 ), Biaya

produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu proses dan akan dipertemukan dengan penghasilan diperoleh produk untuk dijual. Firdaus dan Wasilah (2009 : 42), biaya produksi merupakan biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk proses produksi. Biaya produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

#### b. Klasifikasi Biaya Produksi

Biaya produksi dapat diklasifikasikan menurut komponen dalam proses manufaktur. Klasifikasi atas biaya produksi perlu dilakukan untuk tujuan pengukuran laba dan penentuan harga pokok produk yang akurat atau tepat serta pengendalian biaya. Firdaus dan Wasilah (2009:24), dalam bukunya mengklasifikasikan biaya produksi ke dalam tiga bagian, yaitu :

##### 1) Biaya bahan langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan biaya perolehan dari seluruh bahan langsung yang menjadi bagian yang integral sehingga membentuk barang jadi. Misalnya kayu yang dipakai untuk memproduksi meja ataupun kursi. Mulyadi (2005:309), terdapat dua macam metode pencatatan biaya bahan baku yang dipakai dalam produksi, yaitu :

##### a) Metode mutasi persediaan (perpetual inventory method)

adalah metode yang mencatat setiap perubahan persediaan dalam rekening persediaan sehingga jumlah persediaan dapat diketahui setiap saat.

b) Metode persediaan fisik (physical inventory method)

adalah metode yang mencatat setiap perubahan persediaan dalam rekening pembelian sehingga jumlah persediaan baru dapat diketahui pada akhir periode akuntansi.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi biaya bahan baku yaitu:

- a) Potongan pembelian, diperlakukan sebagai pengurangan terhadap harga pokok bahan baku yang dibeli.
  - b) Biaya angkut pembelian, memiliki dua perlakuan yaitu :
  - c) Sebagai tambahan harga pokok bahan baku yang dibeli dialokasikan kepada masing-masing jenis bahan baku yang dibeli berdasarkan perbandingan kuantitas tiap jenis bahan baku yang dibeli, perbandingan harga faktur tiap jenis bahan baku yang dibeli dan tariff yang ditentukan dimuka.
  - d) Sebagai tambahan harga pokok bahan baku yang dibeli, namun diperlakukan sebagai unsur biaya overhead pabrik yaitu taksiran jumlah biaya angkutan selama satu tahun.
  - e) Biaya penyimpanan dan pengolahan bahan baku, terjadi apabila bahan yang dibeli oleh perusahaan banyak sehingga bahan tersebut tidak habis dalam sekali proses produksi. Penyimpanan dan pengolahan bahan bakumencakup banyak kegiatan dan bagian yang terkait sehingga terjadi kesulitan dalam melakukan alokasi biaya-biaya yang terjadi sehingga diperhitungkan sebagai biaya overhead yang dibebankan berdasarkan tarif ditentukan dimuka.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya dari semua tenaga kerjalangsung yang secara fisik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi. Misalnya pekerja yang bertugas sebagai operator mesin di pabrik atau yang bertugas sebagai pemotong kayu

dalam produksi meja ataupun kursi. Mulyadi (2005:344), terdapat penggolongan biaya tenaga kerja sebagai berikut:

- a) Penggolongan berdasarkan fungsi pokok perusahaan
  - (1) Biaya tenaga kerja produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk dibebankan pada biaya tenaga kerja yang timbul akibat proses produksi, seperti gaji karyawan bagian produksi
  - (2) Biaya tenaga kerja administrasi dan umum yaitu biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk proses yang berkaitan dengan keadministrasian, seperti gaji karyawan bagian akuntansi.
- b) Penggolongan berdasarkan departemen-departemen dalam perusahaan, digolongkan berdasarkan departemen-departemen yang ada di perusahaan, misalnya departemen produksi perusahaan kertas terdiri dari tiga departemen yaitu bagian pulp, bagian kertas dan bagian penyempurnaan.
- c) Biaya tenaga kerja dalam departemen produksi tersebut digolongkan sesuai dengan bagian-bagian yang dibentuk dalam perusahaan tersebut.
- d) Penggolongan berdasarkan jenis pekerjaan, digolongkan berdasarkan jenis pekerjaan yang ada pada setiap departemen di perusahaan seperti dalam departemen produksi tenaga kerja terdiri dari mandor, operator, dan lain-lain. Biaya tenaga kerja yang muncul adalah upah mandor, upah operator, dan lain-lain.
- e) Penggolongan berdasarkan hubungan dengan produk, membedakan biaya tenaga kerja ke dalam tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung dibebankan dalam unsur biaya produksi sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung dibebankan pada biaya overhead pabrik.

Selain itu juga terdapat pengklasifikasian biaya tenaga kerja ke dalam tiga golongan besar, yaitu :

- a) Gaji dan upah, yaitu jumlah gaji dan upah bruto dikurang ipotongan-potongan seperti pajak penghasilan karyawan biaya asuransi hari tua. Cara perhitungan upah karyawan adalah tarif upah dikali dengan jam kerjakaryawan.
- b) Premi lembur, premi lembur akan diberikan apabila karyawan bekerjalebih dari 40 jam dalam satu minggu.3.Biaya-biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja (labor relatedcosts) :Setup Time (Biaya pemula produksi) adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi.b.Idle Time (Waktu menganggur) biaya yang apabila terjadi hambatan-hambatan, kerusakan mesin atau kekurangan pekerjaan, sehingga menimbulkan waktu menganggur bagi karyawan. Biaya-biaya yang dikeluarkan selama waktu menganggur ini diperlakukan sebagai unsur biaya overhead pabrik.
- c) Biaya overhead pabrik adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Istilah lain untuk biaya ini adalah biaya produksi tidak langsung. Istilah ini sesuai dengan sifat biaya overhead pabrik yang terdiri atas berbagai elemen-elemen biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada satuan-satuan,pekerjaan-pekerjaan atau produk-produk tertentu. Dengan demikian biaya-biaya tidak langsung ini dihimpun dan dialokasikan kepada pekerjaan atau produk yang dihasilkan melalui kelompok biaya yang disebut biaya overhead pabrik.

Charter dan Usry (2006:411),memberikan defenisi biaya oerhead pabrik sebagai berikut : Biaya overhead pabrik merupakan bahan baku ,tidak langsung dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat secara nyaman diidentifikasi dengan atau dibebankan langsung kepemesan, produk atau obyek biaya lain yang spesifik.

Menurut Mulyadi (2005:193), biaya overhead pabrik dapatdigolongkanmenjadi tiga bagian, yaitu :

- a) Penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya, seperti : biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya reparasi dan pemeliharaan, biaya penyusutan aktiva tetap.
- b) Penggolongan biaya overhead pabrik menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, diantaranya : biaya overhead pabrik tetap, biaya overhead pabrik variabel, biaya overhead pabrik semi variabel.
- c) Penggolongan biaya overhead pabrik menurut hubungannya dengan departemen, yaitu : biaya overhead pabrik langsung departemen, biaya overhead pabrik tidak langsung departemen.

Penentuan tarif biaya overhead pabrik menurut Mulyadi(2005:197), dilakukan melalui tiga tahap, yaitu :

- a) Menyusun anggaran biaya overhead pabrik
- b) Memilih dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk
- c) Menghitung tarif biaya overhead pabrik

Menurut Charter dan Usry (2006:413), setidaknya ada 5 faktor yang mempengaruhi pemilihan tarif biaya overhead pabrik, yaitu:

- a) Dasar yang digunakan. output fisikb. biaya bahan baku langsungc. biaya tenaga kerja langsungd. jam tenaga kerja langsung e. jam mesinf. transaksi atau aktifitas
- b) Pemilihan tingkat aktifitas. kapasitas teoritisb. kapasitas praktisc. kapasitas aktual yang diperkirakan d. kapasitas normale. Dampak kapasitas terhadap tarif overheadf. kapasitas menganggur versus tarif overhead
- c) Memasukkan atau tidak memasukkan overhead tetap. perhitungan biaya penerapan penuh overhead.

Akuntansi tenaga kerja memelihara akun-akun yang berhubungan dengan beban gaji, membebankan tenaga kerja langsung ke pesanan dan membebankan tenaga kerja tidak langsung ke overhead. Akuntansi overhead mengakumulasi biaya overhead,

memelihara catatan terinci atas overhead dan membebankan sebagian dari overhead ke pesanan.

### 3) Sistem Perhitungan Biaya Berdasarkan Proses

Perhitungan biaya berdasarkan proses, biasanya digunakan apabila produk yang diproduksi bersifat homogen. Dalam perhitungan biaya berdasarkan proses, bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik dibebankan ke pusat biaya. Biaya yang dibebankan ke setiap unit ditentukan dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya dengan total unit yang diproduksi. Jika produk dari suatu proses menjadi bahan baku dari proses berikutnya, maka biaya per unit dihitung untuk setiap proses.

## 11. Laba

### a. Pengertian Laba

Secara bahasa laba berarti pertumbuhan dalam dagang. Salah satu tujuan usaha adalah untuk mencapai laba. Dimana laba merupakan gambaran dari pertumbuhan harta. Laba itu muncul karena terjadinya proses perputaran modal dan pengoperasiannya dalam kegiatan-kegiatan dagang dan moneter.

Suwardjono (2008:14), laba adalah imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang / jasa).

Menurut Stice, et.al (2004:226), Laba adalah hasil dari investasi. Definisi lebih luas, laba adalah jumlah yang dapat diberikan kepada investor (sebagai hasil investasi) dan kondisi perusahaan di akhir periode masih sama baiknya atau kayanya dengan di awal periode.

