

BAB I

PENDAHULUAN

“Hendaklah kalian melakukan perniagaan, karena 9/10 rezeki (yang diturunkan kepada manusia) adanya dalam perniagaan”.
(Rosulullah saw)

1.1. Pengantar.

Islam memberikan tuntunan dalam bidang usaha atau bisnis, karena merupakan suatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan. Usaha atau bisnis yang dimaksudkan adalah kegiatan berdagang, industri yang berhubungan dengan produksi, menjual dan membeli barang dan jasa dengan menempatkan uang dengan maksud mendapat keuntungan.

Islam menekankan agar aktifitas dalam menjalankan suatu usaha tidak semata-mata dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi haruslah dilandasi dengan nilai-nilai dan etika, jadi berorientasi kepada sikap kita kepada sesama. Tidak ada gunanya mendapatkan keuntungan yang besar dengan menetapkan harga jual yang tinggi, sementara masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk membeli, dan sebaliknya menetapkan harga jual yang rendah, sementara penjual merasa merugi itu merupakan perbuatan yang zalim. Hal tersebut sebagaimana metode *cost-plus profane basic needs*, dalam menetapkan harga jual didasarkan pada jumlah biaya dan ditambah dengan keuntungan yang adil untuk kedua belah pihak.

1.2. Latar Belakang Masalah.

Tingkat pesaing dunia usaha saat ini semakin pesat dan meningkat, dikarenakan banyaknya pengangguran dan sulitnya untuk mendapatkan pekerjaan. Hal tersebut menimbulkan keinginan bagi setiap orang untuk berbondong-bondong membuka lapangan usaha sendiri. Persaingan yang sangat ketat secara tidak langsung menjadi cambukan bagi para pelaku usaha agar dapat terus menunjukkan kemampuannya pada produk yang dihasilkan.

Secara umum usaha atau perusahaan (*business*) adalah suatu organisasi dengan sumber daya dasar (*input*), seperti bahan baku dan tenaga kerja, digabung dan diproses untuk menyediakan barang atau jasa (*output*) untuk pelanggan (Damayanti: 2009). Adapun dunia usaha pada dasarnya mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan yang merupakan selisih dari hasil penjualan dengan biaya yang digunakan dalam menghasilkan barang dan jasa. Untuk mencapai keuntungan yang maksimal, maka para pelaku usaha harus dapat menekan biaya dan menambah tingkat penjualan.

Pemilihan suatu bidang usaha memang banyak macam-macamnya dan beragam. Akan tetapi dalam hal ini usaha bidang kuliner (makanan) menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian besar para pelaku usaha, karena dianggap masih sangat menjanjikan dan bisa menjadi ladang penghasilan untuk dapat terus bertahan di tengah-tengah banyaknya persaingan. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa ditinggalkan. Kebutuhan sehari-hari menuntut sebagian orang menjadi sibuk dengan aktivitas yang dijalannya, sehingga menjadikan banyak orang memilih untuk membeli makanan diluar dari pada harus

memasak sendiri. Dengan demikian peluang usaha pada sektor kuliner (makanan) masih sangatlah terbuka.

Seorang pelaku usaha yang berkecimpung dibidang kuliner (makanan) akan dihadapkan dengan situasi dimana ketidak stabilan harga bahan-bahan pokok, yang akan dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya harga jual yang ditetapkan oleh para pelaku usaha. Hansen dan Mowen (2001:633) memandang harga jual sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Oleh karena itu dalam menetapkan harga jual haruslah penuh dengan perhitungan agar tidak terjadi kerugian. Selain itu juga harus mempertimbangkan jangkauan pendapatan rata-rata masyarakat. Jadi harga jual didasarkan pada sasaran penjualan dan pertumbuhan pangsa pasar, sehingga diharapkan produk-produk yang dihasilkan akan mampu bersaing.

