

BAB II

LANDASAN TEORI

A Pengertian

1.1 Pendapatan

Pendapatan atau sering disebut dengan *income* adalah hasil yang diterima baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan atau jasa manusia. Pendapatan juga bisa dikatakan arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktiva lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.¹⁰ Ada yang menyebut juga pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi, selain itu pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subyek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diberikan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha dari perorangan.

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang konsumen dan pekerjaan yang dilakukan untuk mencari nafkah.

¹⁰ Farida Purwaningsih, *Pengaruh Tabungan Mudharabah Pembiayaan Mudharabah Musyarakah dan Pendapatan Operasional lainnya Terhadap Laba studi pda BANK JATIM syariah periode 2007-2015*, **An-nisbah** Vol. 02, No. 02, April 2016, Hlm 82 dalam id.portalgaruda.org/ndex.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=471079 diakses pada 30 Mei 2018 pukul 05:22

Pendapatan umumnya diterima dalam bentuk uang. Pendapatan adalah sumber daya material yang sangat penting bagi konsumen. Karena dengan pendapatan itulah konsumen bisa membiayai kegiatan konsumsinya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya. Karena alasan inilah maka para pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasaran pasarnya, karena pendapatan konsumen akan menjadi indikator penting besarnya jumlah produk yang bisa di beli.

Menurut Soemarso pendapatan adalah peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan No. 23 menyatakan bahwa pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima. Pada umumnya imbalan tersebut berbentuk kas atau setara Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi kas dan jumlah pendapatan adalah jumlah kas atau setara kas yang diterima atau dapat diterima. Pendapatan yang diterima dari penjualan jasa dapat diestimasi secara andal, maka pendapatan sehubungan dengan transaksi tersebut diakui dengan mengacu pada nilai penyelesaian dari transaksi pada akhir periode pelaporan.¹¹

Pendapatan yang diukur dari seorang konsumen biasanya bukan hanya pendapatan yang di terima oleh semua anggota keluarga dimana konsumen berada. Daya beli sebuah rumah tangga bukan hanya ditentukan oleh pendapatan dari satu orang (misalnya ayah saja), tetapi dari seluruh anggota rumah tangga yang bekerja. Daya beli dari sebuah rumah tangga akan ditentukan oleh total jumlah pendapatan dari semua anggota rumah

¹¹ Dwi Rinawati, *Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan menurut PSAK NO.23 pada perusahaan biro jasa perjalanan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 6, Nomor 1, Januari 2017 hlm 139-140*

tangga tersebut. Pendapatan yang di terima seorang konsumen yang memiliki status pekerjaan sebagai pegawai, karyawan, buruh atau pegawai negeri biasanya terdiri atas: (a) Gaji pokok, (b) Tunjangan, (c) bonus, (d) pendapatan lainnya¹²

Pada umumnya pengaruh pendapatan terhadap permintaan adalah positif dalam artian bahwa kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan. *Hlm* ini terjadi apabila barang tersebut merupakan barang superior atau normal, ini seperti efek selera dan efek banyaknya pembeli yang mempunyai efek positif. Begitu sebaliknya pada kasus barang inferior maka kenaikan pendapatan akan justru menurunkan pendapatan.

Dijelaskan juga dalam surat Al-jumu'ah ayat 10 yang menjelaskan untuk mencari rizki atau pendapatan dalam umat islam.¹³

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung”

Dalam ayat tersebut dijelaskan (Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi) perintah ini menunjukkan pengertian ibadah atau boleh (dan carilah) carilah rezeki (karunia Allah

¹² AA.Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku konsumen*,(Bandung,PT Refika Aditama:2012) hlm 204-205

¹³ Al-qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI,(Semarang:PT. Karya Toha Putra,1998) QS. Al-jumu'ah : 10 hlm 1134

dan ingatlah Allah) dengan ingatan (banyak-banyak supaya kamu beruntung) yakni memperoleh keberuntungan.

Pada hari jum'at, nabi saw. Berkhutbah akan tetapi tiba-tiba datanglah rombongan kafilah membawa barang-barang dagangan, lalu dipukul genderang menyambut kedatangannya sebagaimana biasanya. Maka orang-orang pun berhamburan keluar dari masjid untuk menemui rombongan itu, kecuali hanya dua belas orang saja yang masih tetap bersama nabi saw.