Dari beberapa definisi tentang laba yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa laba adalah merupakan kas masuk bagi perusahaan. Laba tersebut akan dapat menaikkan modal perusahaan yang akan digunakan untuk melaksanakan kegiatan perusahaan. Secara



umum kriteria penentuan batas laba dalam islam adalah sebagai berikut :

- 1) Kelayakan dalam penetapan laba Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Pernyataan ini menjelaskan bahwa batasan laba ideal (pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini akan menimbulkan perputaran barang secara cepat dan meningkatnya peranan uang yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan laba.
- 2) Keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba Islam menghendaki adanya keseimbangan antara standar laba dan tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal. Semakin tinggi tingkat kesulitan dan resiko, maka semakin besar pula laba yang diinginkan pedagang.
- 3) Masa perputaran modal Peranan modal berpengaruh terhadap standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang, yaitu dengan semakin lama masa perputaran dan bertambahnya tingkat resiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan pedagang atau pengusaha.
- 4) Cara menutupi harga penjualan Ada 2 macam cara pembayararan harga, yaitu pembayaran tunai dan pembayaran kredit. Jual-beli yang pembayarannya sampai batas waktu tertentu hukumnya boleh jika jual beli itu terlengkapi syarat-syarat yang telah disepakati (akad) antara penjual dan pembeli.
- 5) Unsur-unsur pendukung Selain hal-hal diatas, unsur-unsur seperti keadaan ekonomi yang berubah dari waktu ke waktu dapat memberikan dampak terhadap usaha yang mempengaruhi laba. Selagi unsur-unsur tersebut tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah hukum islam maka diperbolehkan.

Menurut Kusnaldi (2004:125), besarnya laba dapat dilihat dari laporan laba-rugi perusahaan yang menunjukkan sumber dari mana penghasilan diperoleh serta beban yang dikeluarkan sebagai beban

perusahaan. Perusahaan akan memperoleh laba apabila pendapatan yang diperoleh lebih besar dari beban yang dikeluarkan dan dikatakan rugi apabila terjadi sebaliknya.

#### b. Jenis Laba

Menurut Soemarso (2004:198), laba terbagi dalam beberapa jenis dalam kaitannya dengan laba-rugi, yaitu :

##### 1) Laba bruto

Laba bruto merupakan pendapatan dikurangi harga pokok penjualan. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan. Laba bruto sering disebut juga laba kotor, hal ini dikarenakan jumlah masih harus dikurangi dengan biaya usaha.

##### 2) Laba operasi

Laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.

##### 3) Laba sebelum pajak

Laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan.

##### 4) Laba dari operasi berjalan

Laba dari operasi berjalan merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak .

##### 5) Laba bersih

Laba bersih adalah laba atau rugi operasi berkelanjutan dikombinasikan dengan hasil operasi yang dihentikan, pos luar biasa, dan pengaruh kumulatif dari perubahan prinsip akuntansi, memberi pemakai laporan ikhtisar pengukur kinerja perusahaan untuk periode berjalan. Laba bersih merupakan angka terakhir dalam laporan laba-rugi. Jika perusahaan memiliki tujuan untuk mencapai laba ekonomi sebesar mungkin, maka mereka akan berusaha membuat perbedaan

sebesar mungkin antara total penerimaan dengan total biaya ekonomi.

c. Unsur-Unsur yang Membentuk Laba

Stice, et.al (2004:240), membagi unsur-unsur yang membentuk laba antara lain:

1) Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan menunjukkan nilai penjualan total kepada pelanggan dalam suatu periode dikurangi retur dan potongan penjualan atau diskon penjualan. Retur dan potongan penjualan serta diskon penjualan harus dikurangkan dari penjualan bruto untuk mendapatkan nilai penjualan bersih.

2) Harga Pokok Penjualan (*Cost of Goods Sold*)

Pada perusahaan dagang dan manufaktur, harga pokok barang yang tersedia untuk dijual harus dihitung terlebih dahulu. Nilai ini merupakan penjumlahan persediaan awal, pembelian bersih dan semua pembelian, beban angkut, dan penyimpanan barang yang terkait dengan pembelian barang.

3) Beban Operasi (*Operating Income*)

Beban operasi dapat dilaporkan dalam dua bagian yaitu beban penjualan dan beban administrasi dan umum. Untuk perusahaan manufaktur, beban yang terkait dengan produksi dan fungsi administrasi harus dialokasikan secara merata antara beban overhead dan beban operasi.

4) Pendapatan dan Keuntungan Lain-lain (*Other Revenues and Gains*) Bagian ini biasanya mencakup unsur yang berkaitan dengan aktivitas sampingan perusahaan. Misalnya, sewa, bunga, dividen, keuntungan dari penjualan aktiva.

5) Beban dan Kerugian Lain-lain (*Other Expenses and Losses*)

Bagian ini mencakup unsur yang berkaitan dengan aktivitas sampingan perusahaan, akan tetapi merupakan akibat dari penurunan

bukan peningkatan laba. Misalnya, beban dan kerugian dari penjualan aktiva.

6) Pajak Penghasilan Atas Laba Operasi Berkelanjutan (*Income Taxes on Continuing Operations*)

Beban pajak penghasilan atas laba adalah jumlah dari semua pajak atas laba dari seluruh transaksi yang dilakukan oleh perusahaan selama satu tahun.

d. Laba Kotor

Dalam pengertian secara umum, laba kotor dikatakan sebagai kelebihan penjualan bersih terhadap harga pokok penjualan. Menurut Wild, et.al (2005:120), Laba kotor merupakan pendapatan dikurangi harga pokok penjualan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa laba kotor merupakan selisih antara pendapatan bersih dengan harga pokok penjualan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi laba kotor, yaitu :

- 1) Faktor penjualan Penjualan yang terdiri atas harga jual satuan dan kuantitas atau volume penjualan. Kenaikan atau penurunan harga jual berpengaruh terhadap laba kotor. Penyimpangan laba kotor dapat disebabkan perusahaan menjual produk dengan harga jual lebih besar atau jauh lebih kecil daripada harga jual yang direncanakan. Namun, jika harga jual ditentukan pemerintah, umumnya tidak akan timbul selisih harga jual. Kenaikan atau penurunan volume penjualan berpengaruh terhadap laba kotor. Penyimpangan laba kotor dapat juga disebabkan perusahaan menjual produk dengan volume penjualan lebih besar atau jauh lebih kecil daripada volume penjualan yang direncanakan.
- 2) Faktor harga pokok penjualan terdiri banyak unsur, tergantung pada jenis perusahaannya. Pada perusahaan dagang harga pokok penjualan terdiri dari unsur persediaan barang dagang pada awal periode, pembelian barang dagang, potongan pembelian, retur pembelian dan ongkos angkut pembelian (freight in). Pada perusahaan manufaktur, harga pokok penjualan terdiri dari unsur biaya produksi,

persediaan barang dalam proses dan persediaan barang jadi. Perubahan pada unsur-unsur harga pokok penjualan baik pada kenaikan maupun penurunan berpengaruh terhadap laba kotor.

e. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Kotor

Laba kotor merupakan nilai penjualan setelah dikurangkan dengan harga pokok penjualan. Dalam perusahaan manufaktur, harga pokok penjualan terdiri dari unsur biaya produksi, persediaan barang dalam proses dan persediaan barang jadi. Biaya produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dalam rangka penciptaan produknya. Biaya ini akan membentuk harga pokok penjualan setelah diperhitungkan jumlah persediaan barang dalam proses dan persediaan barang jadi. Kemudian harga pokok penjualan ini akan menjadi pengurang bagi penjualan sehingga diperoleh laba kotor (Wild, et.al, 2005:198).

Dari uraian di atas jelaslah bahwa biaya produksi merupakan salah satu unsur yang membentuk laba kotor. Adanya hubungan dan pengaruh biaya produksi terhadap laba kotor memberikan pengertian bahwa perubahan pada biaya produksi juga mengakibatkan perubahan pada laba kotornya, karena biaya produksi mengurangi pendapatan perusahaan. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba kotor. Dimana jika biaya produksi naik, sedangkan unsur lainnya tetap, maka laba kotor cenderung turun. Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba kotor, salahsatunya ditentukan oleh strategi-strategi yang diterapkan perusahaan berkaitan dengan efisiensi biaya terutama biaya produksi.

## 12. Penetapan Harga Jual Menurut Islam

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad (Syafei, 2007: 93).

Hadits yang menunjukkan bahwa Rasulullah tidak menetapkan harga, namun menyerahkannya kepada pasar yaitu dalam Hadits yang diriwayatkan Abu Dawud dari Abu Hurairah bahwa ada seseorang berkata kepada Nabi SAW :

Artinya : *“Sesungguhnya Allah lah yang menentukan pergerakan harga, yang melapangkannya, yang menyempitkannya, sedangkan aku berharap untuk menghadap kepada Allah dan tidak seorangpun yang menuntutku dengan satu kezaliman, baik dalam urusan jiwa (darah) atau harta kekayaan. (HR Abu Dawud).*

Hadits di atas menjelaskan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tidak ada seorang pun yang dapat mempengaruhi pasar karena pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Muhammad: “Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Tas’ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan.” (Taimiyah, 2007: 93). Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menurut Qardhawi, jika pedagang menahan suatu barang, sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat harga pertama. Dalam kasus ini, para pedagang secara suka rela harus menerima penetapan harga oleh pemerintah. Pihak yang berwenang wajib menetapkan harga itu. Dengan demikian, penetapan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagaimana diminta oleh Allah. Sedang menurut Adiwarmanto Karim ”Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran”. Dari definisi tersebut jelaslah bahwa yang

menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk /jasa dari para pengusaha/pedagang, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli, duopoli, oligopoli, dan persaingan sempurna. Apapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen.

Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Jadi para pembeli dan para penjual masing-masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga (Karim, 2007: 93). Salah satu masalah yang penting dari teori produksi adalah bagaimana menentukan harga dari factor produksi. Dalam teori produksi konvensional, masalah penetapan harga ini terkait dengan upaya pencapaian tingkat keuntungan perusahaan. Salah satu pendekatan yang populer dipergunakan dalam factor pricing adalah pendekatan produktivitas marginal (Rahmawaty, 2008: 123

Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan

Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan

## **B. Penelitian Relevan**

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan - temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan. Diantara penelitian relevannya adalah:

1. Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Citra Minang di Makassar oleh Nadyah Sulpa Abdul Hamid Habbe Darmawati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penentuan harga jual menurut Rumah Makan Citra Minang dan nilai harga jual produk bila dihitung menggunakan metode cost plus pricing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode penetapan harga jual pada Rumah Makan Citra Minang berdasarkan pada taksiran biaya produksi bahan baku utama yaitu lauk. Penentuan harga jual per porsi yang sudah ditetapkan perusahaan sebesar Rp.16.000 dan mark-up yang dicapai sebesar 49,09%, sedangkan persentase mark-up yang diinginkan perusahaan sebesar 60%, sehingga harga jual yang seharusnya ditetapkan perusahaan adalah sebesar Rp. 17.000,-.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian relevan adalah sama-sama membahas tentang bagaimana proses penentuan harga jual yang dalam penelitian relevan ini tentang proses penentuan harga jual pada sebuah rumah makan. Sementara itu yang menjadi perbedaan antara penelitian penulis dengan peneliti relevan adalah penulis lebih menfokuskan hanya kepada bagaimana penentuan harga jual daging itu terjadi sementara ketentuan dari harga jual daging ini sudah ditentukan oleh pemerintah akan tetapi kenyataan dilapangan berbeda. Berbeda dengan penelitian relevan yang mana penentuan harganya tercipta dari banyak aspek penentuan harga jual. Selain itu yang menjadi perbedaan juga



yaitu dari segi metode penelitiannya. Peneliti menggunakan penelitian deskripsi kualitatif.

2. Kartel Penetapan Harga Daging Sapi Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha oleh Ade Darmawan Basri. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, serta menggunakan berbagai pendekatan masalah yaitu dengan menggunakan statue approach, conceptual approach, dan case approach. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perkara Nomor 10/KPPU-I/2015 menunjukkan bahwa perusahaan impor telah melakukan perjanjian untuk menahan pasokan sapi, padahal yang memberikan kebijakan tidak lain adalah pemerintah yang memangkas impor sapi dari 200.000 ekor per tahun 2015 menjadi 50.000 ekor, sedangkan pada tahun 2015 pemerintah memperkirakan kebutuhan sapi sampai 4 juta ekor yakni 20% atau 750.000 dipasok lewat impor, maka dampaknya yaitu pengurangan impor sapi sebanyak 150.000 ekor, implikasinya adalah berkurangnya pasokan yang menyebabkan lonjakan harga naik.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang harga daging. Selanjutnya yang menjadi persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode deskripsif. Akan tetapi yang menjadi perbedaan antara penelitian relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian relevan membahas dan menfokuskan kepada bagaimana kartel penetapan harga daging sapi dalam perspektif hukum persaingan usaha sementara penelitian yang akan penulis lakukan menfokuskan kepada bagaimana penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar.

3. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi di Indonesia oleh Sri Dewi Anjani. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh konsumsi daging sapi, produksi daging sapi, pendapatan perkapita, dan nilai tukar nomina terhadap harga daging sapi di Indonesia dari tahun 1999 hingga tahun 2014. data yang digunakan data sekunder yang diperoleh dari Kementrian Pertanian, World Bank dan Bank Indonesia. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (OLS). Hasil

penelitian menunjukkan bahwa (1) konsumsi daging sapi berhubungan signifikan terhadap harga daging sapi di Indonesia (2) produksi daging sapi berhubungan negatif tidak signifikan terhadap harga daging sapi Indonesia (3) pendapatan perkapita Indonesia berhubungan positif signifikan terhadap harga daging sapi Indonesia (4) sedangkan nilai tukar nominal rupiah terhadap dollar Australia berhubungan negatif tidak signifikan terhadap harga daging sapi Indonesia.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang harga daging sapi. Namun yang menjadi perbedaannya dalam penelitian relevan menfokuskan pada Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi akan tetapi penulis menfokuskan kepada bagaimana penentuan harga daging sapi di pasar Batusangkar. Selanjutnya yang menjadi persamaan juga yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.

4. Fariyuntika, 2018 dengan judul Faktor-faktor penentuan harga ditinjau dari etika bisnis Islam (studi kasus pedagang Sembako di pasar Sekampung). Jenis penelitiannya adalah penelitian relevan (field research) data yang digunakan adalah teknik wawancara, dokumentasi. Hasil penelitiannya bahwa pada kenyataan yang sebagian besar pedagang sembako di Pasar Sekampung melakukan penentuan harga terlalu tinggi pada saat-saat yang memungkinkan yaitu pada hari-hari besar atau permintaan tinggi, pada saat kedaan ramai pembeli, selain itu juga dipengaruhi oleh faktor yang tidak tau harga dan pembeli yang terdesak dengan kebutuhannya. Kurangnya etikad baik para pedagang menyebabkan mereka menganggap bahwa apa yang mereka lakukan masih dapat dikategorikan wajar. Secara garis besar para pedagang sembako di Pasar sembako megakui pernah menentukan harga tinggi kepada pembeli padahal sudah jelas-jelas dalam islam tidak diperbolehkan.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian relevan adalah sama-sama membahas mengenai penentuan harga jual. Persamaan selanjutnya yaitu metode penelitian dan teknik pengumpulan

data yang sama. Yaitu sama-sama dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Yang menjadi perbedaannya adalah peneliti relevan lebih memfokuskan penelitiannya kepada faktor-faktor penentuan harga ditinjau dari etika bisnis islam sementara penulis hanya memfokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar.

5. Heri Narko, 2016 dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual bensin murni eceran (studi kasus pada penjual bensin eceran di Kecamatan Grabag Magelang). Jenis penelitiannya adalah metode dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan datanya adalah dengan metode angket dan wawancara. Hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual bensin yang meliputi laba (margin), produk atau penjualan produk dan biaya secara simultan sangat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penetapan harga jual bensin murni eceran di Kecamatan Grabag Magelang.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian relevan adalah sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual. Namun yang menjadi perbedaannya adalah penelitian relevan menggunakan metode penelitiannya yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif dan juga dalam teknik pengumpulan datanya menggunakan angket atau kuesioner. Sementara itu penelitian yang penulis lakukan hanya memfokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar.

6. Penelitian oleh Mujiyanto (2001), dengan judul Analisis Permintaan Daging Sapi di Kota Manokwari. Batasan operasional dalam penelitian tersebut menggunakan harga daging sapi, harga barang substitusi (harga ikan, telur, tahu, tempe), harga barang komplementer (beras dan tepung), pendapatan per kapita dan jumlah penduduk sebagai variabel bebas (X) dan permintaan daging sapi sebagai variabel terikat (Y). Penelitian tersebut menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dan uji t melalui

logaritma. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah harga daging sapi dan harga ikan memberikan pengaruh negatif. Sedangkan harga telur, harga tahu, harga tempe, harga barang komplementer, tingkat pendapatan per kapita memberikan pengaruh positif. Permintaan daging sapi di kota Manokwari tidak bersifat elastis terhadap barang substitusi, sedangkan terhadap barang komplementer bersifat elastis.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu objek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber (Nawawi, 2003:01).

#### B. Latar Dan Waktu Penelitian

Latar dan waktu penelitian dilaksanakan di pasar Batusangkar Kecamatan Lima Kaum yang beralamat di Jln. Kinantan Jati Batusangkar Kecamatan Lima kaum Kabupaten Tanah Datar dengan rancangan waktu penelitian sebagai beriku:

**Tabel 3. 1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

Keterangan	Tahun 2020-2021							
	Des 20	Jan 21	Feb 21	Mar21	Apr 21	Mei 21	Jun 21	Jul 21
Survey awal	√							
Pengajuan proposal	√							
Bimbingan proposal		√	√					
Seminar proposal				√				
Revisi siap seminar				√				
Penelitian				√				
Pengolahan data penelitian					√			
Bimbingan Tesis						√	√	
Sidang munaqasyah								√

### **C. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah yang sedang diteliti. Pada instrumen penelitian kali ini, dalam melakukan kegiatan penelitian, yang menjadi instrumen dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur.

Peneliti merupakan perencana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pengertian instrument atau alat penelitian tepat karena menjadi segalanya dan keseluruhan proses penelitian. Instrumen penelitian dimaksudkan sebagai alat pengumpul data (Lexi j, 2010:168).

### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data yang langsung di kumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber utama dalam penelitian ini adalah ketua Los daging pasar Batusangkar, para pedagang dan para konsumen daging di pasar Batusangkar Kecamatan Lima Kaum.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Metode observasi menurut Mardalis, adalah hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan atau suatu studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan atau fenomena social dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat (Mardalis, 1993: 63).

Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, yaitu menyajikan data secara rinci serta melakukan

interpretasi teoritis sehingga dapat diperoleh gambaran akan suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai.

## 2. Wawancara /Interview

Metode wawancara atau interview adalah suatu metode yang dilakukan dengan jalan mengadakan jalan komunikasi dengan sumber data melalui dialog (Tanya-jawab) secara lisan baik langsung maupun tidak langsung. Lexy J Moleong mendefinisikan wawancara sebagai percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Lexi J, 2002: 135).

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan metode wawancara langsung dengan subjek informan. Disamping itu untuk memperlancar proses wawancara dalam hal ini peneliti akan menggunakan metode wawancara langsung dengan subjek informan. Peneliti menggunakan wawancara/interview terstruktur.

## 3. Dokumentasi

Dokumen barang yang tertulis di dalam memakai metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan lain sebagainya. Dalam pengertian yang lebih luas, dokumen bukan hanya yang berwujud lisan saja, tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol (Arikunto, 1991:102).

## **F. Teknik Analisis Data**

Pengolahan data analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk strategi penetapan harga penjualan daging sapi di pasar Batusangkar Kecamatan Lima Kaum. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

### 1. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data diartikan sebagai peruses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Laporan atau data yang diperoleh di lapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakannya suatu kesimpulan.

