

Harga, Pembentukan Harga Dan Keseimbangan Pasar

M. Bayu Adrio F (191020700082)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

ABSTRAK

Seperti yang kita ketahui bahwa ekonomi takkan pernah lepas dari kata menjual, membeli, harga, dan mendapatkan keuntungan. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang sudah sepakat dengan harga yang ditawarkan. Harga adalah bentuk atau nilai sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seorang pembeli atau konsumen atas barang atau jasa yang sudah ia dapatkan dari penjual atau produsen. Harga pasar adalah tinggi rendahnya harga suatu barang yang terjadi atas kesepakatan produsen dengan konsumen. Sebelum terjadinya harga pasar, dimulai proses penetapan harga pasar. Yang ikut andil dalam penetapan harga pasar adalah para pelaku ekonomi, baik produsen maupun konsumen. Seorang produsen akan bisa menetapkan suatu harga barang berdasarkan dari beberapa hal termasuk biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu barang, selain dari jumlah permintaan barang dari konsumen, keuntungan yang ingin diperoleh, juga daya saing yang bisa saja terjadi anatar sesama produsen barang yang sama. Demi kestabilan harga, produsen akan melakukan hal-hal seperti menyediakan potongan harga atau diskon, atau melakukan promosi sehingga permintaan barang dari konsumen akan tetap dia peroleh dan permintaan barang juga bisa meningkat.

Key Word: Harga, produsen, konsumen, keuntungan, barang atau produk

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia takkan pernah lepas dari kegiatan yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan pokok dan kebutuhan sekundernya. Mereka akan dengan penuh perjuangan dan usaha yang keras untuk bisa memenuhi dua kebutuhan tersebut. Jika dua kebutuhan tersebut bisa terpenuhi bahkan secara berlebih, maka mereka akan mengatakan hidup mereka bahagia dan sejahtera. Bahkan banyak diantara mereka beranggapan bahwa kehidupan mereka akan bahagia jika secara materi dan spiritual bisa terpenuhi secara seimbang. Dengan berbagai usaha dan cara manusia akan terus meningkatkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan mereka selama hidup di dunia ini. Namun, terkadang kegiatan yang bisa menghasilkan uang atau sering disebut dengan kegiatan ekonomi tersebut tidak diimbangi dengan sumber daya manusia itu sendiri, seperti pendidikan dan kemampuan yang mumpuni secara intelektual untuk melakukan kegiatan ekonomi itu sendiri.

Ada bermacam-macam istilah yang digunakan untuk mendefinisikan “ekonomi”. Ekonomi adalah istilah untuk semua yang berhubungan upaya dan daya manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mencapai suatu tingkatan kemakmuran. Semua kegiatan ekonomi manusia akan selalu berhubungan dengan uang atau harga. Teori harga merupakan salah satu bagian terpenting dalam ilmu ekonomi. Harga merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam transaksi jual beli yaitu adanya harga yang sesuai dengan barang yang didapatkan sesuai dengan kualitas dan uang yang dibayarkan. Harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan, harga suatu barang berarti jumlah uang yang harus diberikan untuk mendapatkan barang tersebut.

Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen kepada konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan atau kualitas suatu barang. Bagi pihak yang melakukan kegiatan ekonomi mengartikan bahwa aktifitas ekonomi manusia bertujuan mencari laba semata-mata. Oleh karena itu, cara apapun bisa dilakukan untuk mencapai semua yang di inginkan atau sesuai dengan tujuan yang di maksud.

Pada satu sisi, aktifitas ekonomi dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, sementara prinsip-prinsip moralitas “membatasi” semua aktifitas ekonomi. berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan ekonominya dengan selamat. Penetapan

harga yang demikian dalam perspektif ekonomi Islam disebut sebagai *tas'ir*. Pedagang dalam menetapkan harga ada yang membedakan antar konsumen.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengertian tentang harga?
2. Bagaimana proses terbentuknya harga pasar?
3. Bagaimana penetapan harga jika dihubungkan dengan keseimbangan pasar?

