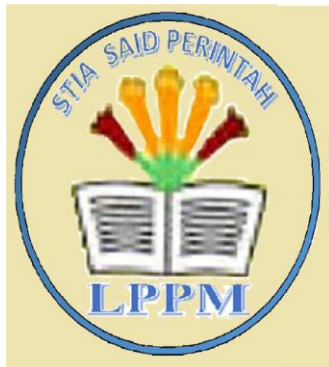


**Public Policy:
Jurnal Aplikasi
Kebijakan Publik dan Bisnis**



LPPM STIA Said Perintah

Volume 5, No. 1, Maret 2024

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

Received; 2023 - 11- 06

Accepted; 2023 - 12- 02

Published; 2024 - 01- 08



The editorial board holds publication rights for articles under a CC BY SA license, allowing distribution without separate permission if credited. Published articles are openly accessible for research, with no liability for other copyright violations (<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj/kebijakanhakcipta>).



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

**Analisis Metode Job Order
Costing Untuk Menentukan
Harga Jual Ecoprint Dalam
Perspektif Bisnis Syariah**

Ruly Priantilianingtiasari¹⁾

Zaki Bahrun Ni'am²⁾

**^{1,2} UIN Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia
rulypriantilia@uinsatu.ac.id**

Abstract

The uniqueness of ecoprint fabric in batik, serving as an iconic symbol of the Indonesian nation. The intricate and distinctive production process leads to varying selling prices. However, a challenge lies in the inaccurate estimation of production costs and product selling prices. This prompts the need for studies on determining product prices in line with Sharia principles from a Sharia business perspective. The research problem formulation includes determining production costs using the job order costing method for Jati Aji ecoprint batik products, selecting a method for determining ecoprint batik selling prices, and establishing selling prices from a Sharia business perspective. The research employs a qualitative method, utilizing field observation, interviews, and literature study for data collection. The results reveal that Jati Aji batik hasn't implemented the job order costing method, prompting the researcher to provide calculation recommendations. Pricing methods involve demand-based, cost-based, profit-based, and competition-based pricing. Determining the selling price of ecoprint products aligns with the thoughts of Muslim leaders, emphasizing fair and reasonable prices based on demand and supply.

Keywords ; Job Order Costing, Selling Price, Ecoprint

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam budaya dan keanekaragaman hayati. Beragam budaya ini yang memberikan ciri khas di setiap daerah salah satunya adalah produk batik. Batik menjadi ikon bangsa Indonesia dengan berbagai macam jenis dan corak yang indah. Saat ini perkembangan produk-produk buatan Indonesia tidak kalah bersaing dengan produk asing, jenis kain yang banyak menarik perhatian konsumen saat ini adalah batik ecoprint. Ecoprint merupakan kain yang diproduksi dengan pewarna bahan-bahan alami dan ramah lingkungan. Pada bagian ini merupakan bagian dari ekonomi kreatif dan hal ini menjadi salah sekaligus sebagai alternatif dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam menjawab tantangan ekonomi global (S. Kholil, Sahrul, 2017). Puthut Ardianto, (2022) melalui hasil kajiannya mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam mendukung pengoptimalisasi produk ecoprint adalah bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kelompok usaha mikro kecil menengah yang memberikan dampak secara tidak langsung bagi perekonomian masyarakat. Hal ini terbukti meningkat dengan adanya ecoprint ini (Puspasari et al., 2021).

Potensi alam berupa keanekaragaman tanaman membuat motif ecoprint lebih bervariasi. Produk ecoprint diproduksi secara *handmade*, sehingga produk yang diproduksi meskipun menggunakan bahan baku yang sama belum tentu akan mendapatkan hasil warna dan motif yang sama pula. Keunikan dan proses yang cukup panjang dalam pembuatannya membuat harga jual ecoprint beragam. Dalam penelitian Octariza et al., (2021) penerapan ecoprint menggunakan teknik *pounding* yang dinilai dengan penilaian bentuk dan warna komposisi, konsistensi, kerapian dan kreativitas (Susanto et al., 2021). berdasarkan hal tersebut dalam syariah tidak bertentangan dan dalam prespektif syariah.

Saat ini yang menjadi masalah bagi produsen adalah bagaimana cara menentukan harga jual yang sesuai dan dapat bersaing dengan produk yang sejenis. Selaras dengan penyampaian divisi produk pemasaran Asosiasi Ecoprinter Indonesia, yang menyatakan bahwa sebagian ecoprinter masih sulit menentukan harga jual produk ecoprint yang pantas bagi konsumennya. Karena sumber daya alam di setiap daerah berbeda, bahan baku produksi berupa daun, bunga, batang selain diambil dari alam juga ada beberapa yang harus dibeli karena kurang ketersediaan bahan baku di lingkungan sekitar. Terkadang ada

produsen yang tidak menyertakan biaya tenaga kerja karena produksi tersebut dikerjakan sendiri.