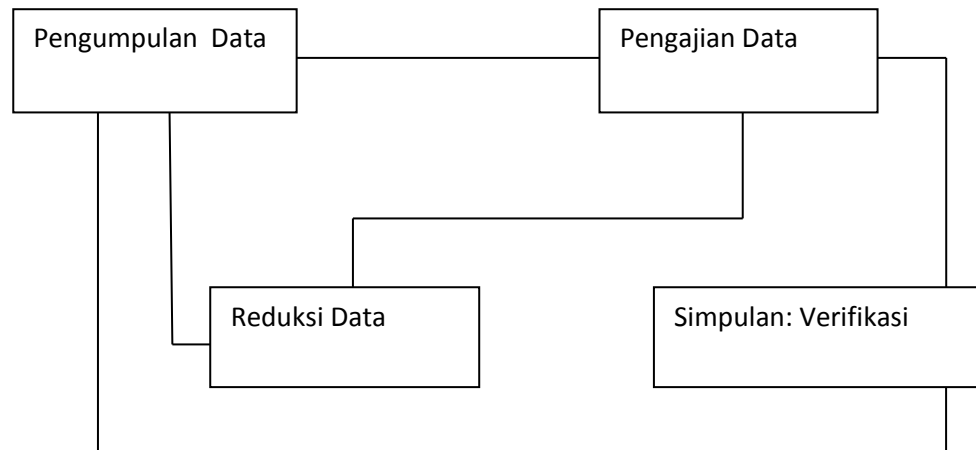
### 3. Penarikan Kesimpulan (*Concluding Drawing*)

Penarikan kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan inti sari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara



Berikut adalah gambar dari analisis data dan model interaktif. menurut Miles dan Huberman *dalam* Sugiyono (2007:189):

**Gambar 3. 1**  
**Proses Analisis Data**



*Sumber: Sugiyono: 2007*

Gambar mengenai komponen analisis data model Miles dan Huberman diatas menjelaskan bahwa dalam melakukan analisis data kualitatif dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Proses yang bersamaan tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### **G. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat trigulasi sumber, triangulasi pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

#### **1. Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

#### **2. Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data sumber yang sama dengan teknik yang

berbeda. Misal data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Pengujian keabsahan data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu/situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kapasitas datanya (Sugiyono, 2007: 127).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pasar Batusangkar**

##### **1. Sejarah Pasar Batusangkar**

Kabupaten Tanah datar memiliki 41 (Empat puluh satu) pasar tradisional yang tersebar di 14 (emmpat belas) kecamatan. Pasar adalah sentra perekonomian dan perdagangan,serta mempunyai peranan penting dan strategis dalam tata perdagangan pada masing-masing kawasan tersebut, terutama dengan kedudukannya sebagai pasar yang berada di kecamatan lima kaum.

Pasar serikat C Batusangkar Nagari Baringin Kecamatan Lima Kaum merupakan salah satu dari 41 pasar tradisional yang ada di dalam Kabupaten Tanah Datar. Pasar Serikat C Batusangkar Nagari Baringin sebagai sarana dan prasarana perdagangan mempunyai peranan penting dan strategis dalam tatanan perdagangan pada kawasan tersebut merupakan estalase passar yang ada di Kabupaten Tanah Datar terutama kedudukannya sebagai pusat pasar/Sentralisasi dari 41 (Empat puluh satu) pasar yang lainnya yang terletak di Kecamatan Lima kaum.

Pasar Batusangkar mulai beropoerasi sejak tahun 1974 terletak di tengah Kota Batusangkar. Lahan yang digunakan merupakan ulayat yang di serahkan oleh pemuka masyarakat kepada pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar yang di buktikan dengan penyerahan pasar pemerintah daerah dan di perkuat dengan pernyataan dari BPN Kabupaten Tanah Datar. Dalam wawancara Dengan Ibu Yulia. SE,MM , selaku kasi pengembangan promosi Bidang perdagangan di dapati gambaran jumlah pedagang yang berjualan pada pasar batusangkar sebanyak 982 orang dengan rincian bahwa Pasar batusangkar beroperasi setiap hari, tapi hari Kamis merupakan hari pasar nya, dengan omset rata-rata Rp 21.375.000.000-/( yulia: 2021)

## **2. Sejarah Kios Daging di Pasar Batusangkar**

Dulu sekitar tahun 1960 an, pedagang daging hanya berjualan di tepi jalan di sekitar Jati, pada tahun 1987 pedagang daging di pindahkan ke kios daging yang di buat khusus uuntuk pedagang daging. Sampai sekarang kios daging masih beroperasi dengan 14 (Empat belas) meja yang terdiri dari 8 (Delapan) Orang pedagang diantaranya

- a. Kios Daging Bapak Riri
- b. Kios Daging Bapak Dek
- c. Kios Daging Bapak Arif Budiman
- d. KiosDaging Bapak Syafrial
- e. Kios Daging Bapak Mundang
- f. Kios Daging Bapak Doni
- g. Kios Daging Bapak Oldri
- h. Kios Daging Bapak Hen

Pedagang di atas berstatus sebagai penyewa di kios Daging yang telah di sediakan pemerintah. Dimana sewanya di bayar kepada Dinas Perdagangan Kabupaten Tanah Datar. Dari Delapan orang tersebut terdapat 6orang pedagang yang melakukan pemotongan dan 2 orang hanya melakukan penimbangan daging siap jual kepada pedagang lainnya (Syafrial: 2021).

## **B. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging Di Pasar Batusangkar**

Ternak sapi khususnya sapi potong merupakan salah satu sumber daya penghasil daging yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan penting artinya bagi kehidupan masyarakat. Seekor ternak mampu menghasilkan berbagai macam kebutuhan terutama sebagai bahan makanan berupa daging, susu dan hasil ikutannya seperti pupuk kandang, kulit dan tulang. Sapi potong merupakan salah satu ternak yang dimanfaatkan sebagai penyedia kebutuhan daging dan memiliki potensi untuk dikembangkan.

Daging merupakan produksi utama dari sapi potong. Dimana saat ini kenaikan harga daging sapi masih menjadi masalah yang sedang dialami oleh Indonesia. Permasalahan tentang penentuan harga jual daging sapi juga terjadi di pasar Batusangkar. Terkait dengan tidak fluktuatifnya ketentuan harga antara satu pedagang dengan pedagang lainnya di kios daging Batusangkar maka penulis telah melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi harga Daging sapi di pasar Batusangkar. Berdasarkan hasil penelitian penulis maka terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual tersebut yaitu:

a. Perbedaan dalam mendapatkan harga ternak

Problematika mengenai harga ternak yang didapatkan oleh masing-masing pedagang itu berbeda termasuk di kios daging pasar Batusangkar. Di pasar Batusangkar terdapat kios daging yang di khususkan hanya untuk menjual daging sapi untuk para pedagang. Terdapat 9 (sembilan ) orang pedagang yang rata-rata setiap kios melakukan pemotongan setiap harinya. Selain dari itu cara yang digunakan masing-masing pedagang dalam mendapatkan hewan ternakpun berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 1 April 2021 dengan Bapak Syafril mengenai cara mendapatkan hewan ternak tersebut menyatakan bahwa ada di beli langsung ke pasar ternak, ada yang di beli langsung ke peternak dan ada juga pedagang yang melakukan perternakan pengemukan sendiri (Wawancara, 1 April 2021 dengan Bapak Syafril)

Terkait dengan pernyataan di atas ,tentu saja setiap pedagang mendapatkan harga berbeda dalam mendapatkan harga sapi yang di potongnya. Di Tanah Datar dalam sistim pembelian binatang ternak masih menggunakan sistim tradisional yang sudah ada dari dahulunya yaitu dengan menggunakan sistim taksir (patuik). Wawancara penulis dengan Bapak Jaya pada tanggal 1 April 2021 yang menyatakan bahwa kesepakatan harga antara pedagang dengan peternak tergantung dengan

taksiran berat daging bersih yang di taksir oleh kedua belah pihak yang kemudian itulah yang menjadi harga hewan ternak tersebut (Wawancara dengan Bapak Indra Jaya pada tanggal 1 April 2021)

Selanjutnya wawancara penulis dengan Bapak Syafril yang juga menyampaikan hal senada dengan pernyataan di atas yaitu dalam menaksir sapi yang akan di beli pedagang harus jeli dan teliti dalam mematok daging sapi. Jika tidak pedagang bisa saja tidak mendapatkan keuntungan dan bisa saja mengalami kerugian. Hal itulah yang selalu diantisipasi oleh para pedagang di pasar Batusangkar. Apabila pedagang mendapatkan harga pokok yang tinggi tentunya akan berpengaruh terhadap harga Daging yang di jualnya (Wawancara dengan Bapak Syafril pada tanggal 1 April 2021)

Dalam membeli ternak yang akan di potong terdapat rumus yang di jadikan pedagang dalam membeli binatang ternak tersebut

$$\text{Harga Pembelian} = \text{Harga Sapi/Kg Saat Hidup} \times \text{Taksiran}$$

Dari rumus tersebut dapat di jelaskan untuk harga sapi saat hidup pedagang di pasar Batusangkar mematok dengan harga Rp. 110.000,- sampai Rp. 115.000,-/kg. Harga tersebut diperoleh dari taksiran kualitas dari sapi yang akan di beli tersebut (Wawancara dengan Bapak Syafril pada tanggal 1 April 2021).

Setelah sapi itu di beli dari pertenak. Pedagang sangat berharap berat bersih yang di beli tersebut sesuai atau melebihi taksirannya. Jika tidak sesuai dengan taksiran pedagang akan memiliki beban dalam menjual daging tersebut di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Arif pada tanggal 1 April 2021 yang meyakini bahwa kesalahan dalam menaksir sapi yang dibeli, itu berujung pada ketemtuan harga yang akan di berikan kepada konsumen. Walaupun harga eceran tertinggi (HET) Sudah di tentukan oleh dinas KOPERINDAG sebelumnya namun ketentuan harga tersebut tidak selalu di pakai di pasar Batusangkar.

Karena pada umumnya masyarakat di Batusangkar masih dalam ekonomi ke bawah. Maksudnya masyarakat Batusangkar tidak semuanya sanggup membeli dengan patokan per kilo gramnya. Ada konsumen yang sanggup membeli seperempat atau setengah kilo dan ada konsumen yang hanya sanggup membeli sesuai dengan uang yang di milikinya. Dan untuk para langganan tetap, tidak mungkin diberikan harga sesuai eceran tertinggi karna itu akan jadi permasalahan juga untuk para konsumennya seperti warung nasi, kedai bakso dan lainnya terhadap yang akan diberikan terhadap dagangannya (Wawancara dengan Bapak Arif pada tanggal 1 April 2021).

