

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Pasar

1. Definisi Pasar

Pengertian pasar dapat dilihat secara sempit dan luas. Secara sempit pasar adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual atau produsen dan pembeli atau konsumen pada suatu lokasi tertentu. Secara luas pasar adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen dan produsen, merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi serta juga merupakan sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen maupun produsen.²⁰ Menurut Budiono menyatakan bahwa “pasar adalah pertemuan antara permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, maupun tenaga kerja.”²¹

Menurut Buchari Alma, letak tempat berjualan para pedagang pasar yang dapat dikategorikan sebagai lokasi sangat strategis, strategis, kurang strategis, tidak strategis dan sangat tidak strategis untuk berdagang.²²

²⁰Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 104

²¹Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPF, 2002), hal. 43

²²Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 108

Dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern menyatakan bahwa Pasar dari segi ekonomi ialah interaksi antar pedagang dan pelanggan dalam menyepakati suatu harga dengan kuantitas dan kualitas barang tertentu dan kedua belah pihak menerima manfaat masing-masing. Sedangkan menurut pendapat Belshaw kajian ekonomi pasar merupakan suatu wadah atau tempat interaksi antara pembeli dan penjual dari suatu barang maupun jasa tertentu.²³

Dari beberapa definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar merupakan tempat jual beli antara pedagang dan pembeli setelah kedua belah pihak telah bersepakat untuk barang yang dijual maupun yang dibeli sebagai pemenuhan serta pemuasan kebutuhan seseorang.

2. Fungsi Pasar

Pasar memiliki tiga fungsi utama sebagai berikut :

- a. Pasar berfungsi sebagai sarana distribusi. Dalam hal ini, pasar berfungsi untuk memperlancar proses penyaluran barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen. Produsen dapat berhubungan langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan

²³Devi, N.M.W.R, Pasar Umum Gubug Di Kabupaten Grobogan Dengan Pengolahan Tata Ruang Luar dan Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian, (*Skripsi*: Universitas Atma Jaya, 2013), hal. 58

- distribusi sering kali mengalami kendala.
- b. Pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Dalam hal ini, konsumen yang membutuhkan barang dan/atau jasa tersebut sehingga terjadilah tawar menawar antara kedua belah pihak. Dengan demikian, apabila telah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan bersama tentunya telah diperhitungkan oleh produsen dan konsumen.
 - c. Pasar berfungsi sebagai sarana promosi. Dalam hal ini, pasar menjadi tempat untuk memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang atau jasa tentang manfaat, keunggulan dan kekhasannya kepada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang dan/jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran dan sebagainya. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitas bagus akan menjadi pilihan konsumen.²⁴

3. Jenis-Jenis Pasar

Menurut para ahli ekonomi, pasar dibedakan menjadi dua jenis utama yaitu :

²⁴ Veithzal Rivai zainal, DKK, *Islamic Marketing Mnagement*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2017), hal. 5-6.

1. Pasar output (pasar barang/pasar produksi), merupakan tempat penjualan output barang dan jasa.
2. Pasar input (pasar faktor produksi, merupakan tempat penjualan jasa faktor produksi).²⁵

Dalam hal ini Sadono Sukirno pun menjelaskan bahwa pasar sebagai tempat para pembeli dan penjual melakukan interaksi dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu:

- a. Pasar barang adalah tempat di mana para pembeli dan para penjual dari suatu barang atau jasa melakukan interaksi untuk menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan.
- b. Pasar faktor adalah tempat dimana pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) mengadakan interaksi dengan pemilik-pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang diminta masyarakat.²⁶

Sedangkan menurut manajemenya, pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 definisi pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan

²⁵ Tri Kunawangsih Pracoyo & Antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Grasindo, 2016), hal. 17

²⁶ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 40

Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.²⁷

2. Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti: buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah hypermart, pasar swalayan (supermarket), dan minimarket. Adapun ciri-ciri pasar modern yaitu sebagai berikut:²⁸

- a. Tidak terkait pada tempat tertentu, bisa dimana saja (*contoh online*)
- b. Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*)
- c. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung
- d. Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar,

²⁷ Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1

²⁸Nel Arianty, "Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 13 No .01 April 2013 ISSN 1693-7619, hal. 18

- e. Harga sudah tertera dan bisa diberi *barcode*.
- f. Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- g. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (*swalayan*) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.

B. Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.²⁹ Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi.³⁰

Dalam dokumen yang disampaikan pada Plenary and Workshop on Live Bird Market/Tradisional Market in Indonesia, Departemen Perdagangan RI di Makasar Juli 2017, dikemukakan bahwa terdapat 3 (tiga) kebijakan dan program pengembangan pasar tradisional di Indonesia yaitu:³¹

- a) Program pemberdayaan pasar tradisional, kebijakan ini meliputi pembangunan dan rehabilitas pasar tradisional (pasar percontohan) menjadi pasar yang bersih, aman, dan nyaman; program pendampingan

²⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2004), hal. 201

³⁰Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Perspektif Islam*, (Cilacap: Pustaka El Bayan, 2012), hal. 194

³¹Pumpunan E. Lubis, "Pengembangan Pasar Tradisional", dalam <https://dokumen.tips/amp/dokuments/pengembangan-pasar-tradisional.html>, diakses tanggal 13 Januari 2021

terhadap pedagang pasar; pelatihan pembinaan dan pengelola pasar; pengaturan dan penyebaran petunjuk manajemen pasar; penyusunan dan penyebarluasan pedoman pengelola pasar; fasilitas pos ukur ulang (timbang dan takar) serta perlindungan konsumen.