Pengrajin batik di Indonesia juga banyak ditemukan di berbagai wilayah. Di wilayah Jawa Timur khususnya Kabupaten Tulungagung terdapat beberapa produsen ecoprint, salah satunya adalah Batik Jati Aji. Batik Jati Aji ini tepatnya berada di Kecamatan Kadungwaru. Peneliti memilih produsen batik Jati Aji karena saat ini pemasaran Batik Jati Aji sudah semakin luas. Konsumen Batik Jati Aji tidak hanya di wilayah Jawa Timur namun sudah merambah hingga ke berbagai wilayah di Indonesia. Semakin banyaknya peminat ecoprint di berbagai wilayah sehingga persaingan pun sekarang semakin ketat. Hal ini tentunya menimbulkan permusuhan dan persaingan, sehingga diperlukan strategi yang baik dalam penentuan harga jual sehingga laba yang diperoleh produsen terjaga dan disamping itu menjaga kualitas dan kebermanfaatan produk sehingga saling menguntungkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh produsen dalam menentukan harga jual secara cepat dan akurat adalah dengan menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi. Informasi terkait harga pokok produksi ini sangat dibutuhkan oleh pihak produsen untuk menentukan harga jual suatu produk. Perhitungan harga pokok produksi dapat menggunakan metode *job order costing* dan *process costing*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana proses penentuan harga yang ada di usaha ini dan bagaimana konsep penentuan harga jual batik ecoprint dari perspektif bisnis syariah.

Namun dalam penelitian ini yang masih rancu adalah tentang kehalalan dari ecoprint sendiri hal ini didasarkan atas hukum tentang tanggung jawab produk ini termasuk dalam perbuatan melanggar hukum, diimbuh dengan tanggung jawab mutlak (*strict liability*), tanpa melihat apakah ada unsur kesalahan pada pihak pelaku yang diatur dalam Pasal UU No. Tahun 1989 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian terdahulu oleh Via Varidhotul Islamiah, (2020) menyatakan bahwa penetapan harga tinggi pada suatu barang dagangan merupakan salah satu bentuk jual beli yang dilarang dan bertolak belakang dengan prinsip etika bisnis Islam terkait dengan prinsip keesaan, keseimbangan, tanggung jawab dan kebajikan (Chavid Moyo Jaladri & Yulian Adi Wijaya, 2022). Seorang pengusaha muslim tidak akan menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan, berlaku tidak adil dan dengan melakukan hal tersebut dapat merusak stabilitas ekonomi (Via Varidhotul Islamiah, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian Endang Aris Nur Ani, (2008) menyatakan bahwa perolehan keuntungan yang sesuai dengan syari'at Islam adalah keuntungan yang diperoleh secara wajar dengan memberikan harga yang adil tanpa merugikan dan mengurangi hak-hak bagi kedua belah pihak, serta larangan memberi madarat terhadap diri sendiri dan orang lain (Triwibowo & Adam, 2023). Persamaan penelitian yang akan dilaksanakan dengan kedua penelitian terdahulu yaitu meneliti strategi dan keuntungan jual beli perspektif etika dan hukum Islam. Perbedaan utama dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus pada perhitungan penentuan harga yang lebih spesifik. Peneliti menyoroti bahwa setiap produk seharusnya dihitung secara seksama, terutama untuk pengusaha yang merintis usaha. Ditemukan bahwa beberapa biaya tidak dibebankan dalam perhitungan harga pokok produk. Oleh karena itu, perbedaan utama yang ingin diteliti adalah bagaimana produsen Batik Jati Aji menghitung biaya sebagai dasar penentuan harga pokok produknya. Tujuannya adalah agar produsen dapat lebih mudah menentukan harga jual produknya, meminimalisir kerugian, dan menciptakan transaksi jual beli yang saling menguntungkan

Penelitian ini menarik untuk diulas, karena berdasar pada beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Wiwik Hestiningasih yang membahas terkait metode penentuan harga memperoleh hasil bahwa *full costing* lebih menguntungkan dibandingkan menggunakan metode *job order costing* dan pada penelitian ini tidak membahas keterkaitannya dengan perspektif bisnis syariah. Penelitian yang dilaksanakan oleh Devi Romauli Br. Sitanggung dkk juga membahas penentuan harga menggunakan *job order costing* namun tidak memfokuskan hanya pada *variabel costing* dan juga perspektif bisnis syariah. Oleh karena itu focus penelitian ini adalah bagaimana penentuan harga pokok produksi yang didasarkan pada *job order costing* dengan *metode variabel costing* pada produk ecoprint Batik Jati Aji, bagaimana cara memilih metode penetapan harga jual batik ecoprint, bagaimana cara menentukan harga jual perspektif bisnis syariah. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan yang ingin dicapai adalah menganalisis bagaimana penentuan harga pokok serta menentukan harga jual dari sudut pandang bisnis syariah. Manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai ecoprint dengan konsep yang berbeda yaitu menekankan bahwa konsep ecoprint dalam sudut pandang perspektif syariah. Kebaharuan yang akan dicapai adalah dalam mewujudkan produk ecoprint sesuai dengan perspektif bisnis syariah.

Kerangka Teoritis

Harga Pokok Produksi

Harga Pokok produksi merupakan kumpulan biaya produksi yang terdiri bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang ditambah dengan persediaan barang dalam proses awal yang dikurangi persediaan barang dalam proses akhir. Metode penentuan harga pokok produksi adalah suatu cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produk. Terdapat dua pendekatan dalam perhitungan harga pokok produk yaitu *Full Costing* dan *Variable Costing* (Br. Sitanggang et al., 2020). *Full costing* digunakan untuk menentukan harga pokok produksi dengan menghitung semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi dan ditambah dengan biaya non produksi yaitu biaya pemasaran dan biaya administrasi umum (Mulyadi, 2015).