Dalam menaksir harga Sapi yang akan di potong terdapat pedoman yang di buat sendiri oleh peternak dan pedagang pedoman itu ialah:

- 1) Berapa sapi yang akan di taksir
- 2) Pokok modal pembelian
- 3) Lamanya melakukan perawatan
- 4) Biaya yang di lakukan saat perawatan

Dalam proses tawar menawar harga sapi antara peternak dan pedagang daging terkadang menimbulkan perdebatan antara kedua belah pihak. Karena perbedaan penaksiran anatara kedua belah pihak. Berikut hitungan perternak dalam menetapkan harga Sapi yang akan di berikan kepada pedagang daging

$\text{Harga Sapi} = \text{Modal Pembelian} + \text{Biaya Perawatan}$
---

Harga taksiran biasanya tidak di tentukan ,tapi hanya hitungan kasar saja, yang jelas tidak melebihi harga beli daging di pasar. Berikut resiko yang akan di tanggung oleh pedagang terhadap pembelian sapi di pasar yaitunya

- 1) Kualitas daging tidak bagus
- 2) Berat daging tidak sesuai dengan taksiran

Berdasarkan fenomena, setiap pedagang harus cerdas dalam memilih dan membeli Hewan ternak yang akan di potong karna itu akan berujung pada kepuasan konsumen berbelanja di pasar Batusangkar. Namun dalam berdagang tidak semuanya sesuai dengan harapan karena setiap pedagang tidak selalu mendapatkan hewan ternak sesuai yang di inginkan. Adakalanya pedagang mendapatkan modal yang tinggi. Berdasarkan kondisi itu pedagang tentunya tidak mungkin bisa menurutkan keinginan konsumennya seperti memberikan tambahan timbangan terhadap daging yang dibeli memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumennya (Wawancara dengan Bapak Mundang pada tanggal 1 April 2021)

Salah satu konsumen tetap di kios daging pasar Batusangkar yaitu ibuk Ferawati. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ibuk Ferawati pada tanggal 2 April 2021 mengatakan bahwa tidak selalu konsumen mendapatkan diskon atau pengurangan harga dari pedagang. Adakalanya pedagang bersikukuh terhadap harga yang telah ditetapkan dengan alasan pokok Dagang mahal. Tapi sebagian konsumen mungkin memahami tentang hal itu. Karena di hari –hari besar seperti menjelang hari Raya Idul Fitri pedagang menaikkan harga dari semestinya, karna faktor pokok dagang itu yang naik pada saat itu (Wawancara dengan Ibuk Ferawati pada tanggal 2 April 2021)

Berkaitan dengan permasalahan harga dan kualitas daging yang di jual pada kios-kios daging di pasar Batusangkar. Ada saatnya konsumen bersitegang dengan para pedagang, terkadang konsumen tidak menerima harga yang di patok pedagang. Konsumen menilai harga itu terlalu tinggi. Namun pedagang tetap konsisten terhadap harga yang di patoknya karena pada intinya jika pedagang selalu menurutkan keinginan konsumen berkaitan dengan pengurangan harga maka pedagang akan mengalami kerugian. Pada intinya pedagang tidak selalu mendapatkan harga ternak yang di inginkan setiap hari. Dan berkaitan



dengan kualitas daging yang di jual,tidak selalu juga pedagang mendapatkan daging yang bagus terhadap ternak yang di potong.

Selaras dengan permasalahan perbedaan dalam mendapatkan binatang ternak yang di potong setiap harinya pedagang berharap pemerintah ikut andil dalam permasalahan itu. Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Mundang yang menyatakan bahwa pemerintah menciptakan sistim perdagangan yang modern di pasar Batusangkar. Jadi tidak ada lagi saling tawar menawar antara pedagang dengan konsumen. Pedagang dan konsumen saling memahami keadaan dagangan tersebut. Dengan demikian akan terciptanya perdagangan yang syariah di masa yang akan datang. Dimana pedagang dan konsumen tidak merasa saling di zalimi (Wawancara dengan Bapak Mundang pada tanggal 1 April2021)

b. Tidak semuanya pedagang melakukan pemotongan

Membahas mengenai faktor kedua yang menjadi pengaruh dalam penentuan harga jual daging sapi di pasar Batusangkar di pasar Batusangkar terdapat 9 (Sembilan) kios daging. Setiap penjual daging tidak semua pedagang di kios tersebut melakukan pemotongan. maksudnya yaitu sebagian pedagang tidak melakukan pemotongan akan tetapi mereka mendapatkan daging yang akan di jual ke konsumen dengan cara membeli ke pedagang lain di pasar Batusangkar atau dengan sebutan kasnya yaitu Manimbang.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Hen selaku pedagang di kios ini mneyatakan bahwa tidak semua kami yang berjualan daging ini melakukan pemotongan sendiri. Hal ini disebabkan karena tidak semua pedagang mampu dan mempunyai biaya yang cukup untuk menempuh cara itu (Wawancara dengan Bapak Hen pada tanggal 2 April 2021)

Penjelasan Bapak Hen selanjutnya yaitu dalam kondisi itu pedagang yang melalukan penimbangan kepada pedagang lain akan mendapatkan pokok yang lebih tinggi di dibandingkan pedagang yang

melakukan pemotongan setiap hari. Untuk harga daging bersih di patok dengan harga Rp. 105.000,- sampai dengan Rp. 110.000,- per kilonya. Adanya kisaran harga daging tersebut berpatokan juga kepada kualitas daging dari pedagang pada hari itu. Jika kualitas daging berlemak (gemuk) atau dagingnya kurang padat tentunya harga daging tersebut bisa di turunkan harganya sesuai kesepakatan antara kedua pedagang (Wawancara dengan Bapak Hen pada tanggal 2 April 2021).

Untuk pedoman pedagang yang melakukan penimbangan, tentunya ada patokan modal setiap harinya yang di buat oleh pedagang yaitu:

Modal Pedagang = Harga Daging Bersih X Berat Daging Yang Di Timbang

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Bapak Oldri pada tanggal 3 April 2021 yang menyatakan bahwa untuk modal pedagang kios yang melakukan penimbangan modal yang di keluarkan tergantung banyaknya daging yang di timbang pada hari itu. Sistem modalnya tidak sama dengan pedagang yang melakukan pemotongan jika pedagang yang melakukan pemotongan. Laba atau ruginya tergantung dengan berat daging yang di dapat pada sapi yang di potong. Jika pedagang yang melakukan penimbangan labanya bisa di ukur semakin banyak pedagang itu menimbang maka kesempatan mendapatkan laba yang banyak bisa di dapatkan (Wawancara dengan Bapak Oldri pada tanggal 3 April 2021)

Permasalahan bagi pedagang yang tidak melakukan pemotongan yaitu pedagang tidak leluasa dalam menjual dagangannya. Pedagang berpatokan terhadap modal daging yang di jualnya. Bila pedagang tidak berhati hati dalam menjual daging tersebut pedagang bisa saja mengalami kerugian. Keterkaitan dengan harga yang di berikan kepada konsumen pedagang yang melakukan penimbangan terkadang kalah dengan pengurangan harga yang di berikan oleh pedagang lainnya. Jika

kualitas daging yang di berikan kepada konsumen rata rata pedagang yang melakukan penimbangan bisa bersaing dengan pedagang lainnya. Disebabkan karna rata-rata daging yang di timbang dari pedagang pemasok daging bersih yang siap jual.

Faktor faktor yang menyebabkan pedagang tidak sanggup melakukan pemotongan yaitunya ;

- 1) Pelanggan yang belum begitu banyak
- 2) Ketidak siapan pedagang mengalami kerugian jika melakukan pemotongan
- 3) Mahalnya modal untuk melakukan pemotongan
- 4) Kebiasaan pedagang melakukan penimbangan sejak dahulunya

Pedagang bukan tidak mau melalukan pemotongan tapi jika pedagang memaksakan pemotongan hasilnya juga mengalami kerugian. Karena pada dasarnya daging yaang di perjual belikan harus habis setiap harinya. Jika tidak habis daging itu akan masuk ke pendingin. Jika daging sudah masuk ke pendinginn kualitas daging yang di jual akan berkurang. Resiko itu yang belum sanggup di tanggung oleh para pedagang yangmelakukan penimbangan di pasar Batusangkar.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Oldri pada tanggal 3 April 2021 yang meyakini bahwa pada umumnya kebiasaan para konsumen di pasar Batusangkar berdasarkan konsumen tetap. Kepada siapa mereka berbelanja sejak dulunya, di situlah mereka berbelanja terus menerus. Jadi untuk mencari konsumen di pasar Batusangkar lumayan susah. Karena para konsumen sudah fanatik terhadap pedagang langgananya. Jadi pedagang dipasar Batusangkar harus pandai pandai dalam menndapatkan langgananya dan mempertahankan langgananya. Tentunya pedagang di pasar Batusangkar berusaha keras mmemberikan yang terbaik terhadap konsumennya supaya langgananya tidak lari ke pedagang lainnya (Wawancara dengan Bapak Oldri pada tanggal 3 April2021)

c. Pedagang merangkap sebagai peternak

Keadaan yang terjadi di lapangan membuat pedagang di pasar Batusangkar harus memutar otak dalam menimalisir modal dalam mendapatkan binatang ternak yang akan di potong.