- b) Revitalisasi pasar tradisional, kebijakan ini dilakukan melalui kegiatan-kegiatan pengembangan konsep sabuk koridor ekonomi wilayah niaga. Contoh: interkoneksi beberapa titik pasar tradisional yang berdekatan dengan potensi wisata dapat menciptakan keunikan kolektif yang menarik minat pembeli atau turis.
- c) Kebijakan penataan kembali pasar modern, kebijakan ini dilakukan melalui: (1) Zoning, sesuai dengan rencana umum tata ruang wilayah (RU/RW) pemerintah daerah setempat dan (2) Kemitraan, mengurangi hambatan UKM masuk pasar modern.

C. Konsep Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari bahasa *revital*, merevitalisasi adalah membuat agar lebih hidup dan lebih giat kembali.³² Menurut Danisworo revitalisasi adalah upaya untuk memvitalize kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi.³³ Menurut Asbhy revitalisasi adalah mencakup perubahan yang dilaksanakan secara *Quantum*

³²Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 126

³³Danisworo, *Pengertian Revitalisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 76

Leap, yaitu lompatan besar yang tidak hanya mencakup perubahan bertahap atau *incremental*, melainkan langsung menuju sasaran yang jauh berbeda dengan kondisi awal organisasi.³⁴ Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek manajemen, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan.

Konsep revitalisasi akan mengacu benar pada program pembangunan apabila fokus utamanya pada struktur manajemen yang dikelola dengan baik oleh aktor yang kompeten, serta polanya mengikuti perubahan-perubahan. Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern.³⁵ Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil serta perlu melibatkan pengembang untuk dikelola secara kreatif.

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk:

³⁴Hendri Pratama, *Revitalisasi Sumber Daya Manusia*, <http://hendrinet.blogspot.com/2011/12/revitalisasi-sumber-daya-manusia-dalam.html> diakses pada tanggal 12 Januari 2021, pukul 10.00

³⁵Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya, Sisswidiyanto, “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 5, hal. 760

- a. Pembangunan atau Revitalisasi Pasar Rakyat
- b. Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional
- c. Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga bersaing; dan
- d. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat.

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar tradisional diatur dengan berdasarkan peraturan Presiden.³⁶

Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek manajemen, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat.

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi pasar terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Intervensi fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi

³⁶ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Pasal 13 ayat (1), (2), (3)

fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan meningkatkan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka kawasan. Isu lingkungan pun menjadi penting, sehingga sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan. Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.³⁷

2. Revitalisasi ekonomi

Pembangunan atau revitalisasi perdagangan berupa pasar rakyat melalui revitalisasi ekonomi merupakan upaya perbaikan intermediasi hulu ke hilir pasar rakyat, melalui peningkatan akses terhadap pasokan barang, khususnya terhadap kebutuhan pokok, peningkatan instrumen stabilitas harga, khususnya terhadap kebutuhan pokok.³⁸

3. Revitalisasi Manajemen

Revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang megatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar standar operasional prosedur dan pelayanan pasar.³⁹

³⁷ Asep Syahri Romadhon, Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, *Jurnal Universitas Riau, Jom FISIP*, Vol. 4 No.1 Februari 2017, hal. 4

³⁸ Frendy Kurniawan, Revitalisasi Pasar Tradisional (Study Pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandarlampung), (*Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung*, 2019), hal. 17

³⁹ Presidenri, Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional, dalam <http://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program=revitalisasi-pasar-tradisional.html>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021, pukul 10.30.

4. Revitalisasi sosial/institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik, jadi bukan hanya sekedar membuat *beautiful place*. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga. Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.

Pemerintah dan Pemerintah Daerah baik secara sendiri-sendiri sesuai dengan bidang masing-masing melakukan pembinaan, pemberdayaan, dan pengawasan pasar tradisional, pusat pembelanjaan dan toko modern. Dalam rangka pembinaan dan pemberdayaan pedagang tradisional, pemerintah daerah:⁴⁰

- a) Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pedagang pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Meningkatkan kompetensi perdagangan dan pengelolaan pasar tradisional
- c) Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilaksanakan renovasi atau relokasi pasar tradisional.

⁴⁰Ainur Rofiq Adnan, Konsep Pengentasan Kemiskinan Dalam Pandangan Yusuf Qardhawi, *Jurnal Populis*, 2007, hal. 72

Sementara itu, Budiono mengaitkan revitalisasi sebagai rangkaian upaya untuk menata kembali suatu kondisi kawasan maupun bangunan yang memiliki potensi dan nilai strategis dengan mengembalikan vitalitas suatu kawasan yang mengalami penurunan, agar kawasan-kawasan tersebut mendapatkan nilai tambah yang optimal terhadap produktivitas ekonomi, sosial dan budaya kawasan perkotaan.⁴¹

Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern guna dapat meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku-pelaku ekonomi yang ada di masyarakat. Selain itu juga untuk memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman.

Pemerintah berharap manfaat revitalisasi langsung bisa dirasakan oleh masyarakat luas, terutama guna mendukung basis ekonomi daerah. Maka dari itu, pasar-pasar rakyat yang telah direvitalisasi diharapkan dapat dijadikan model oleh pemerintah-pemerintah daerah dalam pembangunan dan pengembangan pasar rakyat lain dimasa yang akan datang.

D. Konsep Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikutsertaannya dalam proses produksi barang dan jasa.

Pendapatan adalah kenaikan jumlah aset yang disebabkan oleh penjualan

⁴¹Martokusumo.W, *Revitalisasi Kawasan Kota: Sebuah Catatan Dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*, *Info URDI*, Vol. 13, 2008, hal. 33

produk perusahaan. Pendapatan selain itu juga dapat di definisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjual\sslan barang atau jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor. Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia, karena sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha.⁴² Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang atau jasa.