Konsumen selalu berusaha untuk dapat memenuhi segala kebutuhannya dengan cara melakukan usaha tambahan agar dapat membantu menambah pendapatannya. Berbagai cara dilakukan masyarakat mulai dari investasi sederhana sampai dengan investasi bermodalkan yang sangat besar. Sehingga pendapatan dapat dikatakan penerimaan tingkat hidup dalam satuan rupiah yang dapat dinikmati seorang individu atau keluarga yang di dasarkan atas penghasilannya.

Pendapatan yang didapat oleh setiap individu yang bekerja semuanya bukanlah riil milik individu tersebut, dalam islam dijelaskan bahwa harta yang kita miliki sesungguhnya ada hak-hak bagi kaum fakir miskin. Allah SWT berfirman dalam surah Adz-Dzariyaat ayat 19:¹⁴

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”

¹⁴ *Ibid.*, hlm 1053

Pendapatan (*income*) yang kita dapat sesungguhnya murni hasil jerih payah kita sendiri, tetapi dengan sesuatu yang kita sendiri dapatkan itu tidak akan mendapatkan kebaikan yang sempurna dimata Allah, karena sesungguhnya kebaikan yang sempurna itu apabila kita bisa berbagi dengan yang lainnya. Alloh berfirman dalam surat Ali Imron: 92¹⁵

قَالَ اللَّهُ تَعَالَى : ,, لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ,, وَقَالَ تَعَالَى : ,, يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا انْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ ,,

Artinya:”*kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebaikan (yang sempurna) sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu safkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya*”.

Dengan demikian, Islam sangatlah mengatur segala *hlm* yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan seorang muslim. Dalam pemasukan pendapatan, harus diawali dengan bekerja. Pendapatan yang dimiliki harus *hlmal* dan baik dari usaha yang baik. Pengeluaran sehari-hari juga harus diatur sedemikian rupa agar tidak terjadi pemborosan.

1.2 Harta

Harta adalah termasuk dalam pendapatan, karena yang termasuk pendapatan adalah barang-barang yang dimiliki seseorang yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Harta yang dimiliki dapat menjadi tolak ukur pendapatan karena harta tersebut biasanya oleh

¹⁵ *Ibid.*, hlm 113

pemilikinya digunakan untuk investasi dan dengan investasi tersebut, maka masyarakat akan mendapatkan penghasilan atau deviden.

Harta tergolong sebagai pendapatan, karena dengan harta orang atau individu tersebut dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara etimologi, *amwal* bentuk jamak dari *mal*, yang berasal dari kata *mala-yamilu* berarti condong atau cenderung. Harta dijadikan yang membuat manusia cenderung baik materi maupun manfaat. Kecenderungan pada harta didorong oleh pemenuhan kebutuhan dan pemuasan keinginan. Namun fokus hukum islam yaitu pada pemenuhan kebutuhan, karena pemuasan keinginan tak terbatas.

Menurut Wahdah Zuhaili, harta adalah sesuatu yang di butuhkan dan diperoleh manusia, baik berupa benda yang tampak seperti emas, perak dan binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun yang tidak tampak, yakni manfaat seperti kendaraan, pakaian dan tempat tinggal¹⁶

Ibnu Sina berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan:¹⁷

1. Harta warisan, yaitu harta yang diterima oleh seseorang dikarenakan keluarga meninggal dunia. Orang yang beruntung mendapatkan harta warisan itu tidak usah susah payah untuk bekerja memperoleh kekayaan karena mereka telah memperoleh harta peninggalan dari bapak atau keluarganya.
2. Harta usaha yaitu yang diperoleh dari bekerja. Lain dengan harta warisan, harta usaha ini seseorang harus mati-matian bekerja untuk memperoleh pendapatan agar hidupnya layak

¹⁶ Mardani, *hukum sistem ekonomi islam* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada:2015) hlm 133

¹⁷ Raudhah, *pengaruh pendapatan masyarakat terhadap perilaku konsumsi sepeda motor pasca tsunami dalam perspektif ekonomi islam* (studi di desa lambaro skep aceh) skripsi fakultas syariah dan hukum universitas islam negeri syarif hidayatullah Jakarta, hlm 47

Fungsi harta¹⁸

- a. Harta berfungsi sebagai perhiasan hidup dan sekaligus sebagai ujian dari Allah, dengan adanya harta kehidupan terasa indah dan menyenangkan. Sesuatu keinginan dan kebutuhan dapat terpenuhi. Sebagaimana terdapat dalam QS. Al-kahfi (18): 46.¹⁹