Metode Harga Pokok Produksi Full Costing

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xx
Harga pokok produksi	xx

Sumber; Mulyadi, (2015)

Variable costing digunakan untuk menentukan harga pokok produksi dengan memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel. metode *variable costing* ialah cara penetapan biaya produksi yang melakukan perhitungan pada biaya produksi bersifat variabel yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja bersifat langsung dan biaya *overhead* pabrik bersifat variabel (Mulyadi, 2015).

Metode Harga Pokok Produksi Variable Costing

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	xx
Harga pokok produksi	xx

Sumber; Mulyadi, (2015).

Metode pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara perusahaan memproduksi barang. Produksi suatu produk dapat dibagi menjadi dua metode yaitu *process costing* dan *job order costing*. *Process costing*; adalah metode yang digunakan perusahaan untuk melaksanakan proses produksi secara terus menerus untuk persediaan gudang atau perusahaan yang tidak membuat barang produksi berdasarkan pesanan (Mulyadi, 2015). *Job order costing* adalah sistem yang terjadi ketika pelanggan memesan sejumlah kecil produk/per unit. Sistem ini menentukan harga masing-masing produk. Akuntan dapat memperoleh informasi data dari perhitungan *job order costing*. *Job order costing* merupakan cara untuk melacak dan memperoleh informasi dari sumber keuangan seperti biaya material, catatan penggajian, faktur pemasok dan alokasi *overhead*. Pembuatan produk hanya dilakukan apabila pelaku usaha menerima *order* dari *customer* dan mengakumulasi harga pokok produksinya dengan memakai kaidah harga pokok berdasarkan *by order* (Purwanti and Prawironegoro, 2013).

Harga Jual Produk

Penentuan harga produk tentunya tidak hanya didasarkan pada perkiraan saja, namun disertai dengan perhitungan yang akurat. Harga jual produk harus dapat menutup seluruh biaya yang dikeluarkan serta harus dapat menghasilkan keuntungan yang diinginkan. Penentuan *margin* atau selisih laba ini akan ditambahkan pada harga pokok produksi sehingga menghasilkan harga jual produk. *Margin* akan membantu produsen dalam menghitung total keuntungan. Penentuan margin profit dalam perspektif bisnis syariah pada dasarnya tidak hanya memprioritaskan keuntungan semata, karena bisnis Islam lebih mengutamakan manfaat (*benefit*) dalam berusaha, bukan hanya keuntungan (*profit*). Perniagaan dalam Islam harus dilandasi atas keridhaan diantara penjual dan pembeli dan tidak boleh saling menzalimi. Tjiptono, (2014) menyatakan bahwa metode penentuan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama seperti yang dijelaskan berikut ini.

Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini menekankan pada hal-hal yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan. Terdapat beberapa strategi terkait metode ini antara lain; *skimming pricing* yang merupakan metode penetapan harga yang tinggi pada produk baru di tahapan pengenalan dan kemudian diturunkan saat persaingan semakin ketat. *Penetration pricing*; produk baru

diperkenalkan dengan harga rendah untuk meningkatkan volume penjualan dalam waktu singkat. *Prestige pricing*; yang merupakan metode penetapan harga yang tinggi digunakan sebagai indikator kualitas atau status produk. *Price lining*; metode penetapan harga secara bervariasi untuk beberapa jenis produk pada tingkatan yang berbeda. *Odd-even pricing*; merupakan metode penetapan harga tertentu pada produk yang dijual dengan nilai ganjil. *Demand-backward pricing*; metode penetapan harga dengan memperkirakan tingkat harga yang akan diterima oleh konsumen untuk produk yang relatif mahal (Tjiptono, 2014).

Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Harga didefinisikan dengan menambahkan biaya produksi dan biaya pemasaran sehingga mencakup biaya langsung, biaya *overhead*, dan margin laba. Tjiptono, (2014) menyatakan bahwa terdapat empat metode yang digunakan dalam penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu penetapan harga berdasarkan *markup* standar (*standar markup pricing*), penetapan harga berdasarkan persentase biaya (*cost plus percentage of cost pricing*), penetapan harga berdasarkan biaya plus fee tetap (*cost plus fixed fee pricing*), dan penetapan harga berdasarkan pengalaman (*experience curve pricing*).

Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode penetapan harga berbasis laba adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran dalam menentukan harga. Tujuan penetapan harga berorientasi pada laba menggunakan pendekatan target laba yaitu besar laba yang sesuai dengan sasaran laba. Pendekatan ini dilakukan berdasarkan target keuntungan khusus dan dinyatakan dalam bentuk persentase dari penjualan atau investasi. *Target profit pricing* adalah penetapan harga berdasarkan target laba umumnya melibatkan penetapan target keuntungan tahunan yang spesifik sebagai dasar penetapan harga. *Target return on sales pricing* dimana perusahaan akan menetapkan harga tertentu untuk menghasilkan laba yang berupa persentase tertentu dari volume penjualan. Salah satu strategi ini digunakan oleh jaringan supermarket. Selanjutnya, *target return on investment pricing* (ROI) perusahaan menentukan target ROI tahunan yang merupakan rasio antara laba dan total investasi. Harga kemudian ditentukan untuk mencapai target ROI tersebut (Tjiptono, 2014).

Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Metode ini berfokus pada apa yang dilakukan pesaing yang selanjutnya akan menjadi pertimbangan perusahaan dalam menentukan harga yang sesuai dan diharapkan dapat diterima konsumen (Tjiptono, 2014). Penetapan harga dalam metode ini antara lain; 1) *Costumary pricing*. 2) *Above, at, or below market pricing*. 3) *Loss leader pricing*. 4) *Sealed bid pricing*.

Penentuan Harga dalam Islam

Produk ecoprint adalah produk yang sedang populer saat ini, karena menawarkan produk yang ramah lingkungan dan memiliki keunikan tersendiri dibanding produk kain yang lain serta ecoprint juga merupakan produk yang memiliki nilai seni. Dimana saat ini banyak didapati bahwa produk-produk ecoprint menawarkan harga yang tinggi. Oleh karena itu penentuan harga ini akan dikaji dalam perspektif bisnis syariah.

Landasan hukum Islam yang terdiri dari ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits Nabi SAW juga telah memberikan ketentuan yang berkaitan dengan penetapan harga, salah satunya Firman Allah SWT. Dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan". Konsep penetapan harga juga menjadi daya tarik bagi banyak pemikir Islam, dengan mencermati kondisi ekonomi disekitar pada zamannya.

Pemikir tersebut antara lain, konsep Abu Yusuf, seorang mufti pada masa kekhalifahan Harun Al-Rasyid, dikenal sebagai penulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam. Ia juga diakui sebagai salah satu ulama pertama yang membahas mekanisme pasar. Abu Yusuf memperhatikan hubungan antara perubahan produksi dengan perubahan harga dan pertama kali mengemukakan teori permintaan dan penawaran. Pada zamannya, ia melihat bahwa kelangkaan barang dapat meningkatkan harga, sementara kelimpahan barang dapat menurunkan harga. Abu Yusuf menyimpulkan bahwa harga tidak selalu mencerminkan ketersediaan barang; kadang-kadang barang langka bisa murah dan sebaliknya (Adiwarman Azwar Karim dan Muhammad, 2004).

Konsep Imam Al-Ghazali mengatakan bahwa harga terbentuk berdasarkan hukum permintaan dan penawaran. Kenaikan harga terjadi ketika penawaran menurun atau permintaan meningkat, dan sebaliknya. Namun, Al-Ghazali membatasi prinsip ini pada barang-barang bukan kebutuhan pokok. Untuk kebutuhan pokok, pedagang dilarang

menjual dengan harga sangat tinggi meskipun barangnya langka. Ini karena harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan kesulitan bagi rakyat, meningkatkan kemiskinan, dan merugikan perekonomian (Al-Ghazali, 2017).

Konsep Harga menurut Ibnu Taimiyyah dapat diartikan sebagai nilai tukar suatu unit benda yang adil dan sepadan dengan barang sejenis di tempat dan waktu tertentu. Harga yang adil menurutnya ditentukan oleh interaksi permintaan dan penawaran. Kenaikan harga terjadi jika permintaan tinggi atau penawaran rendah, menyebabkan kelangkaan barang. Sebaliknya, penurunan harga terjadi jika permintaan rendah atau penawaran tinggi, mengakibatkan kelimpahan barang. Ibnu Taimiyyah menyoroti bahwa pada zamannya, kenaikan harga bisa disebabkan oleh ketidaksempurnaan pasar, tindakan penipuan, atau perilaku tidak adil oleh penjual. Penting untuk diingat bahwa menurutnya, kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan penipuan, melainkan juga oleh dinamika kekuatan pasar yang turut menentukan harga (Fauzi & Sopriyanto, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian yang telah dilaksanakan ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi lapangan, wawancara mendalam dan studi literatur. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk memaparkan mengenai objek yang dikaji dengan informasi yang telah didapatkan dan membentuk determinasi secara global dari observasi tersebut. Observasi ini memakai pendekatan deskriptif yang memiliki tujuan untuk merangkai, mengakumulasi dan menyediakan serta mengkaji data dari suatu penelitian sehingga diperoleh representasi secara jelas dan akurat mengenai suatu objek. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan induktif. Metode berpikir induktif bertitik tolak dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa tersebut yang kemudian ditarik generalisasi sehingga mempunyai sifat umum (Kasiram, 2008).

Lokasi penelitian ini pada usaha *home industri* yang berada di desa Kedung waru, tepatnya beralamat di Jl. Pahlawan Gg.III Kedung Indah, Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Jawa Timur. Unit analisis yang digunakan adalah Batik Jati Aji khususnya pada penentuan harga pokok produksi yang didasarkan *pada job order costing*, memilih metode penetapan harga jual dan cara menentukan harga jual perspektif bisnis syariah yang dilakukan oleh Batik Jati Aji. Sumber data diperoleh langsung dari owner Batik Jati Aji. Teknik

yang dilakukan untuk memperoleh data adalah wawancara langsung dan studi pustaka. Jenis data yang diperoleh merupakan jenis data primer. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif. Dengan demikian penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif merupakan metode yang menggambarkan permasalahan atau kasus yang dikemukakan berdasarkan fakta yang ada di lapangan dengan berpijak pada fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dipecahkan permasalahannya dan ditarik kesimpulan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Perhitungan Harga Pokok Produksi yang Didasarkan pada *Job Order Costing* dengan Metode Variabel *Costing*

Data lapangan diambil dari kegiatan transaksi pada bulan April 2023, peneliti mengambil produk kerudung ecoprint sebagai objek penelitian karena produk ini adalah produk yang paling diminati dan jumlah pesanan terbanyak. batik Jati Aji selama bulan April telah memproduksi sejumlah 96 kerudung. Berikut rincian biaya produksi kerudung ecoprint pada bulan April 2023 beserta perhitungan harga pokok produksinya.