C. Tujuan

1. Mendeskripsikan pengertian harga
2. Mendeskripsikan proses terbentuknya harga pasar
3. Mendeskripsikan tentang penetapan harga untuk keseimbangan pasar



Bab II

Pembahasan

1. Pengertian Harga

Banyak sekali istilah-istilah yang digunakan untuk menjelaskan tentang pengertian harga. Secara umum harga memiliki arti nilai uang yang harus dibayarkan seorang konsumen atau pembeli kepada seorang penjual atau distributor barang atau jasa. Dengan kata lain, harga bisa diartikan nilai suatu barang yang ditentukan oleh seorang penjual. Definisi lain dari kata “harga” adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu barang atau jasa yang diperolehnya dari penjual atau produsen. Penggunaan istilah harga pada umumnya dipergunakan dalam setiap kegiatan jual beli suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Definisi harga menurut Joko Untoro (2010) adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang. Imamul Arifin (2007) dalam bukunya mengatakan bahwa harga adalah kompensasi yang harus dibayar oleh seorang konsumen demi mendapatkan produk barang atau jasa.

Sedangkan istilah “ harga “ yang dikemukakan oleh Wien’s Anoraga dalam buku Kamus Istilah Ekonomi, bahwa harga adalah jumlah uang tertentu untuk ditukarkan dengan suatu unit barang atau jasa. Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutup, sehingga pada akhirnya perusahaan menderita rugi.

Buchari Alma mengatakan dalam teori ekonomi, bahwa pengertian harga adalah sebagai berikut: “Harga adalah nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang

memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs,) keinginan (wants), dan memuaskan konsumen (satisfaction). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi, harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan Harga Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan. 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.

Harga adalah sesuatu yang harus dibayarkan oleh pembeli sebagai pengimbang dari barang yang dibelinya. Jika konsumen bersedia membayar harga tersebut, maka jelas bahwa mereka harus memperoleh sesuatu yang setidaknya-tidaknya harus setara dengan nilai yang mereka keluarkan.

Philip Kotler mengungkapkan bahwa harga adalah salah satu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk mereka. Harga suatu barang (dan/atau jasa) tertentu adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang yang bersangkutan dapat ditukar dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya.

Harga, nilai, dan faedah/manfaat (*utility*) merupakan konsep-konsep yang berkaitan. Utility adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Perekonomian sekarang ini untuk mengadakan pertukaran atau mengukur nilai suatu produk menggunakan uang, bukan sistem barter. Jumlah uang yang digunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang tersebut.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki fungsi sebagai alat ukur nilai sesuatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan

jumlah barang yang akan di produksi dan pembagiannya kepada konsumen. Berikut ini adalah beberapa fungsi dari harga secara umum:

- a. Menjadi acuan dalam memperhitungkan nilai jual suatu barang atau jasa
- b. Untuk membantu aktivitas transaksi, dimana harga yang sudah terbentuk akan mempermudah proses jual-beli.
- c. Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan bagi penjual atau produsen.
- d. Menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam menilai kualitas suatu barang atau jasa.
- e. Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan manfaat produk dan daya beli konsumen

2. Proses Terbentuknya Harga Pasar

Harga pasar adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang terjadi atas kesepakatan antara produsen atau penawaran dengan konsumen atau permintaan. Harga pasar di sebut juga harga keseimbangan (ekuilibrium). Terdapat 3 cara yang bisa dipergunakan untuk menunjukkan keadaan keseimbangan harga pasar, yakni dengan contoh yang memakai angka, dengan menggunakan kurva permintaan dan penawaran, menentukan secara matematik.

Faktor yang paling penting dalam pembentukan suatu harga adalah kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar bila jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan.

Proses terbentuknya harga pasar adalah sebagai berikut:

Adanya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli pada suatu pasar. Harga pasar terjadi disebabkan oleh adanya kesepakatan harga barang antara penjual dan pembeli dalam suatu waktu.

Apabila pada harga tertentu jumlah permintaan dan jumlah penawaran suatu barang adalah sama karena harga pasar disebut juga harga keseimbangan.

Faktor terpenting dalam pembentukan harga pasar adalah kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran dari suatu barang akan membentuk harga pasar apabila berada dalam keseimbangan atau jika jumlah barang yang diminta sama dengan

jumlah barang yang ditawarkan. Kebijakan harga maksimum akan menyebabkan terjadinya kelebihan permintaan. Hal ini bisa menciptakan pasar gelap, yaitu suatu kegiatan jual beli yang dilakukan tidak secara terbuka dan bertentangan dengan kebijakan harga maksimum yang dilaksanakan.

Sejumlah uang yang diutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek dari suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut.

Pengertian diatas menjelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak. Harga tersebut harus direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih banyak, lebih besar, atau setara (sama) dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Penetapan Harga, Adiwarman Akarim mengemukakan bahwa konsep dalam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi tersebut.

Suka sama suka disini bermakna kedua belah pihak sama-sama merelakan keadaan masing-masing diketahui oleh orang lain, dimana berarti penjual dan pembeli mengetahui secara langsung kelebihan dan kekurangan dari barang yang ada di pasar, sehingga semua pihak mendapat kepuasan. Pihak pembeli dapat secara langsung mengetahui kekurangan dan kelebihan dari barang yang hendak dibeli.

Apakah barang tersebut ada kecacatan atau tidak. Disini pihak pembeli dapat melakukan khiyar antara mengendalikn barang dan mengambil kembali pembayaran yang telah dilakukan pada penjual, atau si pembeli minta ganti rugi sesuai dengan adanya cacat sehingga harga barang tersebut dapat lebih rendah dari harga sebelum diketahui harga kecacatannya.

Karena dalam hal ini pembeli merasa dirugikan apabila harga barang tersebut mahal. Islam menjamin kehidupan tiap individu serta menjamin jamaah untuk memperoleh kekayaan

negara karena pada hakekatnya kekayaan itu adalah milik Allah dan negara diberi tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan antara individu rakyat dalam mengupayakan distribusi baru yang bisa merata dalam memenuhi kebutuhannya.

Dan, dalam harta orang kaya terdapat hak orang kafir miskin sehingga tidak ada kesenjangan antara orang kaya dan orang miskin. Kesejahteraan umat itu yang utama. Sistem kapitalis memperoleh segala cara untuk mendapatkan keuntungan dalam jual beli.

Kebolehan intervensi harga antara lain karena intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*. 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. 2) 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 biayabiaya langsung, biaya overhead, dan laba. 3) 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. 4) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pedagang lebih melihat pada harga pesaing.

Sedangkan Menurut Mulyadi mengemukakan bahwa metode-metode perhitungan harga pokok produksi yaitu: 1) Metode Full Costing 2) Metode Variabel Costing. Metode-metode perhitungan harga pokok produksi tersebut didefinisikan sebagai berikut: a) Metode Full Costing Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produsen, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (baik yang berperilaku variabel maupun tetap).

Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan ini terdiri dari unsur-unsur harga pokok produksi ditambah biaya non produksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi

umum). b) Metode Variabel Costing Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran biaya administrasi dan umum tetap). Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. pasar dan bukan karena ketidaksempurnaan dari pasar itu. Dalam kasus terjadinya kekurangan. misalnya menurunnya suplai berkaitan dengan menurunnya produksi, bukan karena kasus penjual menimbun atau menyembunyikan suplai.

Harga merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam jual beli, yaitu adanya harga yang jelas dari benda yang diperjual belikan. Bagi penjual, mereka menginginkan harga yang tinggi dengan keuntungan yang besar, hal tersebut bertentangan dengan keinginan pembeli yang menginginkan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Di sinilah terjadinya tawar menawar antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan terbentuknya harga yang telah disepakati bersama.

Bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat intervensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan meningkat dan sedang penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik.

Begitu pula sebaliknya,. kelangkaan atas melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan tidak adil.Sedangkan penetapan harga menurut M. Yacob Ibrahim dapat ditentukan dengan cara: a. Menetapkan Keuntungan Menetapkan harga jual dari hasil produksi pada hakikatnya dihitung dengan cara menjumlahkan biaya produksi atau harga produk pembelian barang unit serta beban biaya tetap perunit dan menentkan besarnya jumlah keuntungan yang diinginkan.

3. Proses Penetapan Harga Pasar

Dalam menjalankan suatu kegiatan ekonomi, pasti tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Dalam suatu kesepakatan jual beli barang ataupun jasa dari tangan produsen kepada konsumennya, harga memegang peranan penting. Melalui penetapan harga, maka akan

terlihat kelayakan suatu produk atau kualitas dari nilai ekonomisnya. Para pelaku ekonomi akan mengadakan penetapan harga bersama sebelum suatu produk tersebut beredar di pasaran. Menurut Machfoedz (2005), tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target dari suatu usaha, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi suatu produk, serta meluaskan target pemasaran. Penetapan harga dari suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan suatu usaha atau penjual yang memasarkan produknya tersebut.

Adapun yang dipertimbangkan untuk menetapkan harga antara lain:

1. Bagi pedagang menengah yaitu biaya harga beli dan pemasaran yang terdiri dari: transportasi, penyimpanan, penguatan, resiko, biaya lain dan keuntungan yang diinginkan.

Pelaku ekonomi yang merupakan pedagang menengah akan mengkalkulasi seluruh pembiayaan yang mereka keluarkan dengan harga yang sesuai pasaran sehingga mereka akan mendapatkan keuntungan demi untuk kehidupan mereka sendiri.

2. Bagi pedagang pengecer yaitu harga beli dan penawaran yang terdiri dari: pungutan, pendinginan, resiko dan biaya lain Anggaran Biaya Produksi Penetapan harga melalui perhitungan komponen biaya dihitung melalui seluruh biaya (*total cost*) yang dibebankan untuk produk biaya tersebut. Untuk menentukan biaya per unit dari produk yang dihasilkan dapat dihitung dari tiga jenis biaya, yaitu:

a. Biaya bahan baku, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku hingga siap digunakan termasuk biaya angkut, penyimpanan, dan operasional.

b. Biaya tenaga kerja langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menghargai jasa dari tenaga kerja (sumber daya manusia) yang secara langsung diberikan secara langsung dalam satuan uang, yaitu gaji atau upah.

c. Biaya *overhead* pabrik, yaitu semua biaya pabrik atau perusahaan yang dikeluarkan selain untuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Dengan kata lain, biaya overhead adalah biaya yang dikeluarkan untuk biaya-biaya lain yang tidak bersinggungan langsung dengan biaya proses produksi termasuk biaya yang berifat tidak terduga.

Faktor terpenting dalam pembentukan sebuah harga yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar

bila jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. bisa disimpulkan bahwa suatu proses terbentuknya harga pasar bila terdapat hal-hal yang ada dibawah berikut ini :

- Antara penjual dan pembeli terjadi suatu proses tawar-menawar.
- Adanya suatu kesepakatan harga ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Dalam analisis harga barang yang dibeli atau dijual dianggap sebagai parameter yang diberikan, besaran yang individu tidak dapat mempengaruhi. Kuantitas barang yang dibeli dan dijual adalah variabel ditentukan dalam teori ini. Pasar persaingan sempurna untuk sebuah komoditas tunggal intro diproduksi.

Harga semua komoditi lainnya diasumsikan untuk diberikan parameter, dan harga komoditas tersebut, serta volume pembelian dan penjualan, ditampilkan akan ditentukan oleh tindakan independen dari semua pembeli dan penjual. Teori ekonomi mikro cukup fleksibel untuk mengizinkan banyak variasi dalam asumsi-asumsi yang mendasarinya.

Etika Penetapan Harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru. Penetapan harga adalah suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjualbelikan tidak boleh mendzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penetapan harga yang demikian dalam perspektif ekonomi Islam Disebut sebagai tas'ir. Menurut Rozalinda (2017:164), pemerintah bisa melakukan tindakan hukum seperti muhtakir yaitu menjual barang dengan harga yang setara karena manusia pada saat itu sangat membutuhkan barang. Menurut Harini (2008), penetapan harga memiliki beberapa tujuan. Yaitu :

1. Mendapatkan Penghasilan, biasanya besar keuntungan dari suatu usaha, seorang pelaku ekonomi telah menetapkan persentase dari laba yang ia dapatkan dari harga barang dijualnya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

2. Kestabilan Harga, untuk menjaga kestabilan harga biasanya seorang produsen yang memegang kendali atas suatu harga. Pengendalian harga dilakukan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya perang harga, terutama jika menghadapi jumlah permintaan pasar yang sedang menurun.

3. Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar, ketika seorang produsen suatu barang sudah mendapatkan wilayah pemasaran atau pangsa pasar yang sudah meluas, maka mereka harus bisa dan terus mempertahankannya. Mendapatkan kepercayaan pasar akan bisa meningkatkan pendapatan mereka, untuk itu sebisa mungkin seorang pelaku ekonomi harus bisa mempertahankan atau justru bisa semakin mengembangkannya. Oleh karena itu, kebijaksanaan dalam menetapkan harga jangan sampai membuat usahanya merugi sendiri.

4. Menghadapi atau Mencegah Persaingan, seorang produsen atau pelaku ekonomi harus bisa dan tangguh dalam menghadapi persaingan antara sesama produsen. Jika ada produsen baru yang sedang mencoba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui harga berapa mereka akan menetapkan penjualan, ini artinya pelaku ekonomi tersebut belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut. Dengan terus meningkatkan kualitas barang dan menekan harga barang maka persaingan antar sesama pelaku ekonomi bisa dicegah dan dihadapi dengan tidak merugikan diri sendiri juga orang lain.

5. Memaksimalkan Laba, setiap produsen atau pelaku ekonomi pasti menginginkan laba atau keuntungan dari penjualan barang yang dia produksi. Memang tujuan dari semua usaha ekonomi pasti mendapatkan laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal yang sekecil mungkin. Tapi dengan kualitas barang yang sesuai harga, maka hal itu yang akan membuat suatu usaha akan awet atau langgeng dalam mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan suatu harga, ada 4 metode atau cara yang sering dijadikan patokan oleh seorang produsen atau pelaku ekonomi yaitu, metode penetapan harga berdasarkan permintaan, berdasarkan biaya, berdasarkan laba dan berdasarkan persaingan.

1. Berdasarkan Permintaan, cara ini digunakan oleh seorang produsen barang yang bisa yang mempengaruhi selera dan kesukaan pelanggan dengan menyesuaikan kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, manfaat dan kegunaan yang diberikan dari produk dan perilaku konsumen secara umum.

2. Berdasarkan Biaya, penetapan harga suatu barang yang dipengaruhi aspek penawaran atau biaya dan bukan aspek permintaan. Harga suatu barang akan ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk dan ditambah dengan jumlah tertentu sehingga bisa menutupi biaya langsung, overhead, dan juga laba/rugi.

3. Berdasarkan Laba, penetapan suatu harga yang didasarkan pada keseimbangan biaya dan pendapatan. Cara ini mempunyai 3 aspek yaitu, aspek yang berdasarkan target keuntungan, aspek berdasarkan jumlah atau banyaknya penjualan dan aspek pengembalian harga produksi barang yang sudah dikeluarkan oleh suatu usaha atau biaya produksi.

4. Berbasis Persaingan, penetapan suatu harga yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pelaku ekonomi yang lain. Dalam hal ini bisa saja ada produsen barang yang sama yang bisa saja menjadi saingan dalam mendapatkan pelanggan baru. Cara ini memiliki 3 pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal dari produsen lain untuk menarik konsumen, menyamakan harga dengan produsen lain agar persaingan tidak terlalu mencolok atau memberi harga lebih tinggi dari produsen lain dengan kepercayaan bahwa produk atau barang yang ditawarkan memiliki kualitas atau mutu yang lebih baik.

Cara-Cara Yang Digunakan Dalam Menetapkan Suatu Harga

Pembiayaan untuk Mengamankan Pertumbuhan Bisnis UKM

Penetapan harga adalah suatu proses dalam setiap usaha dalam memisahkan dan menggolongkan suatu produk yang dihasilkan baik produk yang baru atau produk yang telah beredar.

1. Produk atau barang baru

Dalam pengenalan produk atau barang baru perlu cara dalam menetapkan harga. Berikut ini merupakan penetapan harga yang efektif terdapat 2 kemungkinan yaitu:

- a. Harga Mengapung, maksudnya memberikan harga yang lebih besar dari harga pasar agar dapat menutupi biaya produksi dan juga bisa menghasilkan laba maksimal atau dengan kata lain dalam hal ini suatu usaha mampu meyakinkan konsumen bahwa produknya memiliki kualitas yang berbeda dengan produk yang sama yang dijual oleh pelaku usaha lain.

Penetapan harga dengan cara ini bisa sangat efektif apabila terdapat perbedaan harga dari produk lain yang sejenis dari pelaku usaha atau produsen yang jumlahnya sedikit. Selain itu, cara ini dianggap bermanfaat sebagai pembatas atas permintaan suatu produk hingga si produsen siap kembali untuk melakukan produksi dalam jumlah yang lebih besar.

- b. Harga Penetrasi, adalah memberikan harga lebih rendah agar jumlah permintaan atas barang tersebut di pasar stabil dan lebih memberikan pelanggan kepercayaan terhadap barang tersebut tentang mutu atau kualitasnya. Jika harga penetrasi ini digunakan maka akan sangat cocok dan efektif untuk pasar yang cenderung sensitif terhadap harga. Jika kepercayaan konsumen pada barang tersebut stabil atau terus meningkat, maka bukan tidak mungkin utk bisa menetapkan harga yang sedikit lebih tinggi nantinya.

2. Produk Yang Telah Beredar

Untuk penetapan harga pada produk yang telah beredar di masyarakat umumnya tidak lepas dari posisi produk dalam siklus produksi. Terdapat 3 tingkatan dalam tahap siklus produksi, diantaranya:

- a. Tingkat Pertumbuhan, pada tingkat ini terdapat ciri-ciri diantaranya penjualan akan meningkat dan disertai dengan munculnya pelaku-pelaku usaha lain dalam mengusahakan barang sejenis. Saat terjadi pertumbuhan yang cepat maka biasanya cara yang akan digunakan adalah tetap mempertahankan harga produk pasaran. Tapi sebaliknya, jika jumlah penjualan menurun, maka cara yang bisa digunakan adalah menaikkan harga atau menurunkan harga agar bisa meningkatkan penjualan sekaligus bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat diantara para pelaku usaha yang semakin banyak bermunculan.
- b. Tingkat Kematangan, pada tingkat ini harga yang ditetapkan bisa saja fleksibel, hal tersebut terjadi karena pada tingkat ini cara yang digunakan akan lebih efektif

dalam penetapan harga. Sudah menjadi kewajiban bagi seorang produsen atau pelaku usaha untuk menjadi seseorang yang memiliki kepekaan terhadap situasi pasar, konsumen, bahkan pelaku usaha lain yang menjadi saingan dalam memasarkan suatu produk.

- c. Tingkat Penurunan, dalam tingkatan ini, umumnya ditandai dengan terjadinya penurunan jumlah permintaan yang secara terus menerus. Selain itu tingkatan ini adalah tahap terakhir dalam lingkaran hidup suatu produk atau barang yang memiliki dua pilihan dalam meningkatkan suatu usaha yaitu:
 - a. Pemberian potongan harga atau diskon.
 - b. Mempertahankan harga lama dengan cara memotong biaya produksi, atau biaya dalam mengeluarkan biaya untuk promosi produk.

Dalam menetapkan suatu harga, seorang produsen haruslah memiliki pandangan dan pengetahuan yang luas mengenai keadaan suatu barang atau produk, kondisi keuangan, juga hasil akhir dari suatu produksi yaitu berupa laba atau keuntungan yang ingin dicapainya. Untuk mengetahui semua proses sebuah produksi dengan baik, maka suatu usaha membutuhkan perhitungan yang tidak hanya menunjukkan pengeluaran dan pemasukan, namun juga cara-cara dalam mengelola suatu usaha dimana yang dibutuhkan adalah kepercayaan konsumen tentang produk yang dikeluarkan di pasaran, dengan menjaga kualitas, mutu juga harga yang cenderung tidak merugikan konsumen atau produsen lain.

Bab III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada dasarnya kegiatan ekonomi bagi manusia adalah sesuatu yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka baik kebutuhan pokok ataupun kebutuhan sekunder. Kegiatan ekonomi akan selalu berhubungan dengan kualitas barang atau jasa yang akan selalu diukur dengan harga. Penentuan harga juga akan memunculkan wacana pemikiran etika dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi yang didorong oleh realitas bisnis tanpa mengabaikan nilai-nilai moralitas. Bagi pihak-pihak tertentu yang melakukan kegiatan ekonomi mengartikan bahwa aktifitas atau kegiatan ekonomi manusia akan selalu berujung pada tujuan untuk mencari keuntungan demi pemenuhan kebutuhan dan untuk mencapai kemakmuran.

Ada beberapa cara atau strategi yang harus dimiliki oleh seorang produsen atau pelaku ekonomi untuk bisa mengembangkan usahanya, diantaranya dengan menetapkan harga dan menjaga kestabilan harga suatu produk di pasaran. Selain itu, menjaga kualitas juga kuantitas suatu barang agar tetap diminati oleh banyak konsumen produknya juga sangat penting bagi seorang produsen. Kelanggengan suatu pasar dari sebuah produk sangatlah penting demi menjaga ekonomi secara umum, yang berkaitan dengan pekerja atau sumber daya manusia itu sendiri.

Kegiatan ekonomi yang sehat dan sesuai aturan, baik dalam penetapan harga atau pengeluaran jumlah barang di pasaran, akan membantu pemerintah dalam menstabilkan ekonomi Negara. Hal ini berkaitan dengan tujuan negara bahwa, ekonomi rakyat yang kuat juga akan berpengaruh terhadap kesejahteraan rakyat pada umumnya. Perekonomian yang dipegang penuh oleh para pelaku ekonomi seharusnya juga mengikuti syariat-syariat Islam dalam mencari keuntungan atau laba. (Renny Oktafia).

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga Wien's.,*Kamus Istilah Ekonomi*

Tjiptono Fandy.,*Metode Penetapan Harga*

A Karim Adi Warman,*Penentuan Harga Pasar*

Rozalinda, 2017, *Penetapan Harga menurut Islam*

Oktafia, Renny.,2017 *Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Pengaruh Kinerja Keuangan Dalam Meminimalisir Kemiskinan* Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Muhammadiyah Sidoarjo

Renny Oktafia,2017, *Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS),Percepatan Pertumbuhan UKM,Sidoarjo*

Harini 2008.,*Penutupan Harga*

Arifin Imamul 2007.,*Pengertian Harga*

Untoro Joko 2010.,*Pengertian Harga*

Amstrong Dan Kotler.,*Istilah Harga*

