

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Ekonomi Makro

Ekonomi Makro atau juga bisa disebut makroekonomi merupakan cabang utama dari ekonomi menanganikan kepada isu-isu yang bersifat makro atau lebih luas lagi,¹⁶ termasuk didalamnya mengenai jumlah agregat ekonomi, seperti tingkat dan laju pertumbuhan produksi nasional, suku bunga, pengangguran, dan inflasi. Kajian ilmu ekonomi makro di antaranya adalah sebagai berikut:¹⁷

1. Masalah Inflasi

Inflasi adalah kenaikan harga yang bersifat umum dan terus-menerus. Kenaikan harga baru dikatakan inflasi jika terjadi secara umum dan bersifat terus-menerus. Inflasi menjadi fokus utama analisis ekonomi makro karena gejala inflasi menunjukkan inefisiensi perekonomian secara keseluruhan.

2. Pertumbuhan Ekonomi

Ekonomi yang bertumbuh adalah ekonomi yang titik keseimbangan antara permintaan agregat (jumlah permintaan total terhadap barang dan jasa dalam suatu perekonomian selama periode tertentu) dan penawaran agregatnya (jumlah produksi total barang dan

¹⁶ Karl E Case dan RayC Fair, terj. Benyamin Molan, *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Pearson Education Asia, 2002), hal. 8

¹⁷ Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hal. 5-7

jasa dalam suatu perekonomian selama periode tertentu) makin baik dibanding periode sebelumnya.

3. Pengangguran

Yang dimaksud dengan pengangguran adalah angkatan kerja (orang yang mencari kerja) tetapi tidak mendapat pekerjaan (seperti yang diinginkan).

4. Interaksi Dengan Perekonomian Dunia

Kerja sama dalam ekonomi internasional, terutama perdagangan antar negara dilakukan karena satu negara tidak dapat berdiri sendiri dalam upaya mensejahterakan rakyatnya.

Secara ekonomis, keuntungan atau kerugian sebagai dampak kerja internasional terdeteksi melalui analisis neraca pembayaran dan atau nilai tukar mata uang. Oleh karena itu ilmu ekonomi internasional berkembang pesat.

5. Siklus Ekonomi

Siklus ekonomi mendapatkan perhatian yang penting dalam teori ekonomi makro, karena dampak-dampak yang ditimbulkannya. Misalnya resesi ekonomi yang berkepanjangan akan menjerumus perekonomian ke keadaan depresi.

Sebaliknya ekspansi yang berkepanjangan juga akan menyulut inflasi, kemandekan ekonomi dan akhirnya juga resesi. Upaya-upaya pemerintah dalam mengatasi siklus ekonomi disebut kebijakan antisiklus.

B. Teori Relokasi Pasar

1. Pengertian Relokasi

Relokasi adalah penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru.¹⁸ Relokasi adalah salah satu wujud dari kebijakan pemerintah daerah yang termasuk dalam kegiatan revitalisasi. Revitalisasi dalam Kamus Bahasa Besar Indonesia (KBBI) berarti proses, cara dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya.¹⁹

Salah satu cara merevitalisasi atau membangun pasar tradisional yang baru adalah menciptakan pasar tradisional dengan berbagai fungsi, seperti tempat bersantai dan rekreasi bersama dengan keluarga. Berdasarkan dari penjelasan diatas, penulis dapat menyatakan bahwa relokasi adalah pemindahan lokasi dagang ke tempat yang lebih nyaman dan teratur untuk kelancaran usaha pedagang.

2. Faktor Penentu Pemilihan Lokasi Kegiatan Ekonomi

Secara garis besar terdapat lima faktor ekonomi utama yang mempengaruhi pemilihan lokasi suatu kegiatan ekonomi dan sosial yang masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut:²⁰

¹⁸ Muhammad Ridlo Agung, *Kemiskinan di Perkotaan Semarang.....*, hal. 95

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, dalam <https://kbbi.web.id/revitalisasi.html>, diakses 28 Desember 2018

²⁰ Sjafrizal, *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 23-28

a. Ongkos Angkut

Ongkos angkut merupakan faktor atau variabel utama yang sangat penting dalam pemilihan lokasi dari suatu kegiatan ekonomi. Alasannya adalah karena ongkos angkut tersebut merupakan bagian yang cukup penting dalam kalkulasi biaya produksi. Ongkos angkut ini terdiri dari unsur-unsur, yaitu:

- 1) Ongkos angkut bahan baku dari sumber bahan baku menuju lokasi pabrik.
- 2) Ongkos angkut hasil produksi dari lokasi pabrik menuju pasar.