Pada penentuan harga jual produk dan jasa, terdapat metode *Cost-plus pricing* yang merupakan salah satu metode dalam penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk (Mulyadi 2001:349). Dalam penetapan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*, diharapkan dapat menutup seluruh biaya dan mendapatkan hasil yang sebagaimana diinginkan oleh perusahaan. Seperti yang diungkapkan Mulyadi (2014:78) bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya yang kemudian ditambah dengan laba yang wajar.

Dalam upaya menentukan harga jual umumnya didasarkan pada perhitungan biaya sebagaimana menurut Hansan/Mowen (2012), harga pokok produksi

mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan pada barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur dari bahan langsung, tenaga kerja langsung dan *overhead*. Biaya bahan baku merupakan harga perolehan barang konsumsi untuk proses produksi, sedangkan upah langsung merupakan balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang dapat ditelusuri secara langsung manfaatnya terhadap barang atau jasa yang sedang diproduksi, dan biaya *overhead* pabrik dapat dikatakan sebagai beban pabrik atau merupakan semua biaya produksi kecuali biaya bahan baku dan upah langsung. Dengan begitu, untuk menentukan harga jual suatu produk akan memperhitungkan jumlah biaya yang terjadi dengan keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan penjabaran diatas, dalam pembahasan ini peneliti memberikan contoh Ibu Siti seorang pelaku usaha yang sejak lama berkecimpung di bidang kuliner nasi krawu .Nasi krawu adalah salah satu makanan khas masyarakat Gresik yang sudah menjadi *icon* selain jajanan pudak. Usaha nasi krawu ini dirintis Ibu Siti sudah delapan tahun sejak suaminya meninggal dan harus membiayai anaknya yang waktu itu masih duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama dan di Sekolah Dasar. Usaha nasi krawu Ibu Siti memang berbeda dengan nasi krawu yang lain, karena menggunakan iwak ayam sebagai bahan utamanya sehingga masyarakat gresik menamainya dengan sebutan nasi krawu iyam (iwak ayam), akan tetapi soal rasanya tidak kalah dengan nasi krawu berbahan daging.

Dengan adanya perbedaaan tersebutlah, kemudian membuat masyarakat penasaran ingin mencobanya. Apalagi perbedaannya juga terdapat pada harga jualnya, yang menurut peneliti itu sangat unik. Karena dari dulu sampai sekarang

harganyapun sangat terjangkau dan tetap sama Rp. 2.000,- belum pernah berubah meskipun dengan berjalannya waktu yang sekian lama harga bahan-bahan pokok sudah berkali-kali mengalami kenaikan.

Berpijak pada hal tersebut di atas, maka usaha nasi krawu iyam ini pada pelaksanaannya lebih dominan dekat dengan kehidupan masyarakat tingkat bawah dan mempertimbangkan jangkauan pendapatan rata-rata masyarakat dalam menentukan harga jualnya. Dengan menetapkan harga yang rendah, usaha nasi krawu iyam ini dapat memikat pelanggan secara cepat dan mendapatkan pelanggan tetap, sehingga nasi krawu iyam yang dulunya pemilik usaha yang menjualnya sendiri dan dititip-titipkan di warung-warung, seiring dengan banyaknya permintaan kini pemilik usaha hanya memasoknya saja untuk dibeli oleh para konsumen (tengkulak) dengan jumlah yang banyak untuk dijual kembali. Dengan demikian produk nasi krawu iyam ini mampu bersaing dan bertahan meski banyak pesaing dengan produk yang sama.

Dengan demikian jelas bahwa pertimbangan utama yang mendasari penetapan harga jual nasi krawu iyam bukan hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan yang maksimal. Seorang pelaku usaha sepenuhnya mempunyai kewenangan untuk menghasilkan produk dan memiliki hak penuh untuk menetapkan harga jual yang dapat menguntungkan dirinya. Hal tersebut sebagaimana yang ada pada aktifitas perniagaan, bahwa penetapan harga jual masuk dalam aktifitas muamalah, yang artinya dalam aktifitas ini diserahkan kepada umat manusia untuk mengaturnya sepanjang tidak bertentangan dalam ajaran agama.