Wawancara penulis dengan Bapak Riri pada tanggal 3 April 2021 yang menyatakan bahwa harga sapi pedagang yang naik setiap tahunnya tidak sebanding dengan kenaikan harga daging di pasar Batusangkar. Hal ini membuat pedagang memilih jalan lain yaitu merangkap sebagai peternak. Sebagian pedagang mendirikan perternakan pengemukan sapi sendiri (Wawancara dengan Ibuk Riri pada tanggal 3 April 2021)

Senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Del yang menyatakan bahwa hal itu dilakukan oleh sebagian pedagang dipasar Batusangkar mengingat sering kali kalah dalam membeli sapi yang akan di potong. (Wawancara dengan Bapak Del pada tanggal 3 April 2021)

Kurangnya kemahiran pedagang dan tingginya harga sapi yang di patok membuat sebagian pedagang memilih untuk mendirikan perternakan pengemukan sendiri. Dengan melakukan perternakan sendiri pedagang mempunyai kebebasan dalam mendapatkan ternak yang akan di potong. Pedagang hanya membeli anak sapi yang akan di potong di pasar ternak lalu di gemukkan di perternakkannya. Mengenai hal ini Bapak Del juga menambah penjelasannya yaitu dalam waktu 3 bulan sampai 6 bulan pedagang juga bisa memotongnya. Intinya jika pedagang ingin mendapatkan sapi dengan kualitas baik, pedagang tentunya akan memupuk sapi dengan pakan yang bagus. Akan tetapi dengan melakukan perternakan pengemukan sapi sendiri pedagang tidak lagi memikirkan permasalahan tentang salah taksir dalam membeli sapi tapi pedagang hanya fokus terhadap ternaknya (Wawancara dengan Bapak Del pada tanggal 3 April 2021)

Sejalan dengan melakukan perternakan tentunya biaya yang dikeluarkan oleh para pedagang menjadi bertambah, seperti biaya tenaga kerja dan biaya pakan dan obat obatan itu sendiri. Setelah sapi itu di potong maka biaya-biaya yang di keluarkan oleh para pedagang di hitung lalu di tambahkan dengan harga anakan sapi yang di belinya di dapatkan lah modal terhadap sapi yang di ternakakan itu.berikur rumus modal yang di keluarkan oleh para pedagang.

$$\text{Modal} = \text{Biaya Berternak} + \text{Harga Anakkan Sapi}$$

Meskipun biaya yang di keluarkan bertambah tapi pedagang yang melakukan perternakan merasakan perubahan terhadap modal yang di kelurkan. Berikut keuntungan yang di proleh pedagang yang melakukan perternakan sendiri:

1) Mendapatkan kualitas daging yang di inginkannya

Dengan membeli sapi potong ke peternak belum tentu mendapatkan kualitas daging yang di dapatkannya. Sekarang dengan bertenak kualitas daging hewan ternaknya sendiri bisa di prediksinya tergantung kualitas pakan yang di berikan. Jika kualitas daging yang di dapatkan baik maka pedagang akan nyaman pula menjual dagangannya. Jadi tuntutan para konsumen untuk mendapatkan kualitas daging yang baik bisa di wujudkan pedagang itu. Hal itu akan berbanding lurus dengan keuntungan yang akan di dapatkan para pedagang. Jika kualitas daging baik maka pedagang tidak susah lagi mematok sesuai dengan standar harga eceran tertinggi.

2) Menimalisir kerugian salah taksir berat sapi yang akan di potong

Resiko salah taksir yang menjadi hal yang selalu di takuti para pedagang di pasar Batusangkar. Namun hal ini dapat di atasi dengan berternak sendiri. Pedagang tidak selalu mendapatkan binatang ternak dari peternak di pasar hewan. Namun bisa di dapatkannya dengan bertenak sapi sendiri. Walaupun taksir(patuik) itu sendiri telah menjadi tradisi masyarakat minang dalam jual beli

sapi namun hal itu dapat menyebabkan kesenjangan dalam jual beli. Ada masanya talsir tidak sesuai dengan hasil daging yang di dapatkan.

3) Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Bila pedagang di pasar Batusangkar beternak tentunya membutuhkan karyawan untuk mengelolanya. Hal itu peluang bagi masyarakat yang menganggur untuk berkerja di perternakkan.

d. Biaya dalam proses Pengolahan daging siap jual di pasar Batusangkar

Dalam menentukan harga tentunya hal utama yang menjadi patokan yaitu biaya. Biaya menjadi patokan utama oleh para pedagang daging di pasar. Tingginya harga yang di patok pedagang tidak lepas dari besarnya biaya yang di keluarkan oleh para pedagang saat melakukan produksi daging siap jual di pasar Batusangkar. Biaya yang di keluarkan pedagang daging di pasar Batusangkar mulai dari pembelian binatang ternak sampai dengan biaya produksi daging siap jual. Diantara biaya-biaya yang dikeluarkan adalah:

1) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku utama dari pedagang daging di pasar Batusangkar adalah binatang ternak. Dalam mendapatkan bahan baku tersebut pedagang harus teliti memilih dan menksir hewan ternak.

Berdasarkan wawancara penulis degan Bapak Syafril pada tanggal 1 April 2021 yang meyakini bahwa jika pembelian binatang ternak tinggi maka itu akan berpengaruh pada ketetapan harga yang di berikan oleh pedagang ke konsumen. Adakalanya di saat tertentu pedagang menaikkan harga daging di pasar. Apabila binatang ternak di pasar ternak tinggi maka harga jualnya juga akan tinggi (Wawancara dengan Bapak Syafril pada tanggal 1 April 2021)

2) Biaya tenaga kerja

Dalam memproduksi bahan baku pedagang daging di pasar Batusangkar tentunya mempunyai karyawan khusus untuk melakukan penyembelihan. Mulai dari pemotongan hewan yang dilakukan di rumah potong hewan sampai membantu proses jual beli pedagang di pasar Batusangkar.

Untuk pedagang yang merangkap sebagai peternak, biaya tenaga kerja menjadi bertambah yaitunya biaya tenaga kerja bagian pengemukkan Sapi. Biasanya biaya tenaga tersebut dibayarkan perhari.

Biaya tenaga kerja pedagang di pasar Batusangkar cukup tinggi. Dilihat dari proses kerja karyawan yang penuh dengan resiko dan jam kerja karyawan dimulai dari jam 3 dini hari tentunya jika biaya tenaga kerja karyawan rendah maka tidak banyak karyawan yang sanggup berkerja dengan pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Mundang yang menyatakan bahwa untuk biaya tenaga kerja yang di keluarkan pedagang, biaya tersebut merupakan biaya tetap yang di keluarkan setiap hari. Setiap pedagang di pasar Batusangkar memiliki karyawan 4 sampai 6 orang setiap pedagang. Setiap karyawan memiliki gaji yang rata-rata sama setiap harinya. Rata-rata gaji yang di keluarkan Pedagang setiap karywan sebesar Rp. 200.000,-. Jika di kalikan dengan banyak karyawan yang di miliki oleh pedagang rata-rata untuk biaya tenaga kerja karyawan pemotongan berkisar Rp. 800.000,- sampai dengan Rp. 1.000.000,- setiap harinya (Wawancara dengan Bapak Mundang pada April2021)

Pedagang daging yang mempunyai usaha peternakan pengemukkan sapi tentunya juga mempunya biaya tenaga kerja tambahan yaitunya gaji karyawan kandang yang juga di gaji setiap harinya. Rata-rata pedagang memiliki 2 orang karyawan dalam mengurus sapi miliknya. Gaji yang diberikan setiap harinya sebesar Rp. 100.000,- per orang.

### 3) Biaya Administrasi Pemotongan

Dalam melakukan pemotongan tentunya pedagang tidak sembarangan memotong ternaknya. Mekanisme pemotongan sudah di buat oleh dinas pertanian kabupaten Tanah Datar dengan surat izin dari dinas pertanian. Tanpa surat izin pemotongan pedagang bisa di kenakan dengan pasal hukum pidana melanggar aturan yang telah di buat oleh pemerintah. Untuk biaya administrasi pemotongan dinas pertanian meminta Rp. 50.000,- setiap harinya itu sudah termasuk uang pemotongan dan biaya angkut daging dari rumah pemotongan hewan (RPH) ke pasar Batusangkar. Dalam aturannya daging bersih yang sudah di buka tulang-tulangnya harus di angkut dengan mobil yang sudah di sediakan oleh dinas pertanian dengan tujuan supaya daging steril dari kuman.

### 4) Biaya sewa kios untuk pedagang yang masih menyewa

Di kios Daging Pasar Batusangkar Sebagian pedagang belum mempunyai hak pakai terhadap kios daging. Dari (9 ) Sembilan orang pedagang terdapat 3 (tiga) orang yang masih menyewa kios tersebut, yaitunya Bapak Del, Bapak Doni, dan Bapak Hen. Hal ini tentunya sebagian pedagang tersebut mengeluarkan biaya sewa kepada kios tersebut kepada pihak yang bersangkutan. Untuk biaya sewa kios pedagang di kenakkan Rp. 200.000,-setiap harinya.

### 5) Biaya retribusi pasar

Untuk Biaya retribusi pasar biaya tersebut merupakan biaya tetap yang di keluarkan setiap harinya. Untuk biaya retribusi pasar UPT pasar meminta Rp. 5.000,- permeja setiap harinya.