Menurut Senada Irawan dan Suparmoko, pendapatan seseorang adalah pendapatan yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Menurut pandangan Endang dan Rintar pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan yang dihitung setiap Bulan atau tahun.⁴³ Sedangkan menurut Boediono pendapatan juga disebut income dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan harga bersama. Secara singkat, income seorang warga masyarakat ditentukan oleh: a) Jumlah faktor-faktor yang produksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun yang lalu atau warisan atau pemberian; dan b) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar Produksi.⁴⁴

⁴² Rudianto, *Pengantar Akutansi, Adaptasi IFRS*. (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 48

⁴³ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hal. 83

⁴⁴Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), hal. 170

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:⁴⁵

a. Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

b. Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

c. Pendapatan personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

Menurut Tohar dalam Nurhayati cara memperoleh pendapatan dibedakan menjadi dua yaitu: pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya, dan pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi

⁴⁵Pratama Raharja, *Teori Ekonomi Mikro*. (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002, hal. 267

dengan pengeluaran biaya-biaya.⁴⁶

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut Basu Swastha dan Irawan, faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan suatu perusahaan antara lain:⁴⁷

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. Keadaan pasar yang tertata rapi, bersih akan menarik pengunjung untuk berbelanja pada pasar sehingga bisa menambah omset penjualan para pedagang.⁴⁸

b. Keamanan dan kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan yang cukup baik ini akan membuat konsumen akan lebih sering datang. Selain kedua hal tersebut lokasi yang memiliki tingkat kebersihan yang baik juga memberikan pengaruh. Sehingga jika ada rasa aman dan nyaman pada diri konsumen ini memberikan pengaruh juga pada pendapatan yang akan tetap stabil bahkan akan meningkat.

c. Lokasi berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan. Lokasi berdagang yang saling berdekatan dengan

⁴⁶*Ibid...*, hal. 268

⁴⁷Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), hal. 201

⁴⁸Samsul Ma'arif, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang, *Economics Development Analysis Jurnal* Vol. 2 No. 2, 2013, ISSN 2252-6560, hal. 3

pesaing, mendorong pedagang untuk melakukan strategi kompetisi.

d. Modal

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. Sehingga dibutuhkan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar pendapatan dapat meningkat.

e. Jumlah Pengunjung

Meningkatkan pendapatan pedagang tidak bisa lepas dari seberapa banyak jumlah kunjungan masyarakat ke pasar. Program revitalisasi dilakukan dengan tujuan agar pedagang lebih bisa mengatur berapa banyak dagangan yang harus disediakan dengan area yang diberikan oleh pihak pengelola pasar.

E. Konsep Pendapatan dalam Islam

Pendapatan merupakan salah satu unsur penting dalam perdagangan yang didapat melalui proses pemutaran modal dalam kegiatan ekonomi. Islam sangat mendorong pendayagunaan harta melalui berbagai kegiatan ekonomi dan melarang untuk menganggurkannya. Pendapatan dalam Islam adalah penghasilan yang diperoleh harus bersumber dari usaha halal. Pendapatan yang halal akan membawa keberkahan yang diturunkan oleh Allah. Harta yang didapat dari kegiatan yang tidak halal seperti mencuri, korupsi dan perdagangan barang haram bukan hanya akan mendatangkan bencana atau

siksa didunia namun juga siksa diakhirat kelak.

Ada beberapa aturan tentang pendapatan dalam konsep Islam, yaitu sebagai berikut:

- a. Adanya harta (uang) yang dikhususkan untuk perdagangan.
- b. Mengoperasikan modal tersebut secara interaktif dengan unsur-unsur lain yang terkait produksi, seperti usaha dan sumber-sumber alam.
- c. Memposisikan harta sebagai objek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan pertambahan atau pengurangan jumlahnya.
- d. Modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan.⁴⁹

Islam sangat menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria Islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan, yaitu:

- a. Kelayakan dalam penetapan laba

Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Batasan laba ideal (yang pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada pertumbuhan laba.

- b. Keseimbangan antara tingkat kesulitan laba

Islam menghendaki adanya keseimbangan antara laba dengan tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal. Semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.

⁴⁹Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pemikiran Akuntansi Islam*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001), hal. 150

c. Masa perputaran modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha, yaitu semakin panjang perputaran dan bertambahnya tingkat resiko maka semakin besar pula laba yang diinginkan. Begitu juga sebaliknya semakin berkurangnya tingkat bahaya maka pedagang akan menurunkan standar labanya.

d. Cara menutupi harga penjualan jual beli dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan kredit, dengan syarat adanya keridhoan diantara keduanya.

F. Pedagang

Pedagang adalah mereka yang mencari nafkah dengan berdagang sebagai penjual dari barang yang diproduksi para pengusaha.⁵⁰ Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang/jasa kepada konsumen baik secara tidak langsung. Pedagang dikategorikan menjadi:⁵¹

1. Pedagang Menengah/Agen/Grosir adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan atau pedagang tertentu yang lebih kecil dari kekuasaan distributor.
2. Pedagang Eceran/Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijual langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

⁵⁰ Faisol Mukarrom, *Ekonomi Mineral Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 132

⁵¹ Albara, Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi, *Jurnal Academia*, Vol. 5, No. 2, 2016, hal. 247

G. Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pasar dalam Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang aturannya bernafaskan pada ajaran-ajaran Islam, didalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses Ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai tujuan agama (falah).⁵² Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu intervensi harga (*price intervention*) seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Pentingnya jual beli sebagai salah satu sendi perekonomian dapat dilihat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

Artinya: "... Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (Q.S. Al-Baqarah: 275).