Biaya Bahan Baku

No	Keterangan	Jumlah Kebutuhan	Harga Satuan	Satuan	Total Biaya
Bahan Baku Langsung:					
1	Kain Foal	144	13.000	per lembar	1.872.000
Bahan Baku Tak Langsung:					
1	Daun, bunga	4	70.000	per kg	245.000
2	Pewarna alami				
	tunjung	1	35.000	per kg	35.000
	Kunyit	0,5	50.000	per kg	25.000
	Jolawe	0,5	50.000	per kg	25.000
	Secang	0,5	23.000	per kg	11.500
	kulit manggis	0,5	35.000	per kg	17.500
	kayu tingi	0,5	14.000	per kg	7.000
3	Tawas	1,5	8.000	per kg	12.000
4	Soda Ash	1	15.000	per kg	15.000
Total biaya bahan baku					2.265.000

Sumber; Batik Jati Aji, (2023)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa biaya bahan baku secara keseluruhan yang diperlukan selama satu bulan khususnya bulan April 2023 oleh Batik Jati Aji sebesar Rp.2.265.000,-.

Biaya Tenaga Kerja

No	Keterangan	Jumlah	Biaya	Satuan	Total Biaya
Biaya Tenaga Kerja Langsung					
1	Bagian produksi	5	5.000	per lembar	720.000
2	Desain kerudung	1	7.000	per lembar	504.000
3	Penjahit	1	3.000	per lembar	432.000
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung					
1	Marketing	2	750.000		1.500.000
2	Administrasi dan keuangan	1	750.000		750.000
Total					3.906.000

Sumber; Batik Jati Aji, (2023)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa biaya tenaga kerja secara keseluruhan yang diperlukan selama satu bulan khususnya bulan April 2023 oleh Batik Jati Aji sebesar Rp.3.906.000,-

Biaya Overhead Pabrik

No	Keterangan	Jumlah Kebutuhan	Harga Satuan	Satuan	Total Biaya
Biaya Overhead Pabrik					
1	Bahan bakar kayu	20	7.000	per kg	140.000
2	Listrik		100.000	per bulan	100.000
3	Packaging (tas + besek)	90	7.000	tas + besek	630.000
Total					870.000

Sumber; Batik Jati Aji, (2023)

Data pada tabel diatas memperlihatkan bahwa total biaya overhead pabrik variabel yang diperlukan selama bulan April 2023 oleh Batik Jati Aji sebesar Rp.870.000,- Setelah biaya dirinci dan diklasifikasikan berdasarkan pos biayanya, berikutnya adalah menghitung harga pokok produk menggunakan perhitungan *job order costing* dengan metode variabel *costing* sebagai berikut.

**Penentuan Harga Pokok Produksi melalui
Job Order Costing dengan Metode Variabel *Costing***

No	Keterangan	Variable Costing
1	Biaya bahan baku	2.265.000
2	Biaya tenaga kerja langsung	3.906.000
3	Biaya <i>overhead</i> pabrik	870.000
	Harga Pokok Produksi	7.041.000
Harga Pokok Produksi per Unit		48.896

Sumber; Data Diolah peneliti, (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, diperoleh harga pokok produksi kerudung ecoprint batik Aji Aji per satuan produk yaitu sebesar Rp.48.896,-.Selama ini harga jual yang ditentukan pada produk kerudung Batik Jati Aji yaitu sebesar Rp.65.000,-.

Metode Penetapan Harga Jual Batik Ecoprint.

Terdapat empat strategi utama sebagai pertimbangan dalam penentuan harga jual produk kerudung ecoprint Batik Jati Aji, antara lain;

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan. Batik Jati Aji dapat menganalisa selera dan preferensi konsumen dalam menentukan harga produk kerudung. *Skimming pricing* yaitu menganalisa dari potensi yang ada, Produsen Batik Jati Aji dapat memilih strategi ini untuk menetapkan harga yang lebih tinggi pada produk baru selama tahap perkenalan dan akan menurunkan harga saat persaingan semakin ketat. Hal ini juga harus diperkuat dengan inovasi dan kecepatan dalam melihat potensi pasar, sehingga jika produsen Batik Jati Aji dapat menganalisa secara mendalam apa yang diinginkan konsumen lebih cepat dari pesaing, maka strategi ini dapat menjadi alternatif pilihan. *Penetration pricing* yaitu dalam penerapannya produsen Batik Jati Aji telah melaksanakan strategi ini, mempertimbangkan usia bisnis yang masih relatif baru dan dalam proses *branding* produk, serta target penjualan yang ditekankan saat ini berfokus pada pengenalan produk maka strategi ini diaplikasikan dengan mencoba memperkenalkan produk baru berupa kerudung ecoprint dengan harga yang cenderung lebih rendah dibandingkan pesaing dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan yang besar dalam waktu yang relatif singkat.
2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya. Melalui perhitungan penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *Job order costing* diatas, maka selanjutnya dapat