### 6) Biaya perlengkapan dan Peralatan

Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Syafril Chan pada tanggal 2 April 2021 yang meyakini bahwa untuk biaya perlengkapan yang di keluarkan pedagang di pasar Batusangkar merupakan biaya tetap yang di keluarkan setiap harinya. Biaya perlengkapan itu di antaranya kertas pembungkus daging, karet dan



kantong plastik. Sedangkan untuk biaya perlengkapan merupakan biaya yang tidak tetap di keluarkan ssetiap harinya. Untuk biaya perlengkapan itu sendiri yaitu pisau dan batu asahan (Wawancara dengan Bapak Syafnil Chan pada tanggal 2 April 2021)

#### 7) Biaya listrik dan Air

Biaya listrik dan biaya air di keluarkan oleh semua pedagang setiap harinya. Setiap pedagang mengumpulkan uang kepada bendahara kios sebesar Rp. 10.000,- setiap harinya. Sisa dari uang itu akan di kumpulkan oleh bendahara kios sebagai kas dari masyarakat kios (Wawancara dengan Bapak Syafnil pada April 2021)

#### e. Perhitungan harga jual daging di pasar batusangkar

Perhitungan harga jual yang di berikan kepada konsumen di pasar Batusangkar masih menggunakan sistim manual yaitunya dengan pencatatan sederhana yang di lakukan oleh para pedagang sejak dahulunya. Untuk menentukan harga jual daging setiap harinya Pedagang mempunyai rumusan kasar yang di buat yang di jadikan pedoman oleh pedagang untuk mematok harga daging yang akan kan di berikan kepada konsumen setiap harinya (Wawancara dengan Bapak Arif: 2021). Rumus pedagang tersebut adalah

$$\text{Harga kotor} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{berat daging sapi bersih}}$$

Sebagai ilustrasi pada hari Senin pedagang melakukan pemotongan sapi. Modal pembelian sapi pada hari itu sebesar Rp. 25.000.000,-. Dengan penambahan biaya saat pemotongan yaitunya biaya tenaga kerja Rp. 1.000.000, Biaya Administrasi Pemotongan Rp .50000,-, Biaya administrasi Pasar Rp.5000,-, Biaya perlengkapan Rp, 100.000,- dan biaya sewa kios sebesar Rp. 200.000,-. Dan berat sapi yang di dapatkan pada hari itu seberat 210 Kg. Dari Ilustrasi di atas kita dapat memahami tentang penentuan harga jual yang di buat oleh pedagang yaitunya

Pembahasan ;

$$\begin{aligned}
 \text{Harga kotor} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{berat daging sapi bersih}} \\
 &= \frac{\text{Rp.25,000.000} + \text{Rp.1.000.000} + \text{Rp.200.000} + \text{Rp.50.000} + \text{Rp.5.000} + \text{Rp.100.000}}{210/\text{kg}} \\
 &= \frac{\text{Rp.26.35.000}}{210/\text{kg}} \\
 &= \text{Rp.125.500/kg}
 \end{aligned}$$

Jadi dari hasil penjabaran di atas dapat dijelaskan, harga jual yang di patok pada hari itu sebesar Rp.125.500/kg. Dari hasil itu pedagang mendapatkan pedoman dalam menjual daging pada hari itu. Jika dagangan nya tidak mengalami kerugian pedagang harus menjual daging tersebut di atas harga kotor yang di dapatkan diatas

Ilustrasi lain, Pedagang yang melakukan pemotongan terhadap Sapi hasil ternaknya sendiri, yaitunya biaya pembelian ternak sebesar Rp.18.000.000,-, Biaya pemeliharaan dan pakan Sapi selama 4 bulan sebesar Rp.5.000.000,-, Biaya sewa kios Rp.200.000,-, Biaya administrasi pemotongan Rp.50.000,-, Biaya Retribusi pasar Rp.5000,-, Biaya perlengkapan Rp.100.000,-, Biaya tenaga kerja Rp. 1000.000,-, Dan berat daging yang di dapat saat pemotongan pada hari itu yaitu seberat 220 kg. Dari ilustrasi tersebut, dapat dicari taksiran harga kotor yang di rencanakan oleh Pedagang, yaitunya:

Pembahasan:

$$\begin{aligned}
 \text{Harga kotor} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{berat daging sapi bersih}} \\
 &= \frac{\text{Rp.18,000.000} + \text{Rp.5.000.000} + \text{Rp.200.000} + \text{Rp.50.000} + \text{Rp.5000} + \text{Rp.100.000} + \text{Rp.1.000.000}}{220/\text{kg}} \\
 &= \frac{\text{Rp.24.355.000}}{220/\text{kg}}
 \end{aligned}$$

=Rp.110.705/kg

Dari kedua ilustrasi diatas dapat di tarik kesimpulan, yaitunya pedagang yang melakukan perternakan sendiri lebih rendah taksiran harga penjualanya di bandingkan dengan pedagang yang membeli Hewan ternak di pasar ternak. Hal itu di sebabkan oleh biaya biaya yang di keluarkan pada proses pengolahan daging, Walaupun pedagang yang melakukan perternakan memiliki tambahan biaya dalam proses pengemukaan Sapi, Tapi hasil Daging yang di dapat pada saat pemotongan sesuai dengan yang di harapkan , Baik kualitas Daging, Maupun berat Sapi bersih yang di harapkan.

Kondisi inilah yang menjadi permasalahan dalam menentukan harga jual kepada konsumen. Jika modal tinggi maka harga jual yang di berikan kepada konsumen menjadi tinggi juga. Resiko itulah yang harus diantisipasi oleh para pedagang setiap hari (Wawancara dengan Bapak Mundang :2021)

## **2. Pembahasan dan Analisis**

Daging sapi merupakan salah satu komoditas yang selama ini memberi andil pada perbaikan gizi masyarakat, khususnya kebutuhan protein hewani. Protein hewani sangat dibutuhkan dalam pembangunan manusia Indonesia karena erat hubungannya dengan kesehatan fisik dan perkembangan kecerdasan manusia.

Selain dari faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual daging seperti yang sudah termuat dalam hasil penelitian di atas, maka dalam menetapkan harga terdapat bebrapa metode penetapan harga. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur atau usaha perdagangan. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harganya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa. Diantara metode yang digunakan dalam penetapan harga jual daging di pasar Batusangkar adalah:

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan dari faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu kemampuan para pelanggan untuk membeli atau daya beli masyarakat, posisi suatu produk dalam gaya hidup masyarakat, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum dan segmen dalam pasar.

Penetapan harga jual daging di pasar Batusangkar yang dipengaruhi oleh permintaan ini memang sangat berpengaruh. Selain dari konsep permintaan semakin besar permintaan maka semakin sedikit penawaran dan harga semakin naik. Sebagaimana hukum *The Law Of Diminishing Returns* oleh Pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa bila satu macam input ditambah penggunaannya sedangkan input lainnya tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input akan meingkat sehingga harga jual produk akan meningkat.

Dalam teori ekonomi permintaan memiliki pengaruh positif terhadap harga. Ketika permintaan daging sapi meningkat maka harga daging sapi juga akan meningkat. Sebaliknya ketika permintaan daging sapi menurun maka harga daging sapi juga akan menurun. Permintaan daging sapi setiap tahunnya terus meningkat. Hal ini dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk, taraf hidup dan kesadaran akan kebutuhan gizi protein hewani. Permintaan daging sapi umumnya meningkat pada saat hari-hari besar keagamaan seperti menjelang bulan puasa dan hari raya idul fitri. Dimana jumlah permintaannya lebih besar daripada yang disediakan. Hal ini mempengaruhi terjadinya kenaikan harga daging sapi. Berdasarkan budaya dan rasa, posisi daging sapi tidak dapat digantikan dengan daging lainnya. Menurut

Ilham (2009), ketersediaan daging sapi selalu dibutuhkan baik pada masyarakat berpendapatan tinggi, sedang maupun rendah. Perilaku tersebut menyebabkan harga daging sapi terus meningkat.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya langsung, biaya overhead dan laba. Biaya produksi dalam penentuan harga jual daging sapi di pasar Batusangkar merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk produksi. Biaya produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*.

Berdasarkan klasifikasi biaya produksi dalam penentuan harga jual daging di pasar Batusangkar adalah

1) Biaya bahan langsung

Dalam proses penentuan harga jual daging di Pasar Batusangkar yang menjadi biaya langsung adalah pembelian sapi potong. Adapun faktor yang mempengaruhi biaya bahan baku ini adalah potongan pembelian sapi, biaya perawatan sapi, biaya tambahan seperti biaya akut dll

2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya dari semua tenaga kerja langsung yang secara fisik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi yang dalam hal ini adalah daging sapi yang siap di jual. Dalam penentuan biaya tenaga langsung dalam produksi daging sapi di pasar Batusangkar adalah biaya perawatan sapi, pemotongan sapi dan biaya angkut sapi.

Selain itu juga terdapat pengklasifikasian biaya tenaga kerja ke dalam tiga golongan besar dalam produksi daging sapi oleh pedagang di pasar Batusangkar, yaitu :

1) Gaji dan upah

Yaitu jumlah gaji dan upah yang diberikan oleh pedagang kepada karyawannya.

2) Premi lembur, premi lembur akan diberikan apabila karyawan bekerja lebih dari 12 jam dalam satu hari.

3) Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Istilah lain untuk biaya ini adalah biaya produksi tidak langsung. Istilah ini sesuai dengan sifat biaya overhead pabrik yang terdiri atas berbagai elemen-elemen biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada satuan-satuan pekerjaan-pekerjaan atau produk-produk tertentu. Dengan demikian biaya-biaya tidak langsung ini dihimpun dan dialokasikan kepada pekerjaan atau produk yang dihasilkan melalui kelompok biaya yang disebut biaya overhead pabrik.

c. Penetapan Harga Berbasis Laba dan Persaingan

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari *target profit pricing*, *target return on sales pricing* dan *target return on investment pricing*. Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari *customary pricing*, *above, at, or below market pricing*, *loss leader pricing* dan *sealed bid pricing*.

Aspek persaingan merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian yang intensif dari pihak penting di perusahaan mengenai keputusan dalam penetapan harga. Michael Porter

mengatakan ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh terhadap persaingan suatu industri, yaitu :

- 1) Persaingan dalam industri yang bersangkutan
- 2) Produk substitusi
- 3) Pelanggan
- 4) Pemasok
- 5) Ancaman pendatang baru

Dilihat dari beberapa persaingan diatas sangat diperlukan berbagai informasi sebagai dasar untuk menganalisis karakteristik persaingan yang sedang dan akan dihadapi perusahaan pada masa sekarang dan yang akan datang, meliputi :

- 1) Jumlah perusahaan dalam industry
- 2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industry
- 3) Diferensiasi produk
- 4) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan.

Perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat jika penawaran dari perusahaan tidak mengandung fitur yang tidak ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai itu ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing mengandung beberapa fitur yang tidak ditawarkan oleh perusahaan, perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan. Maka saat ini perusahaan dapat menentukan apakah perusahaan dapat mengenakan lebih banyak, sama, atau kurang dari pesaing. Pengendalian harga baru perubahab harga lama dapat memprovokasi respons dari pelanggan, pesaing, distributor bahkan pemerintah. Salah satu cara untuk mengasumsikan pesaing bereaksi dalam cara standar terhadap harga standar terhadap harga yang ditetapkan atau diubah. Sekarang perusahaan harus meneliti situasi keuangan saat ini, penjualan terbaru, pasar, pesaing akan menyesuaikan diri dengan perubahan harga.

Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Jadi para pembeli dan para penjual masing-masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga (Karim, 2007: 93). Salah satu masalah yang penting dari teori produksi adalah bagaimana menentukan harga dari factor produksi. Dalam teori produksi konvensional, masalah penetapan harga ini terkait dengan upaya pencapaian tingkat keuntungan perusahaan. Salah satu pendekatan yang populer dipergunakan dalam factor pricing adalah pendekatan produktivitas margins, kl (Rahmawaty, 2008: 123).

Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Selanjutnya faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam



menetapkan harga jual yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan (Tjiptono, 2007: 154).

Faktor internal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:

a) Tujuan pemasaran perusahaan.

Berkaitan dengan tujuan perusahaan atau usaha dagang tentunya setiap perusahaan atau usaha dagang ingin memaksimalkan laba yang diinginkannya. Begitu juga dengan penelitian peneliti, tentang faktor faktor yang mempengaruhi harga jual daging di pasar Batusangkar. Laba menjadi hal utama dalam menentukan harga jual tersebut, besar kecilnya laba di dapatkan oleh para pedagang di pasar Batusangkar berbanding lurus dengan biaya-biaya yang di keluarkan saat proses produksi. Semakin besar biaya yang di keluarkan pedagang pada saat produksi maka harapan mendapatkan laba yang di harapkan semakin kecil juga.

Biaya yang sangat mempengaruhi sekali terhadap laba yang di dapatkan pedagang Daging di pasar Batusangkar yaitunya biaya bahan baku berupa pembelian hewan ternak yang akan di potong, dan untuk memperkecil biaya bahan baku tersebut pedagang Daging di Pasar batusangkar mengambil inisiatif lain untuk memperkecil biaya bahan baku tersebut yaitunya dengan mendirikan perternakan pengemukan sapi sendiri. Hali ini di lakukan untuk mengantisipasi kelangkaan Hewan ternak pada hari-hari tertentu seperti tahun baru dan Lebaran.

b) Strategi bauran pemasaran.

Berkaitan dengan strategi pemasaran Daging di pasar Batusangkar masih menggunakan sistim tradisional yaitunya transaksi jual beli masih dilakukan di pasar.

c) Biaya sebagai faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Faktor eksternal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:

a) Sifat pasar dan permintaan.

Dalam menentukan harga jual, Hukum permintaan dan penawaran sangat mempengaruhi harga jual itu sendiri. Begitu juga yang terjadi pada pedagang Daging di Pasar Batusangkar, semakin tinggi permintaan daging maka harga jual pun semakin tinggi,

b) Persaingan.

Mengenai persaingan Dalam menjual Daging di pasar batusangkar. Setiap pedagang masih menggunakan sistim persaudaraan .tidak ada pedagang daging pasar batusangkar melakukan hal yang curang dalam hal persaingan. Karena pada intinya, pedagang Daging di Pasar Batusangkar sudah mempunyai konsumen masing-masing. Setiap pedagang tentunya mempertahankan konsumennya sendiri, supaya tidak beralih kepada pedagang lain, tentunya dengan memberikan yang terbaik kepada konsumennya, dengan cara memberikan kualitas Daging yang baik dan tentunya harga yang terjangkau bagi setiap Konsumennya

c) Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya

Unsur eksternal lainnya yang menjadi salah satu faktor Bagi pedagang daging di pasar Batusangkar ialah lokasi pasar Batusangkar itu sendiri, yang berada di pusat Kota batusangkar, yang membuat Harga yang di tetapkan pedagang harus lebih rendah dari Pasar –Pasar di sekitar Tanah Datar, Karna sebagian pedagang Daging di Kabupaten Tanah Datar Memasok Daging dari pedagang di Pasar batusangkar, Keadaan itu juga harus di perhatikan Pedagang dalam Menentukan harga jual.

Penetapan harga jual menurut Islam Rahmat Syafei menyatakan bahwa harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang.

Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad.

Menurut Qardhawi, jika pedagang menahan suatu barang, sementara pembeli membutuhkannya dengan maksud agar pembeli mau membelinya dengan harga dua kali lipat harga pertama. Dalam kasus ini, para pedagang secara suka rela harus menerima penetapan harga oleh pemerintah. Pihak yang berwenang wajib menetapkan harga itu. Dengan demikian, penetapan harga wajib dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan sebagaimana diminta oleh Allah.

Senada dengan penjabaran diatas terkait penentuan harga di pasar Batusangkar, Penentuan harga Daging di Pasar Batusangkar masih memperhatikan kaidah-kaidah islam dalam jual beli diantaranya, tidak adanya penimbunan barang yang di lakukan oleh pedagang , adanya harga eceran tertinggi (HET) yang di buat oleh pemerintah sebagai acuan bagi pedagang dan masyarakat dalam transaksi jual beli.

Dan pada intinya, kecurangan yang di lakukan oleh pedagang saat transaksi terkait harga ,timbangan , dan lainnya akan berdampak pada keridhoan atas transaksi jual beli tersebut, antara pedagang dan pebeli tidak di perbolehkan saling menzalimi, contohnya pedagang tidak boleh mematok harga di atas harga normal sedangkan pembeli harus mengerti dengan keadaan harga barang itu sendiri, pembeli tidak boleh cmemaksakan harga yang mereka kehendaki sedangkan harga pasar saat itu tinggi. Itulah nilai nilai ekonomi islam yang masih di terapkan oleh para pedagang di Pasar Batusangkar yaitunya Kejujuran dan Keadilan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging sapi di pasar Batusangkar yaitunya, Perbedaan dalam mendapatkan harga ternak, Tidak semuanya pedagang melakukan pemotongan. Dalam proses pengolahan daging sapi siap jual, terdapat biaya-biaya yang di keluarkan oleh pedagang diantaranya, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya administrasi pemotongan, biaya sewa kios untuk pedagang yang masih menyewa, biaya retribusi pasar, biaya perlengkapan dan peralatan, biaya listrik dan air.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging sapi di Pasar Batusangkar, maka penulis memberikan saran kepada Pemerintah Kabupaten Tanah Datar agar ikut andil dalam penentuan harga jual daging sapi di pasar Batusangkar. Selain itu dari berbagai persoalan dan ketimpangan yang terjadi di lapangan masih banyak diterima keluhan dari konsumen mengenai harga daging sapi tersebut. Maka dari itu saya berharap agar pemerintah mencarikan solusi untuk pedagang yang belum mampu memotong sendiri agar harga daging sapi bisa sama dan semua pedagang bisa merasakan keuntungan yang sama diantara sesama pedagang daging di pasar Batusangkar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi di Indonesia.
- Arikunto. S. 1991. Prosedur Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ar-Rifa'i, M. N (2009). Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir, Jakarta: Gema Insani
- Basri, A. D. (2015). Kartel Penetapan Harga Daging Sapi Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha.
- Blocher. (2000). *Manajemen Biaya*, Diterjemahkan oleh susty A Ambarriani. Salemba Empat: Jakarta
- Carter dan Usry. 2006. Akuntansi Biaya. Edisi 13. Buku satu Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawati, N, A.H. H. (2015). Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Citra Minang di Makassar.
- Dunia, Firdaus A dan Abdullah, Wasilah. 2009 ,” Akuntansi Biaya”, Edisi kedua. Salemba Empat : Jakarta
- Fariyuntika. (2018). Faktor-faktor penentuan harga ditinjau dari etika bisnis Islam (studi kasus pedagang Sembako di pasar Sekampung).
- Karim, A. (2003). Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan. Jakarta: IIIT Indonesia.
- Karim, A. (2007). Dikutip Muhammad Birussalam Nuryadin, Harga dalam Perspektif Islam, MAZAHIB, Vol.1 Juni 2007
- Kotler. (2005) Manajemen Pemasaran (edisi ke sebelas) jilid 2, Jakarta : Gramedia
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*(edisi ke sebelas) jilid 2, (Jakarta : Gramedia
- Kusnaldi, 2004, Polemik Kemiskinan Nelayan, Bantul : Pondok Edukasi & Pokja Pembaruan
- Lexy, J. M. (2002). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Lupiyoadi, R & A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*(Jakarta : Salemba Empat

- Mardalis. (1993). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen, Konsep Manfaat dan Rekayasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Narko, N. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual bensin murni eceran (studi kasus pada penjual bensin eceran di Kecamatan Grabag Magelang).
- Nuryadin, B. (2007). Harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, Mazahib 4
- Permana, A. B. (2013). *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV. Andi
- Permana, Sony Hendra. (2013) Instrumen Pengendalian Harga Daging Sapi. *Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI Vol. V, No. 14/II/P3DI/Juli/2013*
- Pinasih. (2005). Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku dan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Rasio Profit Margin (Studi kasus pada perusahaan meubel PT. Jaya Indah Furniture Kabupaten Jepara). Skripsi Versi Elektronik. Universitas Negeri Semarang.
- Purnastuti, L & Indah, Rr. (2014). *Ekonomi untuk SMA/MA kelas XII*, Grasindo: Jakarta
- Rachmawati, I. K. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahmawaty, A. (2008). *Ekonomi Miskro Islam*. Nora Media Enterprise: Kudus
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Rianto, N & Amalia, E. (2014). *Teori Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Prenada Media Group: Jakarta
- Riwayadi. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Padang: Andalas University Press
- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Slamet, A & Sumarli. (2002). Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan terhadap Harga Jual pada Industri Kecil Genteng Press, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, Vol. 11, 2.
- Stice et al., 2004, *Intermediate Accounting, 15th edition*, Jakarta : Salemba Empat

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- Swastha, B & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Liberty
- Syafei, R. (2007). Dikutip Muhammad Birussalam Nuryadin, Harga dalam Perspektif Islam, MAZAHIB, Vol.1 Juni 2007
- Taimiyah, I. (2007). Dikutip Muhammad Birussalam Nuryadin, Harga dalam Perspektif Islam, MAZAHIB, Vol.1 Juni 2007
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, F.. (1997). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Wild. J.J., et al. (2005). *Financial Statement Analysis*. Jakarta: Salemba empat