

PENYERTAAN NILAI KASIH (NESER) DALAM PENENTUAN HARGA JUAL TERASI MADURA

Imamatus Zakiyah

Rita Yuliana

Program Studi Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggali konsep penentuan harga jual terasi Madura karena berdasarkan kajian atas beberapa penelitian terdahulu diperoleh informasi bahwa terdapat fenomena penyertaan nilai-nilai non-ekonomi pada penentuan harga jual pada beberapa produk tertentu. Peneliti memilih industri terasi karena produk tersebut menjadi ikon industri lokal Madura dan pengusaha Madura dikenal memiliki karakteristik *Junel* (berkewirausahaan). Fenomenologi transedental digunakan untuk mengeksekusi tujuan penelitian, dengan melibatkan dua informan kunci yang merupakan pengusaha terasi di Desa Ambunten Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai non-ekonomis yang disertakan dalam menentukan harga jual adalah nilai kasih (*neser*). Nilai tersebut disertakan pada pembentukan harga jual sebagai wujud rasa persaudaraan meskipun hal tersebut berkonsekuensi terhadap pengurangan keuntungan.

Kata Kunci: Nilai Kasih, Harga Jual

PENDAHULUAN

Usaha produksi terasi merupakan salah satu UMKM yang bisa dikatakan memiliki peluang yang bagus dalam dunia bisnis. Berdasarkan data MARS (*Marketing Research*) Indonesia, pertumbuhan pasar terasi meningkat rata-rata 22,1% pertahun, sedangkan nilai bisnis terasi mengalami peningkatan rata-rata 26,7% pertahun (MARS Indonesia, 2015).

Pada usaha produksi terasi tersebut, tentunya sangat diperlukan adanya perhitungan untuk menentukan harga jual. Hal ini dikarenakan penentuan harga jual sangat berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan, dan keuntungan perusahaan akan menjamin kelangsungan suatu perusahaan. Pada dasarnya, penentuan harga ditargetkan untuk orientasi laba, orientasi *sales*, dan orientasi status (Achmad, 2013:148). Menurut Mulyadi (1993:348), harga jual atas produk dan jasa harus dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang telah ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

Beralih dari teori-teori tersebut, terdapat banyak pula penelitian yang meneliti tentang penentuan harga jual. Penelitian tersebut diantaranya pernah dilakukan oleh Moray *et al* (2014) dan Wardoyo (2016) tentang penetapan harga jual berbasis penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing*. Selain penelitian tersebut, terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Musdalifah *et al* (2014) dan Kabibet *al* (2017) tentang penentuan harga jual yang menggunakan metode *variable costing* sebagai alat bantu perhitungan harga pokok produksi.

Di sisi lain, terdapat pula hal-hal penting yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga jual selain untuk memperoleh keuntungan materi yang sebanyak-banyaknya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Zalshabila (2012) yang menggunakan nilai-nilai *tepo seliro*, *mangan ora mangan sing penting ngumpul*, dan *nerimo ing pandum*. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Amaliah (2014) yang menunjukkan penentuan harga jual yang dilakukan oleh komunitas papalele mengandung nilai *pela* (gandong). Selanjutnya, Amaliah (2016) mengungkap nilai-nilai budaya *Tri Hita Karana* dalam penetapan harga jual yang dilakukan oleh komunitas transmigran Bali di Bolaang Mongondow. Alimuddin (2011) membahas tentang penetapan harga jual berdasarkan pada konsep Islam yaitu *masalahah price*.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, peneliti mulai memahami bahwa keuntungan materi tidak selamanya menjadi alasan nomor satu dalam praktik penentuan harga jual suatu produk. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti

penetapan harga jual pada usaha terasi di Madura. Karena pada dasarnya orang Madura memiliki sifat pembawaan *Junel* (berkewirausahaan) dan memiliki dasar ciri-ciri keindustrian (Rifai, 2007:226).

Penelitian ini berangkat dari praktik bisnis pada Usaha Produksi Terasi H.Mashuri dan Usaha Produksi Terasi H. Muhammad. Kedua usaha tersebut dapat dikatakan memiliki eksistensi yang bagus dalam dunia usaha terasi. Selain itu, kedua usaha produksi terasi tersebut masih mengedepankan nilai-nilai non material dalam menetapkan harga jual produk. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi transendental untuk mengungkap kesadaran terdalam informan dalam menjalankan usahanya, khususnya terkait praktik penentuan harga jual.

METODE PENELITIAN

Penggunaan fenomenologi dalam penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi fenomena yang terjadi dengan memahami pengalaman dari setiap "Aku" dalam melakukan pemaknaan atas suatu hal yang berkaitan dengan praktik penentuan harga jual. Seperti yang dijelaskan oleh Kamayanti (2016:150), bahwa pendekatan fenomenologi dapat dijadikan sebuah alat analisis untuk mendapatkan subjektivitas murni, karena kebenaran ilmu yang diperoleh dari proses fenomenologi adalah kebenaran empiris yang subjektif.

Situs penelitian ini adalah pemilik usaha produksi terasi, yaitu H. Mashuri dan H. Muhammad di desa Ambunten Timur-Sumenep, Madura. Kedua usaha tersebut dijadikan sebagai situs penelitian berdasarkan pertimbangan atas kemampuan bertahan dalam menjalani usaha dengan hitungan pengalaman (umur usaha) yang cukup lama. Selain itu, peneliti juga memilih informan yang masih memiliki nilai-nilai kemanusiaan dan ketuhanan dalam menjalani usaha produksi terasi tersebut. Untuk mempermudah dalam pembagian informan, peneliti membagi menjadi beberapa kriteria yaitu informan utama dan informan pendukung. Informan utama yaitu H. Mashuri dan H. Muhammad sebagai pemilik usaha produksi terasi yang sudah menjalankan usahanya selama lebih dari 20 tahun. Informan pendukung yaitu para pembeli serta pelanggan yang pernah melakukan transaksi dengan salah satu informan utama.

Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci yang mengamati secara langsung subjek yang diteliti untuk memahami fenomena yang terjadi dalam penelitian. Pada proses interaksi, peneliti menggunakan bahasa yang komunikatif dan penuh keakraban sambil memasukkan unsur-unsur yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga informan merasa nyaman dalam menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti.

Pada pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati kegiatan yang berawal dari proses produksi, hingga produk siap untuk dijual. Teknik wawancara dalam penelitian ini berlangsung di tempat usaha dan di kediaman informan. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah merekam pembicaraan antara peneliti dengan informan ketika proses wawancara berlangsung menggunakan *handphone*, kemudian peneliti menuliskan hasil wawancara tersebut dalam transkrip wawancara. Selain itu, peneliti juga mengabadikan beberapa foto menggunakan *handphone* bersama informan dan foto terkait hal-hal yang berhubungan dengan penelitian sebagai salah satu bukti penelitian.

Teknik analisis data dengan pendekatan fenomenologi transendental yang dijelaskan Kamayanti (2016:153) meliputi *noema*, *noesis*, *epoche (bracketing)*, *intentional analysis*, dan *eidetic reduction*. Langkah awal dalam menganalisis data dimulai dengan melakukan *intentional analysis*, yaitu menelaah bagaimana *noesis* (kesadaran akibat pengalaman) membentuk *noema*

(kesadaran yang tampak) terhadap alasan terjadinya sebuah perilaku. Langkah tersebut bermula dengan mengidentifikasi *noema* atau yang biasa disebut dengan analisis tekstural (seperti “tekstur” permukaan). Setelah melakukan identifikasi *noema* berupa realita seputar praktik penentuan harga jual yang tampak, maka peneliti mulai melakukan *bracketing* atau meletakkan tanda kurung pada tekstur lain di bawah tekstur analisis struktural untuk mendapatkan *noesis*. Dalam hal ini peneliti melakukan *bracketing* terkait kesadaran murni pemilik usaha produksi terasi yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu (*Allraum*) dan tempat (*Weltzeit*) tertentu untuk mendapatkan *noesis*.

Langkah selanjutnya dalam analisa data ini adalah dengan melakukan *eidetic reduction*, dimana proses ini merupakan langkah untuk menyimpulkan fenomena serta mengungkapkan hasil dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan. Dalam hal ini, penguraian dan pengungkapan dilakukan berdasarkan pemaknaan dari fenomena penentuan harga jual yang dilakukan oleh informan.

Potret Penentuan Harga Pokok Produksi Terasi

Setiap usaha khususnya usaha produksi terasi pasti melakukan perhitungan terkait biaya produksi yang nantinya akan menjadi pandangan dalam penentuan harga jual. Biaya produksi harus diketahui untuk menetapkan harga jual serta untuk menentukan besaran laba atau keuntungan yang diharapkan. Menurut Hansen dan Mowen (2009:57) biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead*.

Perhitungan harga pokok produksi pada usaha produksi terasi H. Mashuri dilakukan dan disesuaikan dengan realita yang terjadi. Terasi yang dibuat oleh H. Mashuri menggunakan beberapa macam jenis udang, antara lain Udang Rebon Ambunten, Udang Rebon Medan, Udang Rebon Pangandaran, dan Udang Rebon Banjar. Peneliti melakukan perhitungan berdasarkan jenis udang yang sedang diproduksi pada saat penelitian dilakukan, dan jenis udang yang digunakan pada saat proses produksi yaitu Udang Rebon Medan.

Usaha produksi terasi milik H. Mashuri tidak hanya menggunakan Udang Rebon Ambunten sebagai bahan baku pembuatan terasi. Berikut penuturan H. Mashuri :

“Lakar aslina riya acan ambunten ye odenga ambunten dhibik. Tape mon ngandalagi odeng Ambunten dhibik jek reng semoseman nak. Sataon dukale kadeng mosema, deddi daripada nganggur sengkok ruah ngalak ka jebe nanggek odeng Medan, Banjar ruah” (memang aslinya ini terasi ambunten ya udangnya ambunten sendiri. Tapi kalau mengandalkan udang Ambunten sendiri kan musiman nak. Setahun dua kali kadang musimnya, jadi daripada nganggur saya itu ngambil ke jawa kulakan udang Medan, Banjar itu).

Kemudian beliau melanjutkan :

“Argeh odenga laen-laen targentong beguse odeng. Sajen begus ye sajen larang. Keng lakar se paleng begus acan ambunten aslinah. Berenga lebbi alos, rooma pole laen anyamanan” (harga udang beda-beda tergantung bagusnya udang. Semakin bagus ya semakin mahal. Cuma memang yang paling bagus terasi Ambunten aslinya. Barangnya lebih halus harumnya lagi beda lebih enak).

Bahan-bahan yang diperlukan saat pembuatan terasi dengan bahan baku Udang Rebon Medan, serta biaya yang terkandung dalam setiap bahan yang diperlukantelah disampaikan oleh H. Mashuri terhadap peneliti :

"beeri' ruah 2 ton odeng medan argenah 20 ebuh sakilonah, bujenah 50 kg argenah 150 ebuh" (kemarin itu 2 ton udang medan harganya 20 ribu perkilo, garamnya 50 kg harganya 150 ribu).

Beralih dari bahan baku, masih terdapat biaya-biaya lain yang dibutuhkan yaitu biaya tenaga kerja. Biaya tenaga kerja ditetapkan sesuai kesepakatan antara para pedagang terasi yang terdapat di desa Ambunten. Berikut penuturan informan:

"Saare ruah ebejer 35 ebu, deri pokol 7 sampek pokol 2 siang, panglakona 12 oreng selama 9 areh " (sehari itu dibayar 35 ribu dari pukul 7 sampek pukul 2 siang, pekerjaanya 12 orang selama 9 hari).

Kemudian beliau melanjutkan :

"oo mon ngakan yeh...aruah berrese ben kabina esedieegi ben sengkok. Nak kanak atanak dhibik ruah. Enjek tak usa bitong gebey apa. Sengkok se nanggun lah kan tak pate bennyak kiya abikna.

(oo kalau makan ya... itu berasnya dan semuanya sudah disediakan sama saya. Anak-anak masak sendiri. Tidak usah dihitung buat apa. Saya sudah yang nanggun kan tidak terlalu banyak biayanya).

"Mon ebitonga sakakanan paleng la 4 ebuen saorenga. Ye jiah la sekitaran sajian. Jek tak toman ebitong nak. Rakera sajian lah" (kalau mau dihitung satu kali makan paling 4 ribuan per orangnya. Ya itu sudah sekitaran segitu. Tidak pernah dihitung nak. Perkiraan segitu sudah).

Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik juga dihitung oleh pemilik usaha. Biaya overhead pertama yaitu plastik sebagai pembungkus terasi, seperti yang diungkapkan oleh informan:

"Buto 5 bungkos plastik, argenah 20 ebuh. Ye kapessean 100 ebuh" (butuh 5 bungkus plastik, harganya 20 ribu. Ya totalnya 100 ribu).

Selain biaya untuk plastik, H. Mashuri juga memperhitungkan kardus sebagai tempat pengepakan terasi, tali, solar, dan pewarna :

"Sados 5000, butonah 34 kardos. Ye butonah 3 kg taleh arge perkilona 12 ebuh" (satu kardus 5.000, butuhnya 34 kardus. ya butuhnya 3 kg tali harga perkilonya 12 ribu).

"Mon 2 ton jiah buto 8 liter solar ye argena 6.000 perliterrah" (kalau 2 ton itu butuh 8 liter solar ya harganya 6.000 perliternya).

"Saparapat jiah 62.500 ye jiah ebitong kiyah kabbi. Butonah ye mon 2 ton jiah setengnga kasombenah deddi 125.000" (seperempat itu 62.500 ya itu dihitung juga semuanya. Butuhnya ya kalau 2 ton itu setengah kilo pewarnanya jadi 125.000).

H. Mashuri juga menghitung biaya transport, berikut ungkapannya:

"Sekali mangkat jiah 2 juta" (sekali berangkat itu 2 juta)

Untuk biaya listrik, H. Mashuri tidak memasukkan kedalam harga pokok produksi, sesuai dengan ungkapan informan sebagai berikut:

"Listrik ruah kan {tak pate eangguy}, {pera' eangguy mon malem}. Ye tak usa bitong. Ariya kan {tak alembur} sampek malem, ye maskea alembur malem paggun {tak usa bitong} mon listrik jiah" (listrik itu kan {tidak terlalu dipakai}, {Cuma dipakai kalau malam}. Ya tidak usah dihitung. Ini kan tidak lembur sampek malem, ya meskipun lembur malam tetap {tidak usah dihitung} kalau listrik itu).

Beliau melanjutkan :

"{tak parloh} jek, {sengkok se nanggun}" ({tidak perlu}, {saya yang nanggun})

H. Mashuri tidak menambahkan biaya listrik kedalam biaya produksi, hal ini dikarenakan penggunaan listrik yang tidak begitu dibutuhkan selama proses produksi. Sekalipun lembur malam, biaya listrik tetap tidak diperhitungkan sebagai biaya pengeluaran karena sudah dianggap tanggungan pribadi oleh H. Mashuri.

Berdasarkan ulasan di atas, peneliti telah mendapatkan gambaran yang jelas mengenai biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan selama proses produksi terasi. Harga pokok produksi yang dikeluarkan oleh H. Mashuri yaitu meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik variabel.

Gambaran di atas menunjukkan bahwa dalam proses produksi Terasi Udang Rebon Medan memerlukan biaya sebesar Rp 44.384.000. Terasi dicetak perbuah dengan berat timbangan 1 kilogram. Dengan bahan baku sebanyak 2 ton udang rebon, H. Mashuri dapat menghasilkan terasi sebanyak 2 ton 1 kwintal. Hal ini terjadi karena udang rebon yang diproduksi dalam keadaan benar-benar kering, sehingga dapat meningkatkan volume hasil produksi. Hal ini disampaikan oleh informan:

"Mon odenga kerreng onggu jiah bisa atambe deggik hasilla acanna. Paleng mon 1 ton tambena 50 kg. Ye mon tak pate kerreng bisa songsot nak. Kadeng ruah mon 2 ton akorang deddi 1 ton 800 kg. Pokokna mon odenga cek kerrenga ruah bisa nambei ka tembengan bile la epadeddi acan" (kalau udangnya benar-benar kering ya bisa bertambah nanti hasil terasinya. Paling kalau 1 ton tambahannya 50 kg. Ya kalau tidak begitu kering bisa sungkut nak. Kadang itu kalau 2 ton berkurang jadi 1 ton 800 kg. Pokoknya kalau udangnya kering itu bisa menambah timbangan kalau sudah dijadikan terasi).

Beralih dari H. Mashuri dengan perhitungan biaya produksi yang dikeluarkan, peneliti beranjak kepada usaha produksi terasi milik H. Muhammad. Jenis udang yang digunakan dalam pembuatan terasi juga bervariasi, seperti Udang Rebon Ambunten, Udang Rebon Medan, dan Udang Rebon Banjar. Pada saat penelitian dilakukan, usaha produksi terasi H. Muhammad sedang melakukan produksi terasi dengan jenis Udang Rebon Ambunten. Bahan-bahan pembuatan terasi serta biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dijelaskan dengan baik oleh H. Muhammad.

"Odenga 2 ton, arge tanggennah 20 ebuh, jiah bujena 2 sak arge sa sakka gen 150 ebuh" (udangnya 2 ton, harga kulakannya 20 ribu. Itu garamnya 2 sak harga persaknya 150 ribu).

"ye disesuaikan nak mon 20 ribu sabungkos ruah cokop gebey 500 kg, ye buto 80 ebuh jiah plastikka 4 bungkos" (ya disesuaikan nak kalau 20 ribu sebungkus itu cukup untuk 500 kg, ya butuh 80 ribu itu plastiknya 4 bungkus).

"Iye kardus pole, 5 ebuh argenah cokop lah gebey atas bebenah jiah ben totoppa 30 dos" (iya kardus lagi, 5 ribu cukup sudah buat atas sama bawahnya itu dan tutupnya 30 kardus).

"Iye ebitong, sekitar 30 ribu gebey naleen" (iya dihitung, sekitar 30 ribu untuk mengikat).

Biaya listrik tidak dimasukkan dalam perhitungan harga produksi karena penggunaan mesin tidak menggunakan listrik, akan tetapi menggunakan solar. Jadi listrik tidak terlalu dipakai selama proses produksi.

"Mon gebey listrik tak usa pamasok nak, kan tak ju ngangguy listrik malolo. Mon siang kan tak ngangguy listrik. Tak usa jek." (kalau untuk listrik itu tidak usah dihitung nak, kan tidak selalu dipakai terus. Kalau siang kan tidak pakai listrik. Tidak usah).

"Mon solar ruah ngabik 8 liter argena 6.500 perliter" (kalau solar itu menghabiskan 8 liter harganya 6.500 perliter).

Selain biaya-biaya yang telah disebutkan, H. Muhammad juga menghitung biaya transport sebagai biaya pengiriman barang. Berikut penuturannya :

"Sekali mangkat pokokna samobil ruah 1.800.000" (sekali berangkat itu satu mobil 1.800.000).

Biaya transport hanya dihitung ketika melakukan pengiriman barang ke wilayah luar Madura, hal ini terjadi karena penjualan yang terjadi di wilayah Madura sendiri dalam jumlah yang tidak terlalu banyak, sehingga sistemnya adalah pembeli yang mengambil barang sendiri tanpa harus ada biaya pengiriman atau transport dari pemilik usaha. Biaya transport ditentukan atas kesepakatan antara pemilik usaha, dalam hal ini H. Muhammad dengan pemilik kendaraan sesuai dengan jarak tempuh pengiriman.

Selain biaya di atas, H. Muhammad juga memperhitungkan biaya tenaga kerja sebagai biaya pengeluaran.

"Aruah panglakonah 11 oreng cokop, 10 areh lakona" (itu pekerjaanya 11 orang cukup, 10 hari kerjanya).

"Panglako ruah ebejer gen 5 areh kan mon abit gellu tak nyaman kiya, bejerennah 35 ebuh jiah saare bungkollah nak. Laen gebey ngakana pokol 9 ben guk genggukna mon benaben. {Tape tak usa bitong jiah}. Cokop se 35 ebuh se ebitong" (pekerja itu dibayar setiap 5 hari kalau terlalu lama kan tidak enak, bayarannya 35 ribu sehari itu nak. Lain lagi kalau buat makannya pukul 9 dan cemilannya kalau siang itu. Tapi tidak usah dihitung. Cukup yang 35 ribu itu yang dihitung).

"{tak kabitong}, ngakan {sengkok kabbi se nanggung}. Paleng la 5 ebuen saorenga gebey benaben. 35 ebuh ruah pesse bungkollah" ({tidak dihitung}, makan {saya semua yang nanggung}). Paling sudah 5 ribuan per orangnya buat makan siang. 35 ribu itu uang utuhnya).

Biaya gaji yang diperhitungkan ke dalam biaya pengeluaran hanyalah biaya gaji pokok sebesar Rp 35.000, sedangkan untuk biaya makan dan pembelian makanan ringan untuk pekerja tidak diperhitungkan ke dalam biaya pengeluaran. Hal ini terjadi karena H. Muhammad menganggap biaya tersebut sebagai tanggungan pribadi. Peneliti berusaha menggali kesadaran terdalam informan mengenai biaya tersebut.

"ye pasti {ikhlas}, mon tak ikhlas kan parcoma nak. Mon tak ikhlas ang'o tak aberri'e soalla parcoma. Karena kan disamping bisnis, sengko' ruah terro mabennya' kanca. Kan tadek salana {membuat oreng senneng}" (ya pasti {ikhlas}, kalau tidak ikhlas kan percuma nak. Kalau tidak ikhlas mending tidak dikasih soalnya percuma. Karena kan disamping bisnis saya pengen memperbanyak teman. Kan tidak ada salahnya {membuat orang senang}).

H. Muhammad tidak menghitung biaya makan serta biaya pembelian makanan ringan yang diberikan kepada pekerja setiap harinya, karena pemilik merasa bahwa biaya tersebut merupakan tanggungan pribadi. H. Muhammad merasa ikhlas, karena dengan hal tersebut dapat membuat beliau memperbanyak temanserta dapat membuat orang lain senang.

Gambaran di atas menunjukkan bahwa dalam proses produksi Terasi Udang Rebon Ambunten memerlukan biaya sebesar Rp 44.412.000. Terasi dicetak perbuah dengan berat timbangan 1 kilogram. Dengan bahan baku sebanyak 2 ton udang rebon, H. Muhammad dapat menghasilkan terasi sebanyak 1 ton 7 kwintal. Hal ini terjadi karena udang rebon yang

diproduksi dalam keadaan setengah kering, sehingga dapat mengurangi volume hasil produksi. Hal ini disampaikan oleh informan :

"Jek beeri' ruah odengah korang kerreng, ye masteh sunsut, kan setengah kerreng. Ye pas tak usa ngangguy aing pole. Bide ben odeng kerreng" (kan kemaren itu udangnya kurang kering, ya pasti menyusut, kan setengah kering. Ya pas tidak usah pakai air lagi. Beda dengan udang yang kering).

"Iye sakonni' pera' nak. Mon odenga kerreng onggus tape, bisa atambe deggik, tape mon odeng asli ambunten mesti menyusut polana berenga korang kerreng" (iya sedikit Cuma nak. Kalau udangnya benar-benar kering, bisa bertambah nanti, tapi kalau Udang asli Ambunten pasti menyusut karena barangnya kurang kering).

Berdasarkan penjelasan di awal, maka dalam menetapkan harga jual harus menentukan harga pokok produksi terlebih dahulu. Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu langkah yang pasti dalam menentukan harga jual. Dapat diketahui bahwa perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh H. Mashuri dan H. Muhammad memiliki komponen biaya-biaya yang sama.

Potret Penentuan Harga Jual Terasi

Perhitungan harga pokok produksi memang menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan harga jual, selain itu terdapat faktor lain yang juga dapat mempengaruhi harga jual terasi. Faktor yang mempengaruhi tersebut dapat dilihat dari situasi pasar dan juga terkait adanya perbedaan harga yang diberikan oleh H. Mashuri dan H. Muhammad selaku pemilik usaha produksi terasi kepada pembeli, pelanggan, tetangga, dan keluarga.

Berdasarkan hasil penelusuran dan amatan peneliti, diperoleh tiga basis penentuan harga jual. Pertama adalah penentuan harga jual berbasis biaya, selanjutnya berbasis pasar, dan terakhir berbasis rasa persaudaraan. Pada basis biaya, penentuan harga jual dihitung berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan selama produksi kemudian ditambahkan dengan keuntungan yang diharapkan oleh pemilik usaha. Berikut penuturan H. Mashuri mengenai harga jual terasi:

"mon argenah acan targentong jenis odenga, bedé se 30 ebuh, bedé se argenah 40 ebuh. Se beeri' ruah paju 24 ebuh" (kalau harganya terasi itu tergantung jenis udangnya, ada yang 30 ribu, ada yang harganya 40 ribu. Yang kemaren itu laku 24 ribu).

"Mon kaontonganna ye paleng ngalak 1.500 sakilonah. Ye mon pasar sepe kadeng bisa gun 500 ontonga, pokok bedé se ekagebeye adegeng pole nak" (kalau keuntungannya ya paling ngambil 1.500 perkilo. Ya kalau pasar sepi kadang bisa Cuma 500 untungnya, yang penting ada yang mau dibuat dagang lagi nak).

Penentuan harga jual juga dikemukakan oleh H. Muhammad. Berikut penuturan beliau :

"Mon acan asli ambunten ruah argenah 30 ebuh/kg" (kalau terasi asli ambunten itu harganya 30 ribu/kg).

"Mon sengkok nantoagi ontong jiah paleng enjek la 2 ebuh sakilo. Mon argeh jiah targentong pasar nak. Kadeng yeh mon pasar cek butonah bisah ontong 3 ebuh sakilonah" (kalau saya menentukan keuntungan itu paling tidak 2 ribu/kg. Kalau harga itu tergantung pasar nak. Kadang ya kalau pasar lagi butuh bisa untung 3 ribu/kg).

Berdasarkan penjelasan dari informan, maka penentuan harga jual terasi berdasarkan perhitungan harga pokok per unit yang ditambahkan dengan besaran keuntungan yang telah ditentukan oleh pemilik. H. Mashuri dan H. Muhammad selaku pemilik usahatelah menetapkan

besaran keuntungan yang nantinya akan ditambahkan ke dalam harga pokok produksi per unit sebagai langkah dalam menentukan harga jual terasi per kilogram.

Penentuan harga jual selanjutnya adalah berbasis situasi pasar. Apabila situasi pasar sedang membutuhkan terasi dalam jumlah yang banyak, maka besaran keuntungan yang ditarget dapat terpenuhi. Sebaliknya, jika pasar tidak terlalu membutuhkan terasi jenis tersebut, maka keuntungan yang diperoleh tidak maksimal atau bahkan bisa rugi. Berikut pernyataan yang disampaikan H. Mashuri :

“arge riya kan la etentoagi misalla, paggun aobe depak ka pasar. Kaontongan riya targentong pasar, mon pasar nyaman ye bisa tinggi ontonga. Sengkok pernah olle ontong sampek 3 ebuh bekto pasar nyaman” (harga ini kan sudah ditentukan misalnya, tetap berubah sampai ke pasar. keuntungan ini tergantung pasar, kalau pasar enak ya bisa tinggi untungnya. Saya pernah dapat untung sampai 3 ribu waktu pasar enak).

“Ye bennyak se buto ka acan, mon se minta bennyak sengkok ruah bisa ngalak ontong lebbi deri biasana. Ye mon se minta sakunnik anggep pasar seppe, ruah ye ejuel pokok anyama ontong gelluh. Ye se jelas ontonga tak bennyak, bahkan bisa rogi mon pasar seppe tadek permintaan ye ejuel maskiya rogi pokok deddi pesse gellu. Targentong pasar ra pokokna mon kaontongan jiah” (ya banyak yang butuh terasi, kalau yang minta banyak saya itu bisa ngambil untuk lebih dari biasanya. Ya kalau yang minta sedikit seperti pasar sepi, itu ya dijual pokok namanya untung dulu. Ya jelas untungnya tidak banyak, bahkan bisa rugi kalau pasar sepi tidak ada permintaan ya dijual meskipun rugi pokoknya jadi uang dulu. Tergantung pasa sudah pokoknya kalau keuntungan itu).

H. Muhammad juga menjelaskan tentang situasi pasar yang sangat berpengaruh dalam penentuan harga jual. Berikut penuturan H. Muhammad :

“Jek reng mon acan riya tak pade ben gule nak, maskiya la etantoagi sakale argenah ruah paggun bisa aobe. Entah depak ka pasar bedede se naber entah targentong bennyakna peminat” (kalau terasi ini tidak sama dengan gula nak, meskipun sudah ditentukan harganya itu tetap bisa berubah. Entah sampai di pasar ada yang nawar entah tergantung banyaknya peminat).

“Iye bennyakna peminat kuah maksodde semakin bennyak permintaan ruah sengkok kan sejelas olle ontong, bahkan bisa bekto jiah kiya maongge argeh. Misalla awallah ejuele 25 ebuh pas polana lagi bennyak permintaan ruah bisa ejuel 26 ben sengkok. Engak jiah pengaruhnya pasar. Mmm ye mon pasar seppe kadeng tak depaa ka pokokna kana nak, ye bedede ontonga sakunnik perak pokok la anyama bedede” (iya banyaknya peminat itu maksudnya semakin banyak permintaan itu saya kan yang jelas untung, bahkan bisa waktu itu juga meninggikan harga. misalnya awalnya dijual 25 ribu terus karena lagi banyak permintaan itu bisa dijual 26 sama saya. Seperti itu pengaruhnya pasar. Mmm ya kalau pasar sepi kadang tidak nyampek ke pokoknya saja nak, ya ada untungnya sedikit cuma pokoknya ada).

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa situasi pasar merupakan faktor yang sangat penting dalam penentuan harga jual terasi. Seperti yang telah dijelaskan oleh informan, baik H. Mashuri maupun H. Muhammad mengenai faktor yang mempengaruhi harga jual, maka dapat disimpulkan bahwa semakin banyak permintaan, maka pemilik usaha dapat menjual terasi dengan harga yang lebih tinggi dan tentunya dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, jika pasar dalam keadaan sepi dalam

artian tidak banyak permintaan, maka pemilik usaha hanya mendapatkan keuntungan sedikit akibat harga yang diberikan tidak dapat mencapai keuntungan yang telah ditentukan.

Penentuan harga jual selanjutnya adalah berbasis rasa persaudaraan. Hal ini terkait dengan rasa persaudaraan yang timbul di antara pemilik usaha dengan para pembelinya. Rasa persaudaraan inilah yang menjadikan harga jual tidak selamanya berorientasi pada keuntungan. Rasa persaudaraan tentunya dapat mempererat ikatan silaturahmi dengan banyak orang. Nilai persaudaraan dalam penentuan harga jual dikemukakan oleh H. Mashuri sebagai berikut :

"Mon katatangge {tak bisa ngala' ontong}, {neser}" (kalau ke tetangga {tidak bisa ambil untung}, {kasihan}).

"Pole mon bede keluarga buto acan ye ebegi ju {tak osa majer}, paleng butonah gen sakilo dukilo. Ye mon buto bennyak ye bede potonganna nak tak bisa ngalak ontong onggu {neser}" (apalagi kalau ada keluarga yang butuh terasi ya dikasih aja {tidak usah bayar}, paling butuhnya 1 kg 2 kg. Ya kalau butuhnya banyak ya ada potongannya nak tidak bisa ambil untung {kasihan}).

"Mon ka langgenan jiah ye jelas bede {bede potongannah}, mon sengkok ye argeh ka oreng ben ka langgenan kodhu laen. Intinya ngargein langgenan ruah. Ye epotong 500" (kalau langganan itu ya jelas {ada potongan}nak, akalu saya ya harga ke orang dan ke langganan itu beda. Intinya menghargai langganan itu. Ya dipotong 500).

Perbedaan harga jual yang diberikan oleh H. Mashuri kepada pelanggan, tetangga, dan keluarga didasari oleh rasa *neser*. Kekeluargaan dan kehidupan sosial menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual. Perbedaan harga pada tetangga, keluarga dan pelanggan juga dapat diketahui dari penuturan H. Muhammad berikut :

"Bekto ruah bede keluarga se buto acan gebey leolle ka jebe ka keluargana kiya, butona 3 kg sabben ye {ebegi ju} nak. Jek ka keluarga dhibik {masak tongbitongannah}" (waktu itu ada keluarga yang butuh terasi buat oleh-oleh ke jawa untuk keluarganya juga, butuhnya dulu 3 kg ya saya {kasih aja} nak. Ke keluarga {masak perhitungan}).

Mon langgenan {jek tanyaagi} pole nak, {wajib} jiah {bede potongan}. Mon melle bennyak se pasteh bede potongannah kiya. Mon ka langgenan ruah sengkok pernah motong sampek 1000 sakeng terro pade {ajege}

(kalau langganan {jangan ditaya} lagi nak, {wajib} itu {ada potongan}. Kalau beli banyak yang pasti ada potongan juga. Kalau ke langganan itu saya pernah motong sampek 1000 saking pengen saling {menjaga}).

Pelanggan mendapatkan harga yang lebih murah dengan potongan sampai dengan sebesar Rp 1000/kg dikarenakan H. Muhammad sebagai pemilik usaha produksi terasi menginginkan adanya ikatan yang baik antara pedagang dan pelanggan. Bahkan terasi yang diberikan kepada keluarga bisa diberikan secara cuma-cuma atau gratis dengan alasan adanya rasa persaudaraan.

Praktik tersebut sedikit berbeda dengan pendekatan akuntansi biaya yang lazim untuk menentukan harga jual produk standar dalam hal ini dengan menerapkan formula *cost-plus*. Menurut pendekatan tersebut, harga jual adalah biaya (*cost*) yang ditambah dengan mark up sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut (Ahmad, 2013:148). *Markup* dibentuk untuk menutup laba yang diinginkan dan biaya selain biaya yang menjadi dasar perhitungan. Jika salah dalam menentukan persentase *markup*, biaya tersebut dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutupi oleh harga jual (Sodikin, 2015:170). Untuk itu, penentuan *markup* sangat penting

dilakukan dalam penentuan harga jual dengan metode *cost plus* baik menggunakan pendekatan *full costing* maupun *variable costing*.

Pada usaha produksi terasi, pemilik usaha langsung mematok keuntungan yang diinginkan dalam setiap penjualannya. Selain keuntungan secara materi, terdapat pula faktor tak kasat mata yang mempengaruhi penentuan harga jual oleh pemilik. Hal ini terbukti dari adanya pengaruh situasi pasa termasuk tawar menawar serta adanya perlakuan yang berbeda dalam menetapkan harga yang dipengaruhi oleh nilai-nilai persaudaraan atau nilai sosial.

Secara umum, praktik tersebut menunjukkan bahwa dalam penentuan harga jual harus memperhitungkan berapa harga pokok produksi yang terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi, serta *mark up* yang terdiri dari laba yang diinginkan serta biaya lain yang tidak termasuk dalam dasar perhitungan. Peneliti menemukan bahwa dalam menentukan keuntungan terdapat komponen bukan biaya yang dapat mempengaruhi harga jual, hal tersebut terbukti dengan adanya perbedaan dalam menentukan harga yang dipengaruhi oleh rasa persaudaraan atau rasa sosial yang melekat pada diri pemilik usaha.

KESIMPULAN

Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti berhasil mencapai suatu kesimpulan tentang bagaimana penentuan harga jual terasi udang di desa Ambunten-Sumenep. Terdapat kesamaan dalam konsep penentuan harga pokok produksi yang dilakukan oleh pemilik usaha dengan teori utama. Namun, terdapat beberapa hal yang berbeda dalam konsep penentuan harga jual yang ditentukan oleh pemilik usaha dengan teori utama. Perbedaan yang terdapat dalam konsep penentuan harga jual yang dilakukan oleh pemilik usaha terkait adanya unsur budaya yang dijadikan acuan dalam menentukan harga jual.

Pada perhitungan harga pokok produksi, pemilik usaha secara sadar menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga pada tahap pemasaran terasi. Biaya tersebut terdiri dari Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, dan Biaya Overhead Pabrik Variabel. Pada penentuan *markup*, pemilik usaha secara langsung telah menentukan besaran keuntungan yang diinginkan dalam penentuan harga jual terasi. Selain *markup*, peneliti juga menemukan bahwa situasi pasar dapat mempengaruhi harga jual terasi. Hal ini dikarenakan harga jual dapat berubah seiring dengan perubahan volume permintaan dari para konsumen yang ada di pasar. Semakin banyak permintaan, maka semakin tinggi harga jual yang diberikan oleh pemilik usaha. Sebaliknya, semakin sedikit permintaan, maka semakin rendah harga jual yang diberikan oleh pemilik usaha.

Selain *markup* dan situasi pasar, terdapat hal yang juga tak kalah penting yaitu rasa persaudaraan yang juga dijadikan pertimbangan dalam penentuan harga jual oleh pemilik usaha. Rasa persaudaraan dan kepedulian antar sesama membuat pemilik usaha mengedepankan sikap perhatian dan sikap saling membantu yang dibalut dengan kata *neser* dalam menentukan harga jual terasi. Mengurangi keuntungan dengan memberikan harga jual di bawah normal serta memberikan kepercayaan penuh kepada pelanggan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam menentukan harga jual. Pada titik ini, pemilik usaha berusaha memperoleh keuntungan non materi dengan membangun sebuah ikatan yang lebih kekal dengan mengedepankan rasa persaudaraan untuk memperoleh banyak teman serta untuk hidup bersosial yang lebih baik.

Setiap manusia dilahirkan dengan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, begitupula dengan penelitian ini yang masih memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan pertama adalah terkait banyaknya varian udang yang dijadikan bahan baku dalam proses

produksi terasi yang dilakukan oleh pemilik usaha. Banyaknya varian udang tersebut membuat peneliti tidak dapat memperoleh informasi secara rinci mengenai biaya yang dikeluarkan selama proses produksi terasi dengan bahan baku jenis udang satu-persatu. Sehingga peneliti hanya mampu mengungkapkan biaya produksi terasi dengan varian udang yang diproduksi bertepatan dengan dilakukannya penelitian.

Kedua, peneliti tidak ikut mengamati sampai dengan proses pemasaran terasi secara langsung. Hal ini dikarenakan proses pemasaran yang dilakukan terhadap terasi yang diproduksi tersebut berada di wilayah luar Madura. Singkatnya, hal ini terjadi karena tidak adanya izin dari pemilik usaha. Oleh karena itu, peneliti hanya mendapatkan berbagai informasi berdasarkan dari pengalaman informan utama dalam menentukan harga jual. Sehingga peneliti hanya menjadikan para pembeli maupun pelanggan dari masing-masing informan utama yang berada di wilayah Madura sebagai informan pendukung, namun sudah cukup untuk mengkonfirmasi dari pernyataan informan utama terkait penentuan harga jual terasi.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih saran, terutama untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelusuran serupa dalam mengetahui keunikan-keunikan lain yang terdapat pada penentuan harga jual suatu usaha. Peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggali lebih dalam terkait makna keuntungan dan biaya, baik dalam usaha terasi maupun usaha lainnya. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti tentang harga jual yang tidak hanya pada usaha produksi terasi, namun pada usaha-usaha lain yang dapat diungkap keunikannya dalam penentuan harga jual yang di dalamnya masih melekatkan nilai-nilai kearifan lokal dengan menggunakan pendekatan etnografi.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, Kamaruddin. 2013. *Akuntansi Manajemen, Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alimuddin. 2011. *Konsep Harga Jual Islami*. Jurnal Penelitian Universitas Hasanuddin.
- Alimuddin., dkk. 2011. *Konsep Harga Jual Kejujuran : Meraih Keuntungan Menggapai Kemaslahatan*. JAMAL ISSN 2086-7603 Vol.2 No.1.
- Amaliah, Tri Handayani. 2014. *Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku*. Disertasi Universitas Negeri Gorontalo.
- Amaliah, Tri Handayani. 2016. *Nilai Nilai Budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol.7 No.2, Universitas Negeri Gorontalo. Hal 189-206.
- Efferin, Sujoko., Stefanus Hadi Darmadji., dan Yuliawati Tan. 2004. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi: Sebuah Pendekatan Praktis*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Buku 1. Edisi 4. Jakarta: Selemba Empat.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen. 2001. *Manajemen Biaya*. Buku 2. Jakarta: Selemba Empat.

- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Buku 1. Edisi 8. Jakarta: Selemba Empat.
- Kabib, Nur., Alfiati Nurrokhmini., dan Tri Hastutik. 2017. *Metode Variable Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Produk*. The Fifth URECOL PROCEEDING ISBN 978-979-3812-7, UAD Yogyakarta.
- Kamayanti, Ari. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi*. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.
- Maleong, Lexy, J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- MARS. 2015. *Wanginya Bisnis Terasi di Indonesia*. <http://www.marsindonesia.com/newsletter/wanginya-bisnis-terasi-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 6 April 2018.
- Moray, Jessica Claudia., David Paul Elia Saerang., dan Treesje Runtu. 2014. *Penetapan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing menggunakan Pendekatan Full Costing pada UD. Gladys Bakery*. Jurnal EMBA ISSN 2303-1174 Vol.2 No.2, Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal 1272-1283.
- Mulyadi. 1993. *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 2, cetakan 1. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Musdalifah., Ventje Ilat., dan Inggriani Elim. 2014. *Penerapan Metode Variable Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada PT. Cahaya Murni Raya Industri*. Jurnal EMBA ISSN 2303-1174 Vol.2 No.3, Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal 096-102.
- Rifai, Mien Ahmad. 2007. *Manusia Madura*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pilar Media.
- Sodikin, Slamet Sugiri. 2015. *Akuntansi Manajemen: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Wardoyo, Dwi Urip. 2016. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Penentuan Harga Jual Atas Produk : Studi Kasus Pada PT Dasa Windu Agung*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis ISSN 2527-7502 Vol.1 No.2, Universitas Islam Attahiriyah Jakarta. Hal 183-190.
- Zalshabila, Shavira dan Aji Dedi Mulawarman. 2012. *Javanese Price Setting: Refleksi Fenomenologis Harga Pokok Produksi Pedagang Bakso di Kota Malang*. Jurnal Penelitian Universitas Brawijaya Malang.