Pengelompokan kedua unsur ongkos angkut ini penting artinya karena nilai kebudayaan akan bervariasi jumlahnya karena perbedaan jarak dan ongkos per ton kilometer.

b. Perbedaan Upah Antar Wilayah

Kenyataan umum bahwa tingkat upah buruh antar wilayah tidaklah sama. Perbedaan ini dapat terjadi karena variasi dalam biaya hidup, tingkat inflasi daerah dan komposisi kegiatan ekonomi pada masing-masing wilayah. Perbedaan tingkat upah antar wilayah ini dapat terjadi antara daerah pedesaan dan perkotaan karena perbedaan biaya hidup.

c. Keuntungan Aglomerasi

Keuntungan aglomerasi muncul bila kegiatan ekonomi yang saling terkait satu sama lainnya terkonsentrasi pada suatu tempat tertentu. Keterkaitan ini dapat terjadi dengan bahan baku

dan kaitan dengan pasar. Bila keuntungan tersebut cukup besar, maka pengusaha akan cenderung memilih lokasi kegiatan ekonomi secara terkonsentrasi dengan kegiatan lainnya yang saling terkait. Sebaliknya, pemilihan lokasi akan cenderung tersebar bila keuntungan aglomerasi yang dapat diserap nilainya relatif kecil.

d. Konsentrasi Permintaan

Pemilihan lokasi akan cenderung menuju tempat di mana terdapat konsentrasi permintaan yang cukup besar. Hal ini cukup logis karena, bila suatu perusahaan berlokasi pada wilayah di mana terdapat konsentrasi permintaan yang cukup besar, maka jumlah penjualan yang diharapkan akan dapat meningkat.

e. Kompetisi antar Wilayah

Persaingan antar wilayah (*Spatial Competition*) yang dihadapi oleh perusahaan dalam memasarkan produksinya. Persaingan antar wilayah dimaksudkan disini adalah pesaing sesama pengusaha yang menghasilkan dan menjual produksi yang sama dalam wilayah tertentu atau antar wilayah.

f. Harga dan Sewa Tanah

Tingkat rendahnya harga sewa tanah, baik yang ditawarkan oleh pemilik tanah maupun sewa tanah yang mampu dibayar oleh pengusaha akan menggunakan tanah tersebut. Dalam rangka memaksimalkan keuntungan, perusahaan akan cenderung memilih

lokasi dimana pemilik tanah lebih rendah dari yang menggunakan tanah yang dihasilkan.

Dari penjelasan diatas bahwasannya, ada beberapa faktor ekonomi utama yang mempengaruhi pemilihan lokasi suatu kegiatan ekonomi, yang harus dipenuhi supaya kegiatan ekonomi tersebut berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan utama yang telah dirangkai oleh pelaku ekonomi.

3. Tahap-tahap Relokasi Pasar

Tahap-tahap pelaksanaan relokasi pasar disebutkan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 2 Tahun 2011 tentang perlindungan, pembinaan pasar tradisional, penataan pasar modern dan toko modern. Pada perda tersebut dalam Bab IV pasal 6 disebutkan mengenai mekanisme penyelenggaraan pembangunan pasar antara lain yaitu:²¹

- a. Sebelum diadakan pelaksanaan pembangunan pasar baik renovasi maupun relokasi harus diadakan sosialisasi terlebih dahulu kepada pedagang lama minimal 6 (enam) bulan sebelum pelaksanaan kegiatan.
- b. Sosialisasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus disertai dengan alasan yang jelas, terbuka, dan berdasarkan hasil kajian akademis terhadap kondisi fisik infrastruktur bangunan pasar, dan

²¹ Pemerintah Kabupaten Trenggalek, *Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 2 Tahun 2011 tentang Perlindungan, Pembinaan Pasar Tradisional, Penataan Pasar Modern dan Toko Modern*, dalam <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/files/Id/2011/KabupatenTrenggalek-2011-2.pdf>, diakses 21 Februari 2019, hal. 3

sosial ekonomi pedagang serta sosial ekonomi masyarakat sekitar pasar.

- c. Tim kajian dibentuk oleh Bupati dengan melibatkan perwakilan pedagang lama sebagai anggota tim kajian.
- d. Jumlah penambahan kios baik renovasi maupun relokasi disesuaikan dengan hasil tim kajian dari jumlah kios sebelum diadakan renovasi maupun relokasi.
- e. Setiap pelaksanaan pembangunan pasar baik renovasi maupun relokasi peruntukkannya diprioritaskan bagi pedagang lama yang memiliki legalitas dan selebihnya untuk konsumen/pedagang lainnya.
- f. Untuk pembangunan pasar yang baru peruntukkannya agar memprioritaskan bagi pedagang/masyarakat di sekitarnya.

4. Tujuan Relokasi Pasar

- a. Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional pada umumnya, agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri dan dapat meningkatkan kesejahteraannya.
- b. Mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi asset daerah.

- c. Menciptakan kesesuaian dan keserasian lingkungan berdasarkan tata ruang wilayah.
- d. Mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan publik serta swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan pasar modern.
- e. Memberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional.²²

Berdasarkan dari penjelasan diatas, bahwasannya relokasi pasar memiliki tujuan supaya para pedagang bisa mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kesejahteraan para pedagang, dan yang terpenting tujuan relokasi adalah supaya para pembeli merasa nyaman, aman berada dipasar pada saat berbelanja.

5. Relokasi Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam sebagai konsep atau sistem hidup menjanjikan sebuah keteraturan, keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan bagi manusia yang menyakininya. Islam mengatur aktivitas kehidupan secara moderat dengan asas keadilan dan keseimbangan, melalui kaidah-kaidah, prinsip, dan aturan spesifik dalam setiap detail kehidupan manusia, termasuk dalam hal ekonomi. Keberhasilan ekonomi Islam terletak pada sejauh mana keselarasan atau keseimbangan dapat dilakukan di antara kebutuhan material dan kebutuhan etika manusia.²³

²² Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar No.04 tahun 2015

²³ Martini Dwi Pusparini, “*Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari’ah)*,” *Islamic Economic Journal Universitas Islam Indonesia*, Yogyakarta, Vol.1 No.1, Juni 2015, hal. 47

Pertumbuhan ekonomi menurut Islam, bukan sekedar terkait dengan peningkatan terhadap barang dan jasa, namun juga terkait dengan aspek moralitas dan kualitas akhlak serta keseimbangan antara tujuan duniawi dan ukhrawi. Ukuran keberhasilan pertumbuhan ekonomi tidak semata dilihat dari sisi pencapaian materi samata atau hasil dari kuantitas, namun juga ditinjau dari sisi perbaikan kehidupan agama, sosial dan kemasyarakatan.²⁴

Penataan yang demikian sifatnya menjamin suatu kualitas kehidupan yang dapat mewujudkan martabat kemanusiaan (*al-karamah al-insaniyah*) yang adil seperti diisyaratkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 135:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ
وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ عَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ۖ فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَن تَعْدِلُوا ۗ وَإِن تَلَوَّا
أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴿١٣٥﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah, walaupun terhadap dirimu sendiri atau terhadap ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika dia (yang terdakwa) kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya (kebaikannya). Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpan dari kebenaran. Dan jika kamu memutarbalikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka ketahuilah Allah Maha Mengetahui terhadap segala apa yang kamu lakukan.”²⁵

Tentunya di dalam hal ini terkait masalah sosial ekonomi, bahkan hal ini merupakan bagian yang penting dalam pembangunan.

Di antara masalah terpenting dalam pembangunan ialah perawatan,

²⁴ Almizan, “Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Ekonomi Islam,” Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2016

²⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya, 2005), hal. 131

pengembangan, pelestarian, pengolahan, pengelolaan, pemanfaatan, pemerataan, dan pengaturan yang baik dan adil untuk memenuhi kehidupan hidup yang lengkap, yang disebut kemakmuran, kesejahteraan dan kebahagiaan dalam jangka pendek dan dalam jangka panjang dari kehidupan manusia (*fi al-dunya wa al-akhirat*) untuk menjamin kepuasan lahir dan batin manusia dalam batas-batas pengendalian moral (iman dan takwa). Inilah hakikat makna kekhalifahan manusia di bumi yang berpola amanah dan dilaksanakan dalam bentuk *taklif*. Di antara upaya-upaya tersebut yang terpenting adalah:

- a. Upaya menghindarkan kemelaratan rakyat dengan memenuhi kebutuhan sandang-pangannya, yang dari sumber pembiayaan zakat dan *baitul-mal* tidak mampu teratasi.
- b. Upaya menegakkan berbagai macam pekerjaan atau mata pencaharian dan pertukangan atau industri, yang semua itu merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. (terkait pula makna kewajiban bersama untuk menyediakan lapangan kerja sesuai dengan kebutuhan masyarakat).
- c. Pengawasan umum dan kontrol sosial dalam bentuk *amal ma'ruf* dan *nahyi munkar* untuk memelihara tegaknya nilai-nilai moral, norma-norma kehidupan yang baik, dan etika kehidupan bersama.

- d. Pendidikan dan pengajaran serta bimbingan atau penyuluhan untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat.²⁶

Seperti yang telah di jelaskan di atas bahwa dalam setiap kebijakan pemerintah dalam mengelola masyarakat yang sesuai dengan ajaran islam ialah harus membawa kemaslahatan bagi masyarakat, termasuk dalam hal ini adalah kebijakan relokasi pasar. Pengertian kemaslahatan atau *mashlahah* dalam bahasa Arab berarti “Perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia.” Dalam artinya yang umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan atau kesenangan; atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudharatan atau kerusakan.

C. Dampak Relokasi Pasar

1. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.²⁷ Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak

²⁶ Ali Yafie, *Menggagas Fiqih Sosial; dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi, Hingga Ukhuwah*, (Bandung: Mizan, 1995), hal. 202-203

²⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, dalam <https://kbbi.web.id/dampak.html>, diakses 28 Desember 2018

positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dari penjabaran diatas maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu:

a. Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

b. Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya.

Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

2. Dampak Relokasi Pasar

Menurut Binsar M. Gulton mengatakan bahwa secara umum pengertian relokasi sering dimaknai sekedar sebagai pemindahan tempat dari segi ruang geografis.²⁸ Padahal tidak dapat dipungkiri bahwa relokasi menyangkut pertarungan antar berbagai konsep ruang seperti ruang ekonomi, sosial, politik, lingkungan hidup hingga ke ruang budaya. Sedangkan Menurut F. Davidson mengatakan bahwa lokasi dan kualitas tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan hal-hal seperti

²⁸ Lusiani, Skripsi: *Pengaruh Relokasi Pasar Klithikan Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima*, (Yogyakarta: FISE Universitas Negeri Yogyakarta, 2008), hal. 14

kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar.²⁹ Setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu dari segi karakteristik lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemulihan pendapatan berhasil.

Dampak sosial ekonomi dari adanya relokasi pasar dapat dilihat dari sisi positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian. Beberapa hal yang bersifat positif yaitu:³⁰

- a. Terbukanya kesempatan kerja
- b. Perubahan status menjadi pedagang legal
- c. Meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha

Adapun dilihat dari dampak negatifnya yaitu:³¹

- a. Menurunnya pendapatan
- b. Meningkatnya biaya operasional

D. Teori Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya).³² Sedangkan pendapatan dalam kamus

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Mochammad Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah, “*Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo*”, JKMP (ISSN. 2338-445X dan E-ISSN. 2527 9246), Vol. 4 No. 2, September 2016, hal. 117-234

³¹ *Ibid.*

manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, dan laba.³³

Menurut Sadono Sukirno pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, ataupun bulanan.³⁴ Definisi lain dari pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki. Sumber pendapatan tersebut meliputi:³⁵

- a. Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah, tanah.
- b. Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri.
- c. Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya menandatangani uang di bank dan membeli saham.
- d. Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, bertenak, mendirikan perusahaan, ataupun bertani.

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi 2 yaitu:³⁶

- 1) Pendapatan permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang

³² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hal. 185

³³ BN. Marbum, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230

³⁴ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 47

³⁵ Suyanto, *Refleksi dan Reformasi Pendidikan di Indonesia Memasuki Milenium III*, (Yogyakarta: Adicita, 2000), hal. 80

³⁶ Mangkoesobroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: STEI YPKN, 1998), hal. 72

selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji, upah. Pendapatan ini juga merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang (yang menciptakan kekayaan), 2) Pendapatan sementara (*transitory income*) adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya.

Beberapa klasifikasi lain pendapatan antara lain:³⁷ 1) Pendapatan pribadi, yaitu pendapatan yang dihasilkan oleh atau dibayarkan kepada perorangan sebelum dikurangi pajak penghasilan perorangan, 2) Pendapatan disposibel, yaitu jumlah pendapatan saat ini yang dapat dibelanjakan atau ditabung oleh rumah tangga yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan seseorang, antara lain:³⁸

a. Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak pendapatan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

b. Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap pendapatan.

³⁷ Richard G Lipsey, et.all, *Pengantar Makroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hal. 70

³⁸ Ratna Sukmayani, et.all, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hal. 117

c. Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah pendapatan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula pendapatan yang diperoleh.

d. Keuletan kerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

e. Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang digunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

Sementara itu, menurut Swastha faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain:³⁹

a. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan selera pembeli.

³⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2014), hal. 406-407.

b. Kondisi dan kemampuan pedagang

Transaksi jual beli melibatkan pihak pedagang dan pembeli. Pihak pedagang harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan sekaligus mendapatkan pendapatan yang diinginkan.

c. Modal

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan akan memiliki bagian penjualan yang semakin kompleks untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dari pada usaha kecil.

e. Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi usaha yaitu periklanan dan kemasan produk.

3. Pendapatan dalam Ekonomi Islam

Menurut Umar Chapra, pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.⁴⁰ Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan. Prinsip ini terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (Q.S Al-Baqarah: 279)⁴¹

Distribusi pendapatan merupakan suatu proses pembagian (sebagian hasil penjualan produk) kepada faktor-faktor produksi yang ikut dalam menentukan pendapatan. Prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam adalah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.

⁴⁰ Muhammad Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Depok: Gema Insani, 2000), hal. 361

⁴¹ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya, 2005), hal. 59

Dalam ekonomi Islam ditegakkan suatu sistem yang adil dan merata dalam mendistribusikan pendapatan. Sistem ini tidak memberikan kebebasan dan hak atas milik pribadi secara individual dalam bidang produksi, tidak pula mengikat mereka dengan satu sistem pemerataan ekonomi yang seolah-olah tidak boleh memiliki kekayaan secara bebas.

Islam tidak mengatur distribusi harta kekayaan termasuk kepada semua masyarakat dan tidak menjadi komoditas di antara golongan orang kaya saja. Selain itu untuk mencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara obyektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada masyarakat melalui kewajiban membayar zakat, mengeluarkan infaq, serta adanya hukum waris dan wasiat serta hibah.

Usaha yang dilakukan manusia itu baik dalam bentuk fisik maupun mental dalam rangka menghasilkan produk dalam bentuk barang maupun jasa. Hasil produk ini nilainya ditukar dengan kemampuan menambah manfaat atas barang atau jasa yang sudah ada. Seseorang yang bekerja harus mendapatkan pendapatan yang adil sesuai dengan kondisi yang wajar dalam masyarakat dan tidak beredar pada golongan tertentu saja.

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

Artinya: “Agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.” (QS. Al-Hasyr: 7)⁴²

⁴² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya, 2005), hal. 797

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Arifin⁴³ bertujuan untuk mengetahui karakteristik pedagang sayur yang direlokasi dari Pasar Merjosari ke Pasar Landungsari dan untuk mengetahui perbedaan tingkat pendapatan sebelum dan sesudah relokasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan harga jual sayur, kuantitas penjualan, total biaya, dan efisiensi usaha yang signifikan yang dialami oleh pedagang sayur sebelum dan sesudah relokasi. Sehingga tidak menunjukkan perbedaan pendapatan yang signifikan. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan dampaknya terhadap pendapatan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Fauziah⁴⁴ bertujuan untuk mendeskripsikan proses relokasi PKL, dampak sosial ekonomi relokasi PKL, faktor pendukung dan penghambat relokasi PKL di kawasan jembatan layang Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa proses relokasi PKL tidak sesuai dengan tahapan relokasi dalam Peraturan Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2012 dan dampak sosial yang dirasakan adalah menurunnya pendapatan para

⁴³ Fadlan dan Zainal Arifin, “Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur Sesudah dan Sebelum Relokasi dari Pasar Merjosari ke Pasar Landungsari”, Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 1 Jilid 3 Tahun 2017, hal. 297-309

⁴⁴ Mochammad Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah, “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo”, JKMP (ISSN. 2338-445X dan E-ISSN. 2527 9246), Vol. 4 No. 2 September 2016, hal. 117-234

PKL. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan mengkaji tentang dampak adanya relokasi. Sedangkan perbedaannya lokasi penelitian, penelitian yang terdahulu meneliti dampak sosial ekonomi secara umum, sedangkan penelitian sekarang meneliti dampak terhadap pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Isfadian dan Murtedjo⁴⁵ bertujuan untuk mengetahui kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan pedagang Pasar Simo Gunung akibat dari adanya relokasi. Metode penelitian ini bersifat penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan relokasi Pasar Simo Gunung belum sepenuhnya berhasil, masih terdapatnya pedagang liar yang berjualan di bahu jalan yang belum terrelokasi. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan mengkaji dampak relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, selain itu penelitian terdahulu mengkaji dampak dari segi sosial, ekonomi, dan lingkungan, sedangkan penelitian sekarang mengkaji dampak dari segi pendapatan saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati, dkk⁴⁶ bertujuan untuk mengetahui strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang untuk tetap mempertahankan usaha setelah kebakaran. Jenis penelitian ini adalah

⁴⁵ Lisandy Eveline Isfadian dan Murtedjo, “Dampak Relokasi terhadap Kondisi Sosial Ekonomi dan Lingkungan Pedagang di Pasar Simo Gunung Banyu Urip Kota Surabaya”, *Swara Bumi*, Vol. 4 No. 1 Tahun 2016, hal. 11-18

⁴⁶ Nurhayati, dkk, *Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Johar Semarang dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Pasca Kebakaran Tahun 2015*, *Solidarity*, Vol. 6 No. 1 Tahun 2017, ISSN 2252-7133

kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pedagang beradaptasi dengan lingkungan baru dimana terdapat kondisi keterbatasan dan adanya pasar darurat dan relokasi pasar sementara, pedagang melakukan adaptasi yang merupakan proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan, serta dalam pemilihan strategi adaptasi pedagang dipengaruhi faktor internal yaitu lokasi, biaya dan persiapan, sedangkan faktor eksternal yaitu bantuan pemerintah dan keringanan pembeli. Persamaan penelitian ini yaitu dari segi metode penelitian dan mengkaji tentang relokasi pasar pasca kebakaran. Adapun perbedaannya terletak pada lokasi penelitian serta penelitian terdahulu meneliti tentang strategi adaptasi pedagang pasca relokasi sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Aldinur, dkk⁴⁷ bertujuan untuk menggambarkan implementasi kebijakan relokasi Pasar Dinoyo ke PPS Merjosari, juga menjelaskan dampak sosial maupun ekonomi yang terjadi di dalam implementasi kebijakan relokasi pasar ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relokasi Pasar Dinoyo ke PPS Merjosari memiliki dampak yang lebih condong kepada dampak sosial ekonomi yang positif, walaupun dampak negatif juga terjadi. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan

⁴⁷ Aldinur, dkk, “*Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang)*”, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 4 No. 10, hal. 1-6

meneliti tentang relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian serta penelitian terdahulu mengkaji dampak dari segi kondisi sosial ekonomi secara umum, sedangkan penelitian sekarang mengkaji dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Zunaidi⁴⁸ bertujuan untuk memperoleh kejelasan yang lebih detail tentang kehidupan sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional pasca relokasi dan pembangunan pasar modern jalan raya Jombang Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Jenis penelitian menggunakan metode deskripsi kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang tidak setuju dengan adanya relokasi dan pembangunan pasar modern dengan alasan takut akan nilai ketradisionalisan Pasar Babat akan luntur dan harga kios yang mahal. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan meneliti tentang relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian serta penelitian terdahulu mengkaji dampak dari segi kondisi sosial ekonomi secara umum, sedangkan penelitian sekarang mengkaji dampak relokasi terhadap pendapatan pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Endrawanti dan Wahyuningsih⁴⁹ bertujuan untuk mengetahui dampak relokasi pasar dilihat dari individu pedagang, kelompok pedagang, masyarakat sekitar, serta institusi pengelola Pasar Sampangan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu

⁴⁸ Muhammad Zunaidi, "Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern", Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 3 No.1 April 2013, ISSN: 2089-0192

⁴⁹ Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, "Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus di Pasar Sampangan Kota Semarang", Serat Acitya – Jurnal Ilmiah, UNTAG Semarang

menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang belum terbiasa dengan penempatan zonasi, adanya kecenderungan penurunan pendapatan dibandingkan berjualan di tempat lama, dan adanya pasar semi modern sangat menguntungkan bagi pedagang sekitar pasar. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan meneliti tentang dampak relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitria R, dkk⁵⁰ bertujuan untuk menggambarkan proses relokasi yang ada di Pasar Dinoyo dan Pasar Blimbing apabila direncanakan menggunakan *scenario planning*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk menghadapi skenario yang ada adalah dengan melakukan sosialisasi persuasif serta peningkatan partisipasi masyarakat, memberikan kompensasi kepada pedagang, serta memberikan fasilitas yang memadai di pasar penampungan. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan penelitian tentang relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian serta penelitian terdahulu mengkaji tentang *scenario planning* proses relokasi pasar, sedangkan penelitian sekarang membahas mengenai dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang.

⁵⁰ Rahmadina Fitria R, dkk, “*Scenario Planning Proses Relokasi Terkait Pembangunan Pasar Tradisional Menjadi Pasar Modern (Studi Kasus di Pasar Dinoyo dan Pasar Blimbing Kota Malang)*”, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2 No. 4, hal. 648-653

Penelitian yang dilakukan oleh Junaidi, dkk⁵¹ bertujuan untuk mendeskripsikan dampak relokasi pasar terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Tente. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak sosial yang muncul yaitu berubahnya sistem sosial, interaksi dan hubungan personal yang kurang, sementara dampak ekonomi yang muncul yaitu tentang pendapatan yang menurun setelah menempati Pasar Tente yang baru. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian dan meneliti tentang dampak relokasi pasar. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian, serta penelitian terdahulu membahas mengenai dampak terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang, sedangkan penelitian sekarang mengkaji dampaknya terhadap pendapatan pedagang saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Utari dan Sudiana⁵² ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas relokasi Pasar Badung dilihat dari indikator input, proses, dan output, serta mengetahui pendapatan pedagang Pasar Badung sesudah dan sebelum terjadinya relokasi pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan relokasi Pasar Badung dilihat dari variabel input, variabel proses, dan variabel output di Supermarket Eks Tiara Grosir tergolong cukup efektif dan pendapatan pedagang pasar menurun

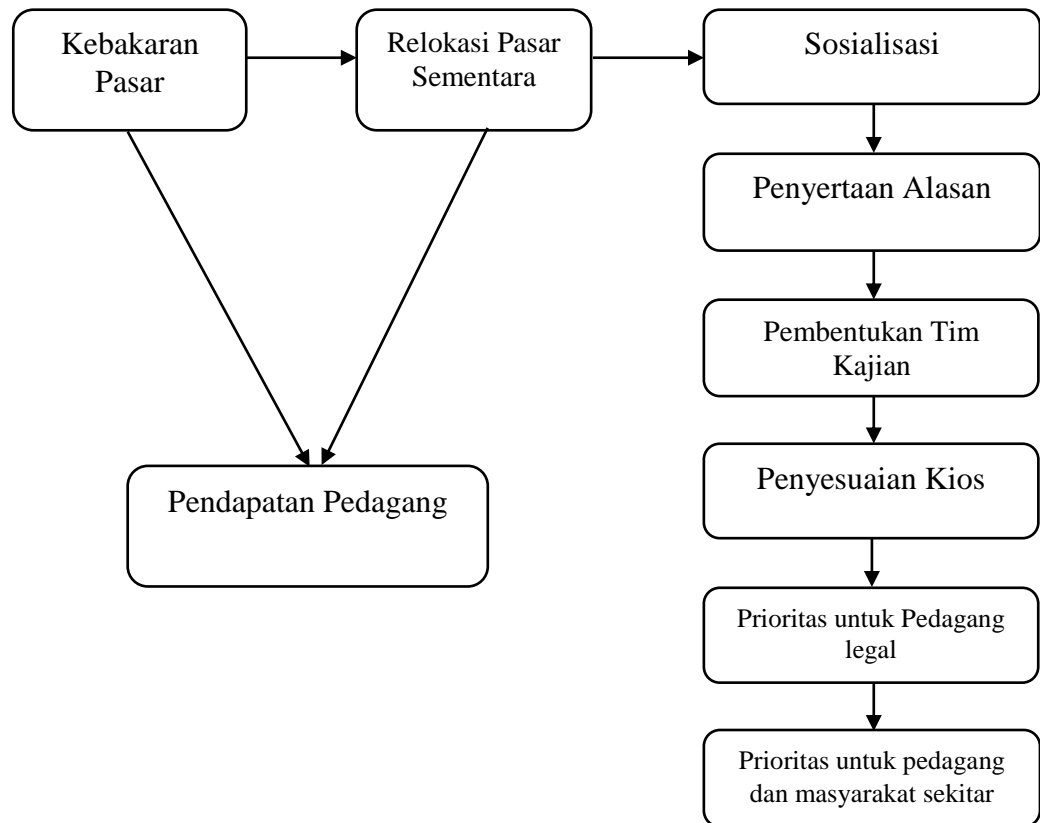
⁵¹ M. Junaidi, dkk, “Dampak Relokasi Pasar terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tente Kecamatan Woha Kabupaten Bima”, Jurnal Ilmu Administrasi Publik (JIAP) ISSN 2615-5826 FISIP UM Mataram, Vol. 6 No. 1 Maret 2018, hal 1-10

⁵² Ni Made Dian Utari dan I Ketut Sudiana, “Efektifitas Relokasi Pasar dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung”, E-Jurnal EP Unud, Vol. 6 No. 7 Juli 2017, ISSN: 2303-0178

setelah relokasi pasar dilakukan. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada kajian tentang dampak relokasi pasar terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian dan metode penelitian.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data yang diolah

Keterangan:

Kebakaran yang menimpa hampir seluruh wilayah Pasar Pon Trenggalek membuat pedagang terpaksa harus direlokasi sementara ke tempat baru. Proses relokasi tersebut meliputi sosialisasi disertai alasan yang jelas, pembentukan tim kajian, kemudian penyesuaian kios. Selain itu, relokasi juga harus memprioritaskan pedagang lama yang legal serta masyarakat sekitar. Relokasi tersebut tentunya menimbulkan dampak bagi pendapatan pedagang dimana pendapatan pedagang bisa saja meningkat atau menurun pasca relokasi.