menghitung harga jual produk yang disesuaikan dengan keuntungan yang diinginkan oleh produsen Batik Jati Aji menggunakan beberapa pendekatan berdasarkan biaya, sebagai berikut; *Penetapan* harga Berdasarkan Markup Standar (*Standar markup pricing*) penentuan harga ditentukan dengan menambahkan persentase tertentu dari biaya produk dalam kategori tertentu. Batik Jati Aji menentukan harga jual produk kerudungnya di harga @ Rp.65.000. jika dilihat dari harga pokok produksi sebesar @ Rp.48.896 maka persentase keuntungan yang diharapkan oleh produsen kurang lebih sebesar 25%. *Penetapan* Harga Berdasarkan Persentase Biaya (*Cost plus percentage of cost pricing*) metode penetapan harga berdasarkan persentase biaya ini diaplikasikan dengan menambahkan persentase tertentu ke biaya produksi atau konstruksi. *Penetapan* harga ini menggunakan variasi dari penetapan harga berdasarkan *markup* standar. Metode ini dianggap sebagai metode penentuan harga jual yang sederhana menetapkan harga produk dan layanan mereka secara konsisten tanpa banyak riset pasar. Strategi ini juga bisa menjadi strategi yang andal untuk usaha kecil atau bisnis yang tidak memiliki banyak waktu ekstra untuk fokus pada strategi penetapan harga. *Penetapan* Harga Berdasarkan Pengalaman (*Experience Curve Pricing*) konsep metode ini berpedoman pada pengalaman yang menyatakan bahwa biaya per unit barang atau jasa akan turun sekitar 10% hingga 30% setiap kali perusahaan memproduksi dan menjual barang atau jasa tersebut sebesar dua kali lipat. Oleh karena itu Batik Jati Aji mengambil strategi penjualan yang massif dan berfokus pada volume penjualan yang tinggi dengan harapan akan menurunkan biaya pada proses produksinya.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba. Metode ini bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran dalam menentukan harga. Metode ini dapat diaplikasikan dengan beberapa cara sebagai berikut: *Target profit pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan target laba umumnya melibatkan penetapan target keuntungan tahunan yang spesifik sebagai dasar penetapan harga. Oleh karena itu produsen Batik Jati Aji harus konsisten dalam mencatat secara akurat semua biaya produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel. *Target return on sales pricing* yaitu produsen Batik Jati Aji akan menetapkan harga tertentu untuk menghasilkan laba yang berupa persentase tertentu dari volume penjualan. Hal ini juga berhubungan dengan metode penentuan harga berdasarkan biaya, dimana produsen batik Jati Aji harus

memiliki pencatatan yang sistematis sehingga dapat mencerminkan peningkatan maupun penurunan volume penjualan yang selanjutnya dapat dipertimbangkan untuk menentukan persentase yang sesuai sebagai penentu harga jual produk.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan. Metode ini berfokus pada strategi penentuan harga yang dilakukan pesaing yang selanjutnya akan menjadi pertimbangan batik Jati Aji dalam menentukan harga yang sesuai dan diharapkan dapat diterima konsumen. *Costumary pricing*; metode ini digunakan untuk produk yang penentuan harganya didasarkan pada faktor tradisi, saluran distribusi yang terstandarisasi. Hal ini akan lebih bervariasi pada penentuan harga batik ecoprint, karena produk ini sebagai bagian dari hasil seni dan fashion, maka harga jual produk tidak terlalu dipengaruhi oleh harga barang yang sejenis karena banyak faktor, diantaranya adalah motif atau desain batik, bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan serta kreatifitas dan kualitas dari batik ecoprint itu sendiri. Namun strategi ini juga harus menjadi pertimbangan dilihat dari persaingan yang semakin ketat antar penjual maka harga jual yang ditentukan hendaknya memiliki daya saing dibanding pesaing yang memproduksi barang sejenis. *Above, at, or below market pricing*; metode ini berkaitan dengan metode sebelumnya yang mempertimbangkan harga pesaing dan harga pasar dalam menentukan harga jual produk ecoprint. Berpedoman pada penilaian subyektif tersebut, kemudian Batik Jati Aji akan secara cermat menentukan harga jual produk yang berada diatas, sama, atau dibawah harga pasar, menyesuaikan dengan target yang ingin dicapai. *Loss leader pricing*; metode ini pada moment tertentu, Batik Jati Aji menjual kerudung dengan harga yang lebih rendah dibandingkan hari biasa, startegi ini diambil untuk menarik minat konsumen agar membeli produk ecoprint lainnya. Strategi ini juga digunakan sebagai upaya untuk menarik konsumen agar datang ke toko dan membeli produk-produk lainnya.

Menentukan Harga Jual Perspektif Bisnis Syariah

Salah satu prinsip utama dalam Islam adalah keadilan. Ulama sering menekankan pentingnya menetapkan harga yang adil dan wajar, yang tidak merugikan konsumen maupun produsen. Ini mencakup menghindari penetapan harga yang terlalu tinggi (gharar) atau terlalu rendah (istibdal), yang dapat mengakibatkan kerugian dalam transaksi. Hal ini sejalan dengan konsep penentuan harga dalam Q.S An-Nisa ayat 29 bahwa dasar halalnya

perniagaan adalah saling ridha antara pembeli dengan penjual sebagai pihak-pihak yang melakukan transaksi, penipuan, pendusataan dan pemalsuan adalah bagian dari tindakan yang diharamkan dalam Islam.