Kondisi para pemakan riba yang berjalan tidak normal, disebabkan mereka tetap kukuh berpendirian bahwa jual beli (yang dikatakan) itu sama saja dengan riba. Padahal, Allah tegas-tegas menghalalkan jual beli dan

⁵² Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), hal. 62

mengharamkan riba. Meskipun keduanya (jual beli maupun riba) sama-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan yang mendasar dan signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab risiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi itu sendiri.⁵³

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, tetapi juga aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar menjadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan perbuatan ketidakadilan yang menzalimi pihak lain, antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar.⁵⁴

Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S.An Nisa: 29).

Pada dasarnya larangan (mengharamkan) orang-orang beriman dari kemungkinan melakukan usaha ekonomi untuk kemudian memakan dan menikmati hasilnya dengan cara-cara yang batil. Adapun yang dimaksud

⁵³ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemahan, dan Tafsir*, (Jakarta: Amzah, 2015), hal. 174.

⁵⁴ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 201

dengan kata memakan (*Ta'kulu*) dalam ayat ini adalah mengambil atau memperoleh. Sedangkan diantara kamu (*Bainakum*), ini mengingat harta kekayaan yang diharamkan itu pada umumnya diperoleh melalui perantara transaksi ekonomi yang sudah tentu melibatkan para pihak dalam hal ini memakan dengan yang dimakan yang diperoleh melalui transaksi para pihak itu sendiri. Adapun yang dimaksud dengan cara-cara yang batil adalah cara usaha ekonomi yang diharamkan agama, misalnya praktik ribawi, perjudian, penipuan dan lain-lain. Al-Qur'an hanya memperbolehkan orang-orang beriman untuk melakukan usaha ekonomi dengan cara yang halal saja. Terutama melalui bentuk usaha ekonomi yang dilakukan atas dasar saling rela antara para pihak yang melakukan transaksi jual beli yang dihalalkan oleh Allah.⁵⁵

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, Negara, dan individu berada dalam keseimbangan, tidak boleh ada subordinat sehingga salah satunya menjadi dominan dari pihak lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Akan tetapi, pasar yang berjalan sendiri secara adil kenyataannya sulit ditemukan.

Pandangan Islam mengenai pasar menganjurkan sekiranya seluruh pelaku pasar untuk bertindak secara adil, baik dalam bentuk persaingan maupun adil kepada diri sendiri. Salah satu upaya mempersiapkan diri yakni dengan

⁵⁵ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemahan, dan Tafsir*, (Jakarta: Amzah, 2015), hal. 161

berbenah dan mencari solusi agar mampu berekonomi dengan adil dan sesuai dengan aturan syariah.

1. Peran Pemerintah Dalam Pasar

Untuk menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna, peran pemerintah sangat penting. Islam mengatur dan mengawasi pasar secara ketat. Salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pasar adalah *hisbah*. *Al-hisbah* merupakan sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika kebaikan dan keadilan secara nyata dilanggar atau tidak dihormati. Lembaga ini juga melarang kemunkaran dan ketidakadilan ketika hal tersebut sedang dilakukan. Cikal bakal *Al-hisbah* telah ada sejak zaman Rasulullah SAW ditandai dengan ditunjuknya *muhtasib* diberbagai tempat. *Al-hisbah* mulai dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Umar bin Khathab dengan cara menunjuk seorang perempuan untuk mengawasi pasar dari tindakan-tindakan penipuan.⁵⁶

Al-hisbah merupakan lembaga yang berfungsi untuk memerintahkan kebaikan sehingga menjadi kebiasaan dan melarang hal yang buruk ketika hal itu telah menjadi kebiasaan umum. Tujuan *al-hisbah* menurut Ibn Taimiyah adalah memerintahkan kebaikan (*al-ma'ruf*) dan mencegah keburukan (*al-munkar*) dalam wilayah yang menjadi kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah umum-khusus lainnya yang tidak dapat dijangkau oleh institusi biasa. Dalam bukunya *Al-Hisbah fil Islam*, Ibnu Taimiyah banyak mengungkap tentang peranan *al-*

⁵⁶ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, . . . , hal. 206

hisbah pada masa Rasulullah SAW.⁵⁷ Rasulullah SAW sering melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Dalam inspeksinya beliau sering menemukan praktik bisnis yang tidak jujur sehingga beliau menegurnya. Rasulullah SAW juga telah memberikan banyak pendapat, perintah ataupun larangan demi sebuah pasar yang Islami.

Menurut Ibnu Khaldun eksistensi pemerintah adalah untuk memastikan agar setiap orang dapat memenuhi tujuan syariah baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Intervensi pemerintah dalam pasar bukan hanya bersifat temporer dan minor, tetapi ia mengambil peranan yang besar dan penting. Pemerintah dapat bertindak sebagai perencana, pengawas, pengatur, produsen sekaligus konsumen bagi pasar. Peran pemerintah dalam mekanisme pasar sebagai berikut:

- a. Secara umum memastikan dan menjaga agar mekanisme pasar dapat bersaing dengan sempurna. Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan dalam persaingan.
- b. Membuat berbagai langkah untuk meningkatkan daya saing dan daya beli dari para pelaku pasar yang lemah. Termasuk dalam hal ini menciptakan berbagai skenario kerja sama diantara para pelaku pasar misalnya antara produsen besar dengan kecil.

⁵⁷ M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 230.

- c. Mengambil berbagai kebijakan untuk menciptakan harga yang adil, terutama seandainya persaingan yang sempurna tidak dimungkinkan terjadi pada pasar.⁵⁸

Terjadinya kegagalan pasar karena ketidakmampuan dari suatu perekonomian pasar untuk berfungsi secara efisien dan menimbulkan kegagalan dalam kegiatan dan pertumbuhan ekonomi, mendorong pemerintah untuk menjalankan beberapa kegiatan ekonomi.