Dari penjabaran tersebut, maka menyadarkan kita bahwa segala aktifitas dalam perniagaan bukan hanya untuk mengejar kekayaan dunia semata, tetapi juga kehidupan di akhirat kelak. Menurut teori ekonomi timur (Marxian) manusia dianggap bersemangat kolektif, maka dalam masyarakat manusia mencari keseimbangan antara hidup sebagai pribadi dan hidup sebagai warga masyarakat, antara kehidupan materi dan kehidupan rohani (Oesman: 1993). Ini berarti bahwa sebagai manusia dalam tingkah laku dan perbuatan serta didalam berfikir tidak berdasar pada ekonomi saja, tetapi juga oleh faktor-faktor sosial dan moral. Faktor sosial dalam hubungannya dengan manusia dan masyarakat, dan faktor moral dalam hubungan manusia dengan sang penciptanya.

Meskipun demikian masih ada saja fenomena-fenomena kecurangan yang dilakukan para pelaku usaha kuliner. Pelaku usaha berupaya menjual produknya dengan harga yang tinggi, pemakain zat kimia berbahaya dalam makanan, penggunaan bahan-bahan yang relatif rendah kualitasnya, dan tidak menjaga kebersihan produknya. Hal tersebut bertentangan dengan 'Ulwan dalam Ismail (2007), menyatakan bahwa;

“Seyogianya orang yang berprofesi sebagai pedagang makanan atau orang yang memproduksinya selalu mengagungkan syair-syair Allah dalam menjalankan profesinya dan menjaganya dari penghinaan sedapat mungkin, memeliharanya dari tempat-tempat yang rentan terkena najis dan injakan kaki”.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka keuntungan merupakan tujuan utama menjadi tolak ukur keberhasilan dalam berbisnis, walaupun itu dilakukan dengan cara-cara yang dapat merugikan orang lain. Dampak dari perbuatan ini, mengakibatkan masyarakat disekitarnya akan menderita kerugian. Misalnya mengancam kesehatan (sakit) dan besarnya biaya hidup, bahkan juga akan

berdampak buruk bagi kehancuran usahanya sendiri baik sekarang ataupun dimasa yang akan datang yang berujung pada kebangkrutan.

Adapun beberapa penelitian yang terkait dengan fenomena konsep harga jual yang berhasil dikumpulkan peneliti. Penelitian Alimudin (2009), menyoroti konsep harga jual berbasis nilai keadilan di dalam Islam adalah *cost-plus basic need*, yaitu konsep harga jual yang menyeimbangkan antara kebutuhan dunia (profan) dengan kebutuhan akhirat. Ada lagi penelitian Pradana dkk (2014), menyoroti penentuan harga jual produk yang dibebankan kepada konsumen dibuat berdasarkan biaya produksi per-unit ditambah presentase *Mark-up*. Penelitian lainnya sebagaimana yang dilakukan oleh Rohma (2015), dimana menghasilkan penelitian yang menunjukkan cermin nilai Pancasila pada pengelolaan keuangan usaha, adanya nilai kearifan lokal dalam penentuan harga jual.

Pada penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dalam peneliian ini yaitu sama-sama membahas pada harga jual, akan tetapi terdapat perbedaan pada kasus dan permasalahan yang akan diteliti. Sesuai dengan bahasan dalam penelitian ini yang mengulas tentang harga jual dalam perniagaan, ada sesuatu yang menarik bagi peneliti, yaitu berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan. Terdapat sebuah usaha kuliner yang mana dalam melakukan usahanya tidak semata-mata mendapatkan keuntungan, akan tetapi memperlihatkan pentingnya menerapkan nilai dalam berniaga untuk bisa tetap bertahan dan berkembang. Usaha ini dalam pengelolaannya, berporos pada penekanan harga jual yang tetap dipertahankan dengan kualitas dan kuantitas produknya.