Praktik penentuan harga produk ecoprint berbeda-beda disetiap produsen atau dalam praktik pemasarannya, ada yang menentukan harga yang tinggi karena produk ini masih termasuk produk buatan tangan dan cenderung terbatas. Namun pada produsen Batik Jati Aji ini sendiri lebih fleksibel dan tidak mematok harga yang terlalu tinggi untuk produk kerudungnya. Hal ini senada dengan pandangan para ulama menekankan bahwa harga jual harus mematuhi prinsip-prinsip syariah, termasuk penghindaran dari riba (bunga) dan praktik-praktik yang dilarang dalam Islam. Produk atau layanan yang dijual harus halal dan tidak melibatkan unsur-unsur yang diharamkan dalam Islam.

Penentuan harga ini juga sejalan dengan pandangan Abu Yusuf sebagaimana dikutip oleh Adiwarmanto Azwar Karim. Harga yang murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga dengan mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan (Adiwarmanto Karim, 2007). Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah, kadang-kadang makanan sangat sedikit tapi murah. Batik Jati Aji juga tidak menentukan harga tinggi pada produk kerudung yang di produksi meskipun produk ini termasuk produk yang unik karena harus diproduksi secara *handmade*.

Penutup

Produsen ecoprint Batik Jati Aji belum menerapkan perhitungan harga pokok produksi yang didasarkan pada *job order costing* dan masih menghitung harga pokoknya dengan perkiraan biaya harga bahan baku yang telah dikeluarkan. Hal ini sebenarnya berisiko bagi pihak produsen karena ada beberapa biaya yang belum diperhitungkan dalam menentukan harga pokok produksinya, meskipun berdasarkan perhitungan yang dilakukan produsen saat ini telah menentukan harga jual diatas harga pokok produksi.

Dalam penentuan harga jual produsen kerudung ecoprint Batik Jati Aji dengan beberapa metode, diantaranya metode Penetapan harga berbasis permintaan dengan menetapkan harga yang lebih tinggi pada produk baru selama tahap pengenalan dan mencoba memperkenalkan produk baru berupa kerudung ecoprint dengan harga yang cenderung lebih rendah dibandingkan pesaing dengan harapan dapat meningkatkan volume

penjualan. Metode penetapan harga berbasis biaya dengan menambahkan persentase tertentu dari biaya produk dalam kategori tertentu dan mengambil strategi penjualan yang massif dan berfokus pada volume penjualan yang tinggi dengan harapan akan menurunkan biaya pada proses produksinya. Metode penetapan harga berbasis laba dengan menetapkan harga tertentu untuk menghasilkan laba yang berupa persentase tertentu dari volume penjualan serta metode penetapan harga berbasis persaingan. Batik Jati Aji akan secara cermat menentukan harga jual produk yang berada diatas, sama, atau dibawah harga pasar, menyesuaikan dengan target yang ingin dicapai dan pada moment tertentu, Batik Jati Aji menjual kerudung dengan harga yang lebih rendah dibandingkan hari biasa, startegi ini diambil untuk menarik minat konsumen agar membeli produk ecoprint lainnya

Produsen Batik Jati Aji ini sendiri lebih fleksibel dan menetapkan harga yang wajar untuk produk kerudungnya. Harga jual yang ditetapkan harus sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah yaitu dengan tidak mengambil untung secara berlebihan, termasuk penghindaran dari riba (bunga) dan praktik-praktik yang dilarang dalam Islam. Produk atau layanan yang dijual harus halal hal ini dibuktikan dengan bahan baku dan pengolahanya menggunakan bahan yang tidak bertentangan dengan syariah, disamping itu bahan yang digunakan untuk mewarnai bukan barang yang diharamkan dalam Islam.

Saran bagi pelaku usaha ecoprint terutama Batik Jati Aji, bahwa untuk meminimalisir risiko kerugian dan kecermatan dalam penentuan harga jual, perlu menentukan metode dalam menghitung harga pokok produksi kerudung menggunakan metode *job order costing*. Bagi peneliti berikutnya diharapkan akan memberikan kontribusi pada penentuan harga pokok produksi dengan metode yang lain sebagai alternatif penentuan harga yang dapat digunakan produsen untuk memberikan panduan yang jelas dalam penentuan harga pokok produksi dan rekomendasi harga jual yang sesuai berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Keterbatasan dalam penelitian disini disebutkan bahwa pembahasan ini hanya berlaku dilakukan dalam scope penelitian lingkungan wilayah tulungagung, desain penelitian yang dilakukan bersifat subjektif karena menggunakan metode kualitatif dengan objek penelitian yang terbatas.

Daftar Pustaka

- Adiwarman Karim. (2016). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: RAjawali Pres. <https://inlislite.uin-suka.ac.id/opac/detail-opac?id=22478>
- Ani, Endang Aris Nur. (2012). Keuntungan dalam Jual Beli Perspektif Hukum Islam. *Institutional Repository*, 2012, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/1021/>
- Asosiasi Ecoprint Indonesia. (2021). *Menghitung HPP Produk Ecoprint*. Asosiasi Ecoprint Indonesia, September 3, 2021, <https://www.ecoprintindonesia.org/news/ecobar-merah-putih/>
- Azizah, Siti Nur. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63–78. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/201706>
- Br. Sitanggang, Devi Romauli, Naomi Putri Sion Silaban, and Linda Hetri Suryanti. (2020). Penerapan Metode Job Order Costing dalam Penentuan Harga Jual Produk pada UMKM Gemilang Jaya. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(2). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i2.1960>.
- Bustami, B dan Nurlela. *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempat. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Chavid Moyo Jaladri, & Yulian Adi Wijaya. (2022). Analisis Pengukuran dan Strategi Peningkatan Produktivitas, Efektivitas, Efisiensi Kantor CV. OSSEE dengan Metode Omax. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, Dan Kebudayaan*, 8(1). <https://doi.org/10.55148/inovatif.v8i1.269>
- Fauzi, A., & Sopriyanto. (2023). Analisis Penetapan Harga Jual Cabai dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Tradisional Dusun Pasar Lubuk Landai Kabupaten Bungo. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v4i2.507>
- Endriatomo, Satrio, and Aspyan Noor. (2021). Penentuan Harga Jual Produk dengan Pendekatan Full Costing Determination of the Selling Price of the Product with a Full Costing Approach. *Jurnal Akuntabel*, 18(3), 392–98, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/download/10102/1397>

- Gayatri, Winny. (2013). Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode Cost Plus Pricing pada PT. PERTANI (PERSERO) Cabang Sulawesi Utara, *Jurnal Emba; Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 1817-1823, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3388>
- Herliansyah, Dkk (2021), Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang, *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(6), <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Hestningsih, Wiwik. (2022). Analisis Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode Variable Costing dan Job Order Costing pada IKM Sabda Batik Ecoprint, *Journal of Finance and Accounting Studies*, 4(1), <https://ejournal.feunhasy.ac.id/jfas/article/view/389>
- Ishak, Khodijah. (2017). Penetapan Harga Ditinjau dalam Persepektif Islam, *Iqtishaduna - Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/93>
- Islamiyah, Via Varidhotul. (2017). Strategi Penetapan Harga dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, Metro: IAIN Metro, <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2611/1/VIA%20VARIDHOTUL%20ISLAMIAH%2013104734.pdf>
- Kemenag, Qur'an. (2022). Surat An Nisa' Ayat 29. Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.
- Kencana, Surya. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING, Proceeding Frima 2019, [http://stembia.ac.id/file/FM-2019-D33%20\(Surya%20Kencana\).pdf](http://stembia.ac.id/file/FM-2019-D33%20(Surya%20Kencana).pdf)
- Lindiatie, Lindiatie, Dhona Shahreza, and Anita Ria. (2022). PKM Penentuan Harga Jual Produk Usaha Mikro Basis Rumah Tangga pada Kelompok PKK Cinere dan Gandul Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bangun Cipta, Rasa & Karsa*, 1(2), 34–41. <https://doi.org/10.30998/pkmbatasa.v1i2.969>.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, <https://e-perpus.perpusda.lampungprov.go.id/opac/detail-opac?id=29583>.
- Nurhasanah, Muhammad Subianto, and Rika Fitriani. (2012). Perbandingan Metode Partial

- Least Square (PLS) dengan Regresi Komponen Utama untuk Mengatasi Multikolinearitas. *Statistika: Forum Teori Dan Aplikasi Statistika*, 12(1), 33–42, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/statistika/article/view/1059>
- Purwanti and Prawironegoro. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Qardhawi, Yusuf. (2021). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani. <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=39279>
- Kemenag, (2023). *Qur'an*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Pengantar Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Metodologi Research*. Jilid I. Yogyakarta: Andi Offset. <https://inlislite.blitarkota.go.id/opac/detail-opac?id=1707>
- Ahmad Mustafa Al-Maraghi, (1986). *Terjemahan Tafsir Al-Maraghi*. Semarang: Penerbit CV. Toha Putra Semarang.
- Noviyanti, R. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren (Studi KAsus di Pondok Pesantren Modern Darussalam Gontor Putri 1). *Jurnal Penelitian Ilmiah INTAJ*, 1(1), 77-99, <https://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/intaj/article/view/peran-ekonomi-kreatif-thd-entrepreneurship/66>
- Octariza, Sheyla, dan Siti Mutmainah, (2021) Penerapan Ecoprint Menggunakan Teknik Pounding Pada Anak Sanggar Alang-Alang, Surabaya, *Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 308-317 <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/39099>
- Puthut Ardianto (2022), Inovasi Teknologi Tepat Guna dan Model Peningkatan Kapasitas Masyarakat Era Covid-19 Optimalisasi Produksi Ecoprint di UMKM, Prosiding UMY, 2022 DOI: 10.18196/ppm.44.790. <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/download/790/778>
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. UIN-Maliki Press, Malang, <http://repository.uin-malang.ac.id/1621/>
- Puspasari, R., Rinawati, A., & Pujisaputra, A. (2021). Pengungkapan Aspek Matematis pada

- Aktivitas Etnomatematika Produksi Ecoprint di Butik El Hijaaz. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 10(3). <https://doi.org/10.31980/mosharafa.v10i3.851>
- S. Kholil, Sahrul, D. (2018). Peran Komunikasi Pembangunan Badan Pemberdayaan Masyarakat (BPM) dalam Pembangunan Sosial dan Keagamaan di Kota Langsa. *Al-Balagh*, 2(2). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/1490/1224>
- Susanto, N. C. A., Latief, M., Puspitasari, R. D., Bemis, R., & Heriyanti, H. (2021). Pengenalan Ecoprint Guna Meningkatkan Keterampilan Siswa dalam Pemanfaatan Bahan Alam. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(1). <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.8974>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa; Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis di Era Digital Ekonomi. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*. 2(1), <https://journal.staimaarifkalirejo.ac.id/index.php/margin/article/view/65>