Berdasarkan kelemahan-kelemahan dari mekanisme pasar, dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari campur tangan pemerintah adalah untuk:

1. Menjamin agar kesamaan hak untuk setiap individu tetap wujud dan penindasan dapat dihindarkan.
2. Menjaga agar perekonomian dapat tumbuh dan mengalami perkembangan yang teratur dan stabil.
3. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan besar yang dapat mempengaruhi pasar agar mereka tidak menjalankan praktek-praktek monopoli yang merugikan.
4. Menyediakan barang bersama yaitu barang-barang seperti jalan raya, polisi dan tentara yang penggunaannya dilakukan secara kolektif oleh masyarakat untuk mempertinggi kesejahteraan sosial masyarakat.

⁵⁸M. Arif Hakim, "Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar", *Jurnal Iqtishadia*, vol. 8, No.1, 2017, hal. 37.

5. Mengawasi agar eksternalitas kegiatan ekonomi yang merugikan masyarakat dihindari atau dikurangi masalahnya.⁵⁹

2. Mekanisme Pasar dalam Ekonomi Islam

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yakni kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lain.

Islam sangat memperhatikan masalah pendapatan ekonomi, namun tetap menempatkannya sebagai bagian dari persoalan yang lebih besar, yaitu pembangunan umat manusia. Fungsi utama Islam adalah membimbing manusia pada jalur yang benar dan arah yang tepat. Semua aspek yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi harus menyatu dengan pembangunan umat manusia secara keseluruhan. Empat prinsip yang dapat diturunkan dari ajaran Islam sebagai dasar filosofis yang Islami, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Tauhid*, yang meletakkan dasar-dasar hubungan antara Allah, manusia dan manusia dengan sesamanya.

⁵⁹ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 44

- b. *Rububiyah*, yang menyatakan dasar-dasar hukum Allah untuk selanjutnya mengatur model pengembangan yang bernafaskan Islam.
- c. *Khalifah*, yang menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Pertanggung jawaban ini menyangkut manusia sebagai Muslim maupun sebagai anggota dari umat manusia. Dari konsep ini lahir pengertian tentang perwalian, moral, politik, ekonomi, serta prinsip-prinsip organisasi sosial lainnya
- d. *Tazkiyah*, misi utama utusan Allah adalah menyucikan manusia dalam hubungannya dengan Allah, sesamanya, alam lingkungan, masyarakat dan negara.⁶⁰

Berdasarkan dari penjelasan diatas, Adanya revitalisasi pasar memiliki tujuan untuk mengembangkan, meningkatkan pendapatan pedagang, serta untuk menyeimbangkan antara kebutuhan duniawi serta kebutuhan akhirat. Fungsi dari revitalisasi pasar adalah untuk meningkatkan kebersihan, keamanan, serta kenyamanan pedagang dan pembeli serta menambah daya tarik untuk berwirausaha.

Dalam konsep Islam, monopoli atau dalam artian hanya ada satu penjual atau beberapa penjual tidak dilarang keberadaannya, selama mereka tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal. Prinsip dasar mekanisme pasar dalam Islam, diantaranya yaitu:

⁶⁰ Fadlan, “Konsep Pengembangan Ekonomi Berbasis Islam (Sebuah Upaya Pembangunan Ekonomi Indonesia yang Adil, Makmur, dan Sejahtera)”, *Jurnal Al-Ihkam, Pamekasan*, Vol. 5 No. 2, Desember 2015, hal. 246

a. Mekanisme Pasar Pada Masa Rasulullah SAW

Pada setiap perekonomian, pasar memegang peran penting termasuk dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin dan sebagian besar sahabat. Pada usia tujuh tahun Rasulullah SAW diajak pamannya Abu Thalib melakukan perjalanan perdagangan ke negeri Syam, dari sinilah ilmu perniagaan beliau dapat. Sejalan dengan usia yang semakin dewasa Rasul semakin giat berdagang. Setelah menjadi suami Khadijah pun, beliau tetap aktif berbisnis termasuk berdagang di pasar-pasar lokal sekitar kota Makkah.

Rasulullah SAW seorang pedagang profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran. Beliau mendapat julukan *al-amin* (yang terpercaya). Ketika masyarakat muslim telah berhijrah ke Madinah, peran Rasulullah SAW bergeser menjadi pengawas pasar. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah agar tetap berlangsung secara Islam. Pada saat itu mekanisme pasar sangat dihargai. Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah tiba-tiba naik. Selama kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak disertai dengan dorongan monopolistik, tidak ada alasan bagi Rasulullah SAW untuk tidak menghormati harga pasar. Dari Ibn Mughirah terdapat riwayat ketika Rasulullah SAW melihat seorang laki-laki menjual makanan dengan harga yang lebih tinggi

daripada harga pasar. Rasulullah SAW bersabda, “Orang-orang yang beriman yang datang membawa barang ke pasar ini laksana orang berjihad *fisabilillah*, sementara orang-orang yang menaikkan harga (melebihi harga pasar) seperti orang yang ingkar kepada Allah”.

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasarkan ketentuan Allah SWT bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus, nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, untuk itu Rasulullah SAW telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar Islami.

b. Mekanisme Pasar Menurut Ibnu Taimiyah

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Ia mengemukakan, naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh kezaliman orang-orang tertentu. Kadang hal tersebut disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Oleh karena itu, apabila permintaan naik dan penawaran turun, harga-harga naik dan pada sisi lain apabila

persediaan barang meningkat dan permintaan terhadapnya menurun, harga pun turun.⁶¹

Kelangkaan atau kelimpahan bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu. Mungkin disebabkan oleh kezaliman. Hal ini adalah keMahaKuasaan Allah yang telah menciptakan keinginan hati manusia. Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor. Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁶²

Ibnu Taimiyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif. Dengan tetap memperhatikan pasar yang tidak sempurna, ia merekomendasikan bahwa bila penjual melakukan penimbunan dan menjual pada harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga normal padahal orang-orang membutuhkan barang ini, maka para penjual diharuskan untuk menjualnya pada tingkat harga ekuivalen.⁶³ Konsep ini bersamaan artinya dengan apa yang disebut sebagai harga

⁶¹ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, . . . , hal. 99

⁶² Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami Edisi kelima*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 170

⁶³ *Ibid.*, hal. 173

yang adil, apabila ada elemen monopoli khususnya pada pasar makanan dan kebutuhan pokok lainnya, pemerintah harus turun tangan melarang kekuatan monopoli.

H. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai tolak ukur dan acuan untuk menyelesaikan penelitian ini, penelitian terdahulu membantu peneliti untuk menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian baik dari segi teori maupun konseptual. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti :

Penelitian Humam Mujahidin Ar Rosyidi.⁶⁴ Mengenai Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Ir.Soekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan. Tujuan penelitian untuk mengetahui dampaknya bagi lingkungan sekitar masyarakat maupun masyarakat sebagai bentuk peningkatan kualitas pelayanan pemerintah khususnya dalam pengelolaan pasar tradisional Ir.Soekarno. Hasil penelitian dengan pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional yang telah selesai, kita dapat merasakan berbagai peningkatan fasilitas didalam dan di luar pasar tradisional Ir.Soekarno. Selain penambahan fasilitas yang telah diberikan, tentu juga peningkatan kualitas pelayanan pengelolaan juga harus diutamakan.

⁶⁴ Humam Mujahidin Arrosyidi, *Skripsi: Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Ir.Soekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan*, (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2016), hal. 6

Persamaan penelitian ini adalah revitalisasi pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini variabel meningkatkan kualitas pelayanan dan penelitian yang sekarang berfokus pada variabel bagi pendapatan pedagang.

Penelitian Stutiari dan Arka.⁶⁵ Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak program revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang pasar pada Pasar Tradisional di Kabupaten Badung, untuk mengetahui dampak program revitalisasi pasar terhadap tata kelola pasar pada Pasar Tradisional di Kabupaten Badung. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian pendapatan pedagang meningkat sesudah revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung. Dan terjadi peningkatan terhadap tata kelola pasar yang meliputi kondisi sarana atau fasilitas pasar, kebersihan pasar, keamanan pasar dan pelayanan administrasi setelah dilaksanakannya revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung. Persamaan dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan dan dampak Bagi pendapatan pedagang. Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian yang digunakan.

Penelitian Rohmatun Nikmah.⁶⁶ Mengenai Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asebagus Kabupaten Situbondo. Penelitian ini bertujuan untuk

⁶⁵ Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata kelola Pasar di Kabupaten Badung", *E-Jurnal EP Unud* Vol. 8 No. 1 Tahun 2019, hal. 148-178,

⁶⁶ Rohmatun Nikmah, Ach.Qosjim.dkk, Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asebagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asebagus Kabupaten Situbondo, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 14 No.7, 2006, hal. 2

mengetahui dampak revitalisasi pasar tradisional Asembagus terhadap pendapatan pedagang dan kepuasan pembeli di pasar Asembagus Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dalam hasil penelitian ini, memulai sebuah usaha berdagang, salah satu hal penting yang dibutuhkan modal. Modal yang dimaksud adalah modal awal dalam bentuk uang yang digunakan untuk membeli barang dagangan yang akan dijual kembali. Setelah usaha dimulai, yang diperlukan jam kerja dan jumlah pengunjung yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo. Persamaan dengan penelitian ini variabel revitalisasi pasar tradisional. Perbedaan penelitian yang sekarang dengan penelitian Rohmatun Nikmah yaitu penelitian ini berfokus pada pendapatan pedagang sebagai dampak dari adanya revitalisasi pasar dan metode yang digunakan adalah metode obeservasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan penilitian Rohmatun Nikmah berfokus pada pendapatan pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo.

Penelitian Anak Agung Ketut Ayuningsasi.⁶⁷ Mengenai Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya). Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui adanya perbedaan pendapatan pedagang di Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya Denpasar sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar. Hasil penelitian ini menyimpulkan

⁶⁷ Anak Agung Ketut Ayuningsasi, Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya), (*Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, E-Journal, pdf.*), hal. 2

Pembenahan pasar tradisional menjadi tempat belanja yang bercitra positif adalah suatu tantangan yang cukup berat. Pembinaan dan pengembangan pasar tradisional tidak hanya menjadi tugas pemerintah daerah, tetapi juga masyarakat, pengelola pasar, dan para pedagang pasar tradisional itu sendiri. Hal ini untuk menciptakan rasa kepemilikan yang tinggi sehingga kondisi pasar tradisional yang sudah baik dapat bertahan dan berkelanjutan. Kemitraan juga dipentingkan untuk bersama-sama meningkatkan citra pasar tradisional yang aman, indah, bersih, dan nyaman untuk berbelanja maupun berinteraksi. Persamaan pada penelitian ini adalah meneliti dampak revitalisasi pasar tradisional dan pendapatan pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian di Pasar Sudha Merta kota Denpasar dan tempat penelitian yang sekarang di Pasar Ngemplak Tulungagung.

Penelitian Frendy Kurniawan.⁶⁸ Mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandar Lampung). Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Tani kota Bandar Lampung serta mengetahui faktor-faktor yang menghambatnya. Hasil penelitian ini adalah rehabilitas manajemen yang dilaksanakan di Pasar Rakyat Tani cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari fasilitas penunjang yang sudah cukup. Pedagang sudah dikelompokkan dengan jenis barang dagangannya. Pelatihan untuk para pedagang sudah dilakukan

⁶⁸ Frendy Kurniawan, *Skripsi: Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandar Lampung)*, (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2019), hal. 2

seperti sekolah pasar. Keamanannya juga sudah cukup baik karena tidak terdapat kasus pencurian yang terjadi. Persamaan penelitian ini adalah berfokus pada revitalisasi pasar tradisional. Perbedaan dalam penelitian tidak mencakup pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi pasar tradisional.

Penelitian Adreina Putri Anggreini.⁶⁹ Mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dampak dari kebijakan pemerintah tulungagung terhadap pemberdayaan pedagang di Pasar Panjerejo dan faktor pengaruh keberhasilan pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam pemberdayaan pedagang pasar Panjerejo. Dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui metode wawancara terstruktur dan studi dokumen. Hasil dari penelitian faktor pendukung dalam Pasar Panjerejo Kabupaten Tulungagung yaitu berupa adanya sumberdaya yang mumpuni dari segi SDM maupun material. Tahapan revitalisasi pada penelitian ini ada 3 tahapan yaitu; pembangunan fisik pada Pasar Panjerejo dilaksanakan dengan penataan kembali keseluruhan bangunan seperti kios atau los pedagang-pedagang pasar dan memperbaiki kondisi sarana prasarana Pasar Panjerejo, rehabilitas ekonomi dilaksanakan di Pasar Panjerejo mensejahterakan ekonomi bagi pedagang serta meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi para pedagang serta meningkatkan nilai tambah bagi ekonomi pasar secara menyeluruh seperti

⁶⁹ Adreina Putri Anggreini, *Skripsi: Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung*, (Universitas Airlangga, 2018), hal. 3

peningkatan omset sebesar 36,2%, dan revitalisasi sosial; memperbaiki hubungan komunikasi sosial yang baik antar pedagang, dan juga hubungan sosial yang dilakukan disekitar pasar. Persamaan pada penelitian ini adalah meneliti dampak revitalisasi pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan variabel pemberdayaan pedagang dan penelitian yang sekarang menggunakan variabel pendapatan pedagang.

Penelitian Muhammad Hafid Zakni.⁷⁰ Mengenai Analisis Implementasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah dampak implementasi program revitalisasi terhadap pendapatan pedagang dan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari aspek manajemen dan aspek fisik para pedagang dan konsumen cukup puas, perlu ditingkatkan dalam pemeliharaan pasar oleh UPT pasar tradisional kangkung. Dengan revitalisasi pasar tradisional kangkung membuat konsumen berminat untuk belanja di pasar tradisional kangkung sehingga pasar tradisional kangkung mampu terus beroperasi. Dalam perspektif Islam revitalisasi merupakan hal yang positif, karena sesuai dengan tuntutan syariat. Adanya revitalisasi lebih banyak pedagang yang memiliki pendapatan yang sama dari pada sebelum revitalisasi. Adapun pendapatan naik melainkan faktor lain seperti barang, banyaknya pelanggan tetap. Namun ada juga pendapatan pedagang yang turun, ini dikarenakan memperoleh tempat dagang yang tidak

⁷⁰ Muhammad Hafid Zakni, *Skripsi: Analisis Implementasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017), hal. 33

strategis. Persamaan pada penelitian ini adalah meneliti dampak revitalisasi pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam. Sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel minat beli konsumen dan penelitian yang sekarang menggunakan variabel pendapatan pedagang.

Penelitian Sani Puspitasari.⁷¹ Mengenai Studi Dampak Sosial Revitalisasi Pasar Telo Terhadap Lingkungan Sekitar di Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta. Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak sosial dalam Pasar Telo Karangkajen. Pelaksanaan revitalisasi social Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta membawa dampak sosial bagi para pedagang dan lingkungan sekitar Pasar Telo Karangkajen. Hasil penelitian pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional merupakan usaha pemerintah agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli di pasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan, keamanan. Perbedaan penelitian ini berfokus pada dampak sosial revitalisasi sedangkan peneliti yang sekarang mengenai tahapan revitalisasi dan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah adanya revitalisasi. Persamaan penelitian sama-sama meneliti mengenai revitalisasi pasar tradisional.

⁷¹ Sani Puspitasari, *Skripsi: Studi Dampak Sosial Revitalisasi Pasar Telo Terhadap Lingkungan Sekitar Di Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta*, (Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), hal. 14

Penelitian Ella Alfianita, dkk.⁷² Bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menggambarkan pola kerjasama antar aktor dalam revitalisasi pasar tradisional di Pasar Tumpang Kabupaten Malang dalam perspektif good governance dan upaya apa saja yang diambil dalam revitalisasi pasar tradisional di Pasar Tumpang Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan Kerjasama yang telah dilakukan dapat dikatakan berjalan dengan baik yang dapat diukur dari empat prinsip *good governance*, antara lain *accountability*, *participation*, *predictability (rule of law)*, dan *transparency*. Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian dan menjelaskan kerjasama yang terjadi ketika adanya revitalisasi pasar tradisional. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, penelitian ini di Pasar Tumpang Kabupaten Malang sedangkan penelitian yang sekarang di Pasar Ngemplak Kabupaten Tulungagung..

Penelitian Iva Nur Rofi'ah.⁷³ Mengenai Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Rakyat di Desa Panjerejo Rejotangan Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program revitalisasi pasar dan mengetahui tingkat pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi pasar. Metode analisis yang digunakan metode kuantitatif

⁷² Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya dan Siswidiyanto, "Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)", dalam *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 3 No. 5 Tahun 2015, hal. 758-762

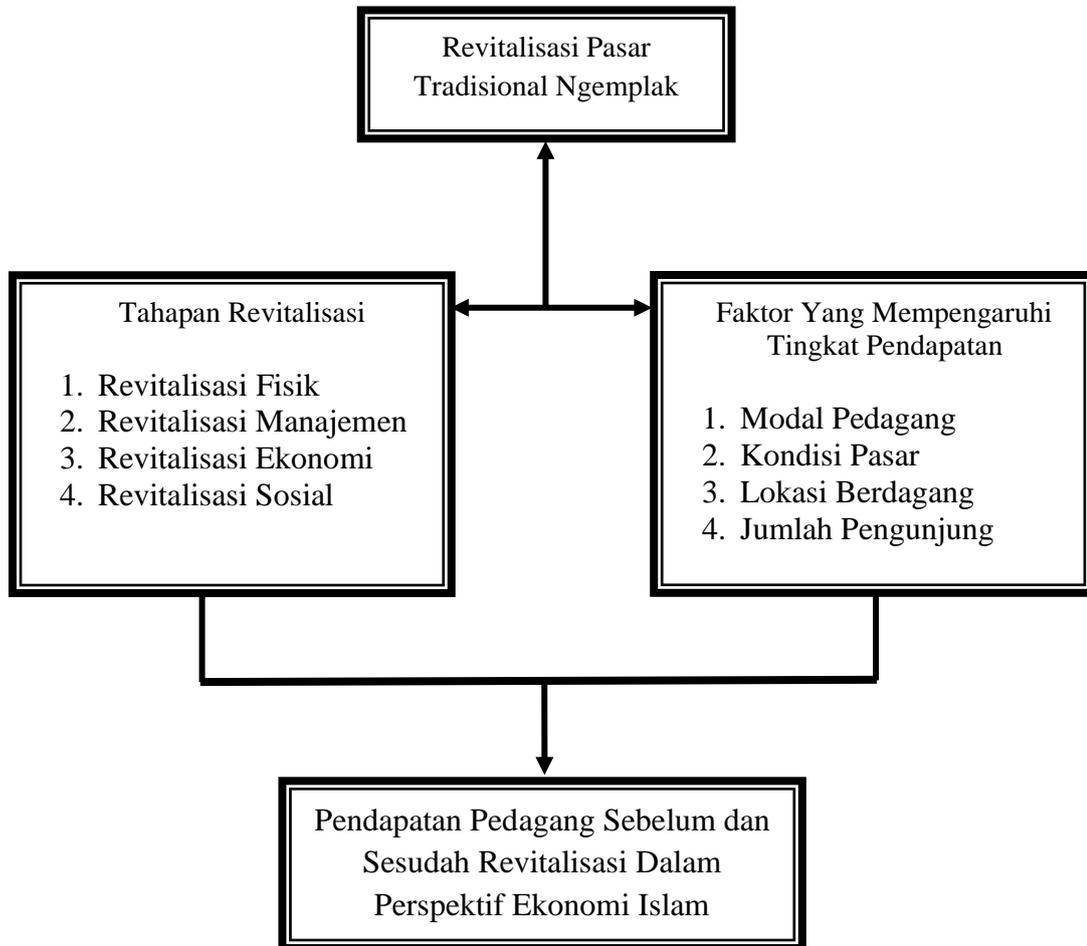
⁷³ Iva Nur Rofi'ah, *Skripsi*; Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat di Desa Panjerejo Rejotangan Tulungagung, (IAIN Tulungagung, 2019), hal. 60

yaitu analisis pendapatan pedagang sebelum dan sesudah program revitalisasi. Hasil dari penelitian ini adalah setelah terlaksananya revitalisasi diketahui modal yang dikeluarkan pedagang sudah banyak. Keuntungan pedagang juga cukup banyak. Keterlibatan masyarakat yang berkunjung ke pasar sangat ramai. Kondisi pasar semakin nyaman sehingga pendapatan pedagang setelah adanya revitalisasi meningkat. Tetapi, tidak semua pedagang mengalami peningkatan karena letak kios setelah revitalisasi kurang strategis. Perbedaan dalam penelitian ini tempat penelitian. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel revitalisasi pasar tradisional dan berfokus pada pendapatan pedagang.

I. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, serta hubungannya dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai dampak revitalisasi pasar tradisional bagi pendapatan pedagang, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Kerangka konseptual diatas menjelaskan bahwa, sebelum revitalisasi kondisi fisik bangunan pasar tradisional ngemplak yang masih seadanya, belum tertata rapi, identik dengan kondisi yang kumuh, kotor, dan bau. Revitalisasi pasar terjadi melalui beberapa tahapan, yaitu: intervensi fisik, revitalisasi ekonomi, revitalisasi manajemen dan revitalisasi sosial. Sehingga dengan adanya revitalisasi pasar tradisional kondisi fisik pasar lebih bersih, nyaman, kios los tertata dengan baik. Adanya revitalisasi tersebut mempunyai

dampak terhadap pendapatan Para Pedagang di Pasar tradisional Ngemplak. Faktor yang mempengaruhi Pendapatan pedagang pasar antara lain: modal pedagang, kondisi pasar, lokasi berdagang, dan jumlah pengunjung. Melalui beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan tersebut akan menunjukkan apakah program Revitalisasi yang dilakukan di Pasar Tradisional Ngemplak membuat pendapatan pedagang meningkat atau menurun ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.