Penelitian ini akan difokuskan dalam ranah harga jual dengan keunikan tersendiri, yang berangkat dari usaha penjualan nasi krawu iyam Ibu Siti dalam pengelolaan usahanya. Keunikan ini menarik untuk dikuak, mengingat kegiatan usaha semacam ini berbeda dengan usaha selama ini kita kenal. Dalam usaha nasi krawu iyam Ibu Siti ini, penetapan harga jualnya dibalut dengan nilai-nilai kemanusiaan yang diwujudkan dengan rasa solidaritas dan murah hati. Usaha-usaha yang lain cenderung menginginkan keuntungan yang besar tanpa harus memikirkan kepentingan orang lain atau lebih mengarah pada praktik kapitalisme. Tidak hanya itu, peneliti juga menemukan ketidaksesuaian antara teori yang berlaku mengenai hubungan antara penetapan harga pokok produksi dengan harga jual pada akuntansi biaya, dengan usaha kuliner yang diteliti.

Pelaku-pelaku usaha yang memfokuskan pada konsep harga jual yang masih mempertahankan nilai dan etika dalam berbisnis amat penting untuk terus dikemukakan. Atas dasar itulah sehingga menimbulkan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian pada usaha nasi krawu iyam Ibu Siti, untuk mengkaji lebih jauh tentang apa yang tersembunyi dibalik penetapan harga jualnya. Sehingga didalam skripsi ini penulis akan mengangkat judul “Studi Islamic Fenomenologi Mengungkap Metode Penetapan Harga Jual Nasi Krawu Iyam”.

1.2. Rumusan Masalah

Berpijak pada penegasan latar belakang tersebut diatas, serta berdasar pada rasa penasaran yang ada, dan keinginan untuk mendapat jawaban serta pemahaman yang cukup, maka dapat diketengahkan beberapa pertanyaan yang akan mengarah pada pengelolaan usaha nasi krawu iyam Ibu Siti. Pertanyaan pertama yaitu bagaimana penetapan harga jual pada usaha nasi krawu iyam? Pertanyaan ini akan dapat mengungkap pengelolaan usaha Ibu Siti dalam menentukan harga jual yang sangat murah pada nasi krawu iyamnya.

Pertanyaan berikutnya adalah bagaimana nilai-nilai yang ada dalam penetapan harga jual nasi krawu iyam? Hal tersebut sangat penting untuk kita ketahui bersama, karena akan dapat mengungkap rahasia usaha nasi krawu iyam Ibu Siti yang dapat terus bertahan meskipun dengan harga jual sangat terjangkau (murah).

Sebagai fokus penelitian ini hanya mengkaji pelaku usaha (Ibu Siti) nasi krawu iyam di Kabupaten Gresik dalam menentukan harga jual produknya dengan berdasarkan nilai-nilai yang menjadi tujuan utamanya. Realita yang ada didalam lapangan akan diungkapkan secara sebenar-benarnya dan akan disajikan dengan jelas, lengkap dan apa adanya, yang kemudian akan dilihat dari sudut pandang ekonomi akuntansi.

1.3. Tujuan Penelitian

Berlandaskan pada pertanyaan peneliti yang berfokus tentang harga jual pada usaha nasi krawu iyam, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui usaha nasi krawu iyam dalam penetapan harga jualnya. Dalam hal ini

secara lengkap dan jelas akan diuraikan penentuan harga jual produk yang diterapkan dalam usaha nasi krawu ayam Ibu Siti, sehingga peneliti dapat memahami dan memaknainya.

Selanjutnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai yang ada pada penetapan harga jual nasi krawu ayam. Pada tujuan ini terdapat adanya keterkaitan dengan tujuan sebelumnya, karena Ibu Siti pastilah memiliki keyakinan berdasarkan nilai-nilai untuk menentukan harga jual pada usaha nasi krawu ayamnya.

1.4. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat dan kontribusi. Pertama, kontribusi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, sehingga nilai-nilai yang ada pada suatu usaha dapat diterapkan dalam upaya penetapan harga jual.

Kedua, kontribusi praktis. Dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan *input* pada pihak yang berkompeten pada permasalahan ini, untuk menyerap *output* berupa saran mengenai hasil penelitian, sehingga nantinya bisa dibahas dengan mencakup sudut pandang yang lebih luas lagi.