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ
ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

“Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahlamanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan”

- b. Harta sebagai ujian bagi manusia, *hlm* ini terdapat dalam QS. Al-Anfal (8): 28.²⁰

وَاعْلَمُوا أَنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَأَنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ

“ Dan ketahuilah, bahwa hartamu dan anak-anakmu itu hanyalah sebagai cobaan dan sesungguhnya disisi Allah-lah pahlma yang besar”

- c. Harta sebagai bekal ibadah dan perjuangan. *Hlm* ini terdapat dalam

- QS. Ali Imron (3): 17.²¹

الصَّابِرِينَ وَالصَّادِقِينَ وَالْقَانِتِينَ وَالْمُنْفِقِينَ وَالْمُسْتَغْفِرِينَ
بِالْأَسْحَارِ

“yaitu orang-orang yang sabar, yang benar, yang tetap taat, yang menafkahkan hartanya (di jalan Allah), dan yang memohon ampun di waktu sahur”

¹⁸ Mardani, *hukum sistem ekonomi islam...*, hlm 137

¹⁹ Al-qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI...hlm 571

²⁰ *Ibid...*hlm 344

²¹ *Ibid...* hlm 95

- QS. Ali Imron (3): 133-134.²²

وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ
أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ (١٣٣) الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ
وَالكَاظِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ
(١٣٤)

“Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang di sediakan untuk orang-orang yang bertaqwa” “(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema’afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.

- QS. Ash-Shaff (61): 10-1.²³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنَجِّيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ
(١٠) تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ
وَأَنفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ (١١)

“Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan dari azab yang pedih?” “(yaitu) kamu beriman kepada Allah dan rosul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”

Pendapatan bisa berupa apa saja yang masuk dan diterima oleh masyarakat yang mempunyai profesi dalam kehidupannya, dan dengan adanya profesi tersebut maka seorang individu akan mendapatkan penghasilan berupa gaji biasanya diberikan satu bulan sekali, satu minggu sekali dan satu hari sekali tergantung kebijakan dari perusahaan tersebut.

²² *Ibid...* hlm 122-123

²³ *Ibid...* hlm 1130

1.3 Upah Kerja

Pada dasarnya upah dan gaji merupakan kompensasi sebagai kontra prestasi atas pengorbanan pekerja. Upah dan gaji pada umumnya diberikan atas kinerja yang telah dilakukan berdasarkan standar kinerja yang ditetapkan maupun disetujui bersama berdasarkan *personal contract*.²⁴ Hasibuan mengemukakan sebagai berikut: Upah adalah balas jasa yang dibayarkan kepada pekerja harian dengan pedoman atas perjanjian yang disepakati membayarnya.²⁵

Upah adalah hak pekerja/ buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/ buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan.²⁶

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 ayat (1) Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor Per-01/Men/1999 tentang upah minimum, pengertian upah minimum adalah upah bulanan terendah yang terdiri dari upah pokok termasuk tunjangan tetap. Berdasarkan Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor Per-01/Men/1999. Keputusan Menteri Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Nomor Kep-226/Men/2000 jangkauan berlakunya upah minimum meliputi:

- a. Upah minimum Provinsi (UMP) berlaku di seluruh kabupaten/kota dalam satu wilayah provinsi.
- b. Upah minimum Kabupaten/Kota (UMK) berlaku dalam suatu wilayah kabupaten/kota.²⁷

Berdasar pada pemaparan diatas, maka upah adalah sejumlah imbalan yang diberikan oleh pemberi kerja (perusahaan) kepada pekerja (buruh) sebagai ganti dari tenaga yang dikeluarkan oleh pekerja untuk menghasilkan suatu produk maupun jasa dalam mendukung kegiatan usaha

²⁴Wibowo, *Manajemen Kinerja, Edisi Lima*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016), Hlm. 298

²⁵Kadarisman, *Manajemen Kompensasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Hlm. 122

²⁶ Abdul Khakim, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No 13 Tahun 2003, Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2007), Hlm. 127

²⁷ *Ibid.*, Hlm. 128

berdasarkan tingkat jam kerja, ketentuan umum, kesepakatan atau peran yang diberikan pekerja dalam suatu kegiatan produksi maupun distribusi untuk menghasilkan nilai ekonomis.

Salah satu aspek yang sangat penting dalam penentuan upah adalah jumlah upah yang diterima karyawan harus memiliki *internal equity* dan *external equity*.²⁸ *Internal equity* adalah jumlah yang diterima pekerja sesuai dengan besarnya kontribusinya terhadap perusahaan yang bersangkutan, sedangkan *external equity* adalah besarnya jumlah upah yang diterima pekerja setara dengan jumlah yang diterima pekerja lain dibidang yang sama diluar perusahaan yang bersangkutan (umum).

Upah dan gaji berdasarkan macamnya dibedakan menjadi dua yaitu upah nominal dan upah riil.²⁹

Keterangan:

a. Upah dan gaji Nominal.

Upah dan gaji nominal adalah sejumlah uang yang diterima pekerja dalam kurun waktu tertentu. Misalnya perbulan, per minggu dan sebagainya berdasarkan kesepakatan. Upah nominal hanya menggambarkan jumlah nominal dari uang yang diterima, atau dengan kata lain sejumlah angka yang tertera pada uang yang diterima dan belum menggambarkan kemampuan nilai tersebut untuk mendapatkan barang/ jasa.

²⁸ Kadarisman, *Manajemen Kompensasi*, ..., Hlm. 146

²⁹ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial, Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), Hlm. 476

b. Upah dan gaji Riil

Upah dan gaji riil adalah upah dan gaji yang menunjukkan kemampuan upah dari nilai nominal untuk mendapatkan atau barang dan jasa, sehingga yang diukur adalah manfaat yang diperoleh dari senilai upah tersebut.

Pengupahan termasuk sebagai salah satu aspek penting dalam perlindungan pekerja/ buruh. *Hlm* ini secara tegas diamanatkan pada pasal 88 ayat (1) Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003, bahwa setiap pekerja/ buruh berhak memperoleh penghasilan yang memenuhi penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.³⁰ Dari uraian tersebut, maka upah merupakan hak dari buruh. Penentuan dari upah itu sendiri tidak ditentukan secara sepihak oleh pemberi kerja, namun berdasarkan kesepakatan dengan pekerja dan juga telah diatur dalam peraturan perundang-undangan oleh pemerintah.

Upah yang diberikan hendaknya bisa untuk memenuhi kebutuhan hidup yang layak bagi pekerja dan juga keluarganya. Penghidupan yang layak disini mencakup kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan jaminan keselamatan serta hari tua bagi pekerja.

³⁰ Abdul Khakim, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia ...*, Hlm. 125

Tujuan dari upah minimum itu sendiri menurut ILO adalah (Biju Verkkey dan Rupa Korde):³¹

1. Menyediakan proteksi untuk sejumlah pekerja berupah rendah yang dipertimbangkan yang posisinya mudah kena tekanan dalam pasar tenaga kerja.
2. Untuk memastikan pembayaran upah-upah yang adil.
3. Menyediakan suatu dasar bagi struktur upah yang mengurangi kemiskinan dengan menyediakan semua pekerja dengan net keamanan sebagai proteksi upah yang terlalu rendah.
4. Melayani sebagai instrument kebijakan ekonomi makro untuk mencapai tujuan nasional seperti stabilitas dan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan distribusi pendapatan.

Konsepsi umum tentang peran buruh dalam penentuan besarnya upah, terletak pada: (1) peran buruh dalam peningkatan nilai atas benda produksi dan tingkat produktifitas, yang dihargai dengan besarnya upah dan haknya untuk meningkatkan nilai benda produksi. (2) peran buruh dalam penentuan besarnya upah berdasar perjanjian kolektif antara buruh dengan pengusaha. Sehingga, hak buruh menjadi tidak semata-mata menerima besaran upah, akan tetapi turut menentukan besarnya upah, baik secara individu berdasarkan kemampuan meningkatkan nilai benda dan produktifitas, maupun hak kolektif buruh untuk turut menentukan sistem dan besarnya upah.³²

³¹ Wirawan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia: Teori, Psikologi, Hukum ketenagakerjaan, Aplikasi dan Penelitian: Aplikasi dalam organisasi bisnis, pemerintahan dan pendidikan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015) hlm 394

³² Munir, *Gerakan perlawanan Buruh Gagasan politik dan pengalaman Pemberdayaan Buruh*, (Malang: Citra Intras Selaras, 2014), Hlm. 57

Hadits dalil tentang tentang pemberian upah kepada pekerja terhadap pemberi kerja

HR. Ibnu Majah³³:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَفُهُ

Artinya: “Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering”

QS. Asy-Syura, 23³⁴:

قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ

Katakanlah: “Aku tidak meminta kepada kalian suatu upah pun atas seruanku kecuali kasih sayang dalam kekeluargaan”

Dari hadits tersebut yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah yaitu bahwa pemberian upah kepada pekerja seharusnya di berikan sebelum kering keringatnya, dengan begitu para pekerja atau buruh tersebut akan lebih senang karena yang dikerjakan sesuai dengan apa yang diterima. Sedangkan dalam dalil tersebut dijelaskan bahwa upah adalah *hlm* yang penting dalam dunia perekonomian, dengan adanya pemberian upah kepada para pekerja, maka pekerja tersebut akan lebih bisa bisa membahagiakan keluarganya dengan pendapatan yang diterima.

1.4 Investasi

Salah satu yang dapat menungjang pendapatan oleh masyarakat yaitu investasi atau penanaman modal. “Menurut Sornarajah investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya

³³ Syech Islam muhyidin abi zakariya yahya bin sarfun nawawi, *Riyadus Sholihin* (Surabaya: Al-hidayah,1995) hlm 201

³⁴ Al-qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI... hlm 976

berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa-masa yang akan datang.³⁵” Jadi merujuk dari pengertian investasi menurut Sornarajah intinya bahwa menanamkan modal yang dimiliki berupa harta kepada pihak yang akan mengelola modal tersebut agar harta yang ditanamkan dapat tumbuh dan berkembang, dan biasanya masa atau jangka waktunya relatif lama.

Investasi secara umum diartikan kegiatan yang dilakukan orang pribadi (natural person) atau badan usaha (juridical person) dalam upaya meningkatkan atau mempertahankan nilai modalnya baik berbentuk uang tunai (cash money), peralatan (equipment), aset tak bergerak, hak kekayaan intelektual, maupun keahlian.

Hadits tentang investasi yaitu

عَنْ عُمَرُو بْنِ شُعَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : " أَلَا مَنْ وَلِيَ يَتِيمًا لَهُ مَالٌ فَلْيَنْجِرْ لَهُ فِيهِ وَلَا يَتْرُكْهُ تَأْكُلُهُ الزَّكَاةُ "

“Dari Amr bin Syuaib, dari ayahnya, dari kakeknya, bahwa Rosulullah saw bersabda: Ingatlah, barang siapa menjadi wali anak yatim yang memiliki harta, hendaklah dia menggunakannya berbisnis (keuntungannya) untuk anak yatim dan jangan membiarkan harta itu dimakan oleh sedekah (zakat)”. (HR Baihaqi)³⁶

³⁵ Lusiana, *usaha penanaman modal di Indonesia*, (Jakarta:PT Raja Grafindo,2012) hlm 38

³⁶ Sofyan Jauhari, *Investasi dalam Pandangan Al-Quran dan Sunnah* dalam stiuahikmah.ac.id/index.php/kecerdasan-financial/188-investasi-dalam-pandangan-al-quran-sunnah di akses pada 12 Februari 2018 pukul 21:28 WIB

Hadits tersebut mengajarkan agar harta anak yatim dikembangkan dan digunakan untuk berbisnis termasuk dalam *hlm* investasi yang mana keuntungan darinya untuk anak yatim itu sendiri.

Dan Allah berfirman dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 261³⁷ yaitu:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui” (Al-Baqarah:261)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila kita melakukan investasi di jalan Allah SWT dan sesuai syariah maka *pahlma* yang kita dapatkan berlipat-lipat yang diperumpamakan dengan sebutir benih yang dapat tumbuh menjadi tujuh bulir dan tiap-tiap bulir dapat tumbuh menjadi seratus biji.

Unsur-unsur kegiatan investasi itu sendiri terbagi menjadi dua bagian yaitu: (a) adanya motif untuk meningkatkan atau setidaknya tidaknya mempertahankan nilai modalnya. (b) bahwa modal tersebut tidak hanya mencakup *hlm-hlm* yang bersifat kasat mata dan dapat di raba (*tangible*), tetapi juga mencakup sesuatu yang bersifat tidak kasat mata dan tidak dapat di raba.

³⁷ Al-qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI...hlm 81

Pengertian penanaman modal asing menurut undang-undang Nomor 25 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya atau yang berpatungan dengan penanaman modal dalam negeri.

Jenis-jenis penanaman modal

Pada dasarnya kegiatan penanaman modal di klasifikasikan atas dua kategori besar yaitu:³⁸

- a). Investasi langsung (*direct investment*) atau penanaman modal jangka panjang. Dalam menanamkan modal yang melibatkan investor secara langsung dapat dilakukan melalui beberapa cara penanaman modal, seperti investasi-investasi dalam bentuk: 1) modal sendiri (*equity*); 2) modal dari dana pinjaman (*loan*); 3) modal bersifat nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*); 4) modal dari keuntungan usaha (*reinvestment*); 5) modal langsung (*straight investment*); 6) modal patungan (*joint venture, joint enterprise*); 7) partisipasi modal melalui berbagai bentuk kerja sama dalam hubungan-hubungan kontraktual.
- b). Investasi tidak langsung (*indirect investment*) atau penanaman modal tidak langsung (*portofolio investment*). Umumnya merupakan penanaman modal jangka pendek yang mencakup kegiatan transaksi di pasar modal dan di pasar uang. Penanaman modal ini disebut penanaman modal jangka pendek karena pada umumnya mereka

³⁸ Lusiana, *usaha penanaman modal di Indonesia...*, hlm 40

melakukan jual beli saham dan mata uang dalam jangka waktu yang relatif singkat, tergantung fluktuatif nilai saham dan mata uang yang hendak mereka perjualbelikan.

B Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen.

“Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.”³⁹

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Maksudnya sebagai peranan alokasi harga adalah berfungsi untuk membantu memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dan peranan informasi dari harga itu sendiri yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai produk, kebanyakan sekarang bahwa harga mempengaruhi kualitas.

Harga merupakan sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh barang atau jasa. Harga dapat diartikan secara sempit

³⁹ Ummu Habibah Sumiati, *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bagkalan Madura*, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Volume 1, No 1 maret 2016, hlm 36

maupun secara luas. Menurut Kotler & Armstrong dalam Apri Budianto dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁴⁰

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga produk dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.⁴¹

Keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran.

2.1 Tujuan dari Penetapan Harga

Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan penetapan harga menurut Swastha dalam penelitian Puryono dan Tri Yuniati adalah:⁴²

⁴⁰Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hlm 257

⁴¹ Siti kalimah dan Nur Fadilah, *Marketing Syariah: studi analisis produk kenzie di gudo jombang*, An-Nisbah: *Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 04, Nomor 02, April 2018, Hlm 9 dalam id.portalgaruda.org/ndex.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=471079 diakses pada 30 Mei 2018 pukul 05:22

⁴²Puryono Dan Tri Yuniati, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud Glagah Wangi Di Magetan*, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 11, 2014, hlm 4

- Mendapatkan laba maksimum. Terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.
- Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bias diambil dari laba perusahaan dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.
- Mencegah atau mengurangi persaingan. Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. *Hlm* ini dapat diketahui jika para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.
- Mempertahankan atau memperbaiki *market share*. Dalam *hlm* ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan *market share*. Perbaikan *market share* kurang diutamakan lebih-lebih apabila persaingan sangat ketat.

“Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa.”⁴³ Apalagi apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harganya.

Maksudnya dengan harga yang makin mahal maka tidak menutup kemungkinan bahwa barang yang kita dapat dengan cara membeli itu memberikan kualitas yang bagus dibandingkan dengan harga yang murah. Harga yang murah cenderung kualitasnya lebih jelek dari pada barang yang mahal, dikarenakan bahwa dalam pembuatan barang tersebut materialnya cenderung murahan, jadi gampang rusak dari pada barang yang mahal.

2.2 Harga sebagai Simbol

Kehidupan dipenuhi dengan simbol yang dapat membantu seseorang membuat keputusan. Keputusan yang dibuat rumah tangga adalah keputusan ekonomi terkait dengan sesuatu yang disebut dengan harga, yaitu mata uang dari suatu simbol yang dapat membantu rumah tangga membuat keputusan ekonomi.

“Harga mengomunikasikan informasi dan menyediakan keuntungan bagi pembeli dan penjual. Harga tinggi memberikan tanda bagi produsen untuk memproduksi lebih banyak dan bagi pembeli untuk sedikit

⁴³ Septhani Rebeka Larosa dan Y. Sugiarto, *analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian* (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang) hlm 6

membeli. Dan sebaliknya harga rendah juga tanda bagi produsen untuk mengurangi produksi dan bagi pembeli untuk membeli lebih banyak.”⁴⁴

Harga bertindak sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Uang membantu keduanya untuk memutuskan tentang apa, bagaimana, dan untuk siapa. Tanpa adanya harga ekonomi tidak akan berjalan dengan baik, dan keputusan tentang alokasi barang dan jasa dapat dibuat dengan berbagai cara yang berlainan. Harga dapat meningkatkan fungsi alokasi dengan sangat baik untuk alasan berikut:⁴⁵

1. Harga dalam ekonomi pasar kompetitif adalah netral, maksudnya adalah tinggi rendahnya harga tergantung tawar menawar antara penjual dan pembeli.
2. Harga dalam ekonomi pasar adalah fleksibel maksudnya tinggi rendahnya harga dipengaruhi oleh suatu kejadian yang akan berakibat pada harga barang itu sendiri. Tingkat permintaan dan penawaran akan berdampak pada barang yang di jual, apabila barang yang diminta itu langka, maka harga yang di berikan oleh produsen ke konsumen akan cenderung tinggi dan sebaliknya pula.
3. Harga tidak membutuhkan biaya administrasi. Pasar kompetitif cenderung menentukan harga sendiri tanpa ada rujukan pihak luar. Jadi harga tersebut akan berjalan sesuai dengan alur yang ada di pasar tersebut.

⁴⁴ Shinta Doriz, *ekonomi keluarga*,(Bandung:PT Remaja Rosdakarya offset,2015) hlm 126

⁴⁵ *Ibid...*, hlm 127-128

4. Harga merupakan sesuatu yang harus kita ketahui dari kehidupan kita, mulai dari saat kita cukup umur, kemudian bertanya kepada keluarga kita untuk membeli sendiri, jadi harga intinya adalah sesuatu yang lumrah dan mudah untuk di pahami.

Mengambil dari penelitian Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto ada tiga indikator yang mencirikan harga yaitu:⁴⁶

- Harga yang terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen.
- Harga harus memiliki daya saing dengan harga pokok lain.
- Kesesuaian antara harga dengan kualitas.

Menurut Fure indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain:⁴⁷

- 1 Harga yang sesuai dengan manfaat
- 2 Persepsi harga dan manfaat
- 3 Harga barang terjangkau
- 4 Persaingan harga
- 5 Kesesuaian harga dengan kualitasnya

2.3 Pengertian harga dalam Perspektif ekonomi islam

Rosululloh s.a.w bersabda⁴⁸

⁴⁶ Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto, *Analisis Pengaryh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Pembelian di cincau station Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 1 No 2 (2013) dalam <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/668/580> diakses pada 22 Februari 2018 pukul 22:03 WIB

⁴⁷Iful Anwar dan Budhi Satrio, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12, Desember 2015, hlm 3

عَنْ قَتَادَةَ ، وَثَابِتٍ ، وَحَمِيدٍ ، عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ ، قَالَ : غَلَا السَّعْرُ بِالْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، فَقَالَ النَّاسُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، غَلَا السَّعْرُ فَسَعْرُ لَنَا ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ ، إِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ ، عَزَّ وَجَلَّ ، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Diriwayatkan dari Anas RA, pernah terjadi pada masa Rasulullah SAW, harga-harga barang naik di kota Madinah, kemudian para sahabat meminta Rasulullah SAW menetapkan harga. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.

Hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Rasulullah tentang harga yaitu

عَنْ عُرْوَةَ - يَعْنِي ابْنَ أَبِي الْجَعْدِ الْبَارِقِيِّ - قَالَ أَعْطَاهُ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - دِينَارًا يَشْتَرِي بِهِ أَضْحِيَّةً أَوْ شَاةً فَاشْتَرَى شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ فَأَتَاهُ بِشَاةٍ وَدِينَارٍ فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ فَكَانَ لَوْ اشْتَرَى ثَرَابًا لَرَبِحَ فِيهِ

Artinya: "Dari 'Urwah, yaitu Ibnu Abil Ja'di Al Bariqiy, ia berkata bahwa Nabi shlmallahu 'alaihi wa sallam telah memberinya satu dinar untuk membeli satu hewan qurban (udhiyah) atau membeli satu kambing. Lantas ia pun membeli dua kambing. Di antara keduanya, ia jual lagi dan mendapatkan satu dinar. Kemudian ia pun mendatangi Nabi shlmallahu 'alaihi wa sallam dengan membawa satu kambing dan satu dinar. Kemudian Nabi shlmallahu 'alaihi wa sallam mendoakannya dengan keberkahan dalam jualannya"⁴⁹

"Urwah al-Bariqy bercerita bahwa Rasulullah memberikan satu dinar kepadanya untuk membelikan Rasulullah seekor kambing. Dengan satu dinar Urwah membeli dua ekor kambing. Kemudian yang seekor dijual

⁴⁸ Syech Islam muhyidin abi zakariya yahya bin sarfun nawawi, *Riyadus Sholihin ...* hlm 97

⁴⁹ <https://rumaysho.com/7209-jual-beli-dengan-harta-orang-lain-tanpa-izin.html> diakses pada 9 april 2018 pukul 18:00

lagi dengan harga satu dinar. Lalu Urwah kembali dengan membawa seekor kambing dan satu dinar. Dan Rasulullah pun mendoakan berkah kepadanya”. (Bukhori). Dengan demikian Urwah telah menjual seekor kambing dengan keuntungan 100 persen. Dan apa yang dilakukan Urwah mendapat restu dari Rasulullah.

Ada sebuah dalil Al-Qur’an yang menjelaskan bahwasanya dalam transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat ganda sebagai wujud keuntungan pribadi atau perusahaan karena itu bisa disebut dengan Riba, yaitu tambahan yang berlebih, *hlm* ini dijelaskan dalam Q.S Ali Imron: 130⁵⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (QS Ali Imron: 130)

2.4 Faktor faktor dalam penetapan harga

Terdapat faktor-faktor dalam menetapkan harga. Faktor-faktor penetapan harga tersebut menurut Kotler dan Armstrong dalam Apri Budianto sebagai berikut:

⁵⁰ Al-qur’an dan terjemahannya Departemen Agama RI... hlm 122

- Penetapan harga berdasarkan nilai yaitu menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual.
- Penetapan harga dengan nilai yang baik yaitu menawarkan kombinasi yang tepa tantara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.
- Penetapan harga dengan nilai tambah yaitu melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.
- Penetapan harga berdasarkan biaya yaitu penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar sebagai imbalan bagi usaha dari resiko.⁵¹

Selain faktor-faktor penetapan harga yang disebutkan diatas, dalam menetapkan harga juga terdapat *hlm-hlm* yang perlu dipertimbangkan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Apri Budianto beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga sebagai berikut:

- Persepsi nilai oleh pelanggan
- Pertimbangan internal dan eksternal, misalnya: strategi. Tujuan dan bauran pemasaran, kondisi dan permintaan pasar, strategi dan harga dari pesaing

⁵¹Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hlm 258

- Biaya-biaya produksi, misalnya biaya tetap dan biaya variabel.⁵²

C Daya beli Masyarakat

1.1 Permintaan

Keinginan adalah hasrat pemuas tertentu dari kebutuhan akan suatu barang. Orang butuh makan dan ingin nasi goreng, butuh pakaian dan butuh harga diri, ingin mobil mewah. Dalam masyarakat lain, kebutuhan dipenuhi dengan cara lain, seperti pada masyarakat yang hidup dipedalaman, apabila mereka lapar maka mereka tinggal mengambil senjata dan langsung mencari makanan atau berburu.

Permintaan adalah sejumlah barang yang beli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan juga sering dikaitkan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi dan cenderung permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas. Walaupun kebutuhan manusia sedikit, namun keinginan atau utility mereka sangatlah banyak. Keinginan manusia dibentuk oleh kekuatan dan industry sosial seperti sekolah, keluarga dan perusahaan.

Hukum permintaan merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat-sifat hubungan antara permintaan terhadap sesuatu barang dengan harganya. “Dalam hukum permintaan itu sendiri menjelaskan bahwa apabila harga dari suatu barang itu turun, maka jumlah permintaan akan menjadi naik. Sifat permintaan dan harga berbanding terbalik. Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi akan tingginya permintaan tidak hanya faktor harga saja,

⁵²*Ibid...* hlm 259

melainkan ada faktor lain yaitu pendapatan dari masing-masing individu di daerah tersebut.”⁵³

Permintaan terhadap barang dan jasa dapat berupa permintaan individu dan permintaan pasar. