

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian di Gudang tembakau H.Mulyono dengan kajian Pustaka diatas, Adapun persamaannya dalam kajian Pustaka di atas tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan penjualan sehingga memperoleh laba yang maksimal. Salah satu kegiatan perusahaan yang mendukung tujuan tersebut adalah pemasaran (marketing). Dan perusahaan tersebut mengacu pada marketing yang biasanya dikenal dengan 4p yaitu:

1. Produk (produk)
2. Price (harga)
3. Place (tempat)
4. Promotion (promosi)

Perbedaannya terletak di Promosinya saja perusahaan tersebut menggunakan sistem promosi namun di Gudang kami tidak menggunakan promosi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan data temuan penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan serta disajikan oleh peneliti pada bab sebelumnya maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gudang H.Mulyono menggunakan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga jual produk terhadap penjualan, proses penetapan harga dimulai dari pembelian produk, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga jual produk. Setelah melakukan tahapan tersebut Gudang H.Mulyono menggunakan metode perhitungan harga yang berpedoman pada metode berbasis biaya. Gudang H.mulyono menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu. Hal ini diasumsikan Gudang H.Mulyono dengan memperhatikan dan memperhitungkan seluruh proyeksi biaya yang dikeluarkan dari produk siap untuk dijual guna untuk membandingkan proyeksi harga yang terbentuk pada anggaran ditahun mendatang.
2. Harmonisasi penentuan produksi dari awal masa tanam sampai panen merupakan hasil penelitian ini. Harmonisasi produksi seperti ini menunjukkan pabrik dan petani membuka wahana komunikasi intensif dan terbuka beban produksi yang harus dikeluarkan masing-masing. Hasil ini diharapkan mengakhir fenomena oligopsoni dan penetapan harga tembakau secara sepihak oleh pedagang yang menjadi kaki tangan industri rokok. Fenomena ini membuat harga menjadi milik Gudang dan pedagang, sehingga memberikan posisi tawar yang tinggi dan sebaliknya bagi petani. Dan terdapat dua pengaruh yang menyebabkan terjadinya ketidakpastian harga, yaitu pengaruh dari gudang dan pengaruh dari petani. Adapun pengaruh dari pabrikan sehingga menyebabkan ketidakpastian harga antara

lain; batasan pabrik dan perubahan cuaca dan pengaruh dari petani sendiri sehingga menyebabkan ketidak pastian harga yaitu jadwal tanam.

B. SARAN

1. Diharapkan pihak Gudang H.mulyono harus mempertahankan strategi penetapan harga yang melihat kondisi keadaan pelanggan, keadaan ekonomi masyarakat, daya beli masyarakat, dan terus membantu para pengusaha tembakau untuk menjual produk-produknya di Gudang H.Mulyono yang bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan ummat, dan ini telah sesuai dengan syari'at Islam.
2. Seharusnya perlu adanya kemitraan antara gudang dengan petani sehingga petani dapat mengakses langsung ke pabrik, pabrik mampu meningkatkan kuota dan mampu menampung banyak tembakau dari petani. Upaya ini agar dapat mengatasi persoalan ketidakpastian harga dalam setiap tahunnya. Dan petani lebih selektif dalam memperhatikan cuaca sehingga dapat mengambil tindakan yang benar agar tidak telat dalam menanam tembakau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rokhim. 2013. *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Saw*. Jember : STAIN Jember Press.
- Abdullah Azzam A. Haris. 2020. *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Minimarket Muslim Madani Mart Taman Karya Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*, Pekanbaru: Almaruf.
- Adiwarman Karim. 2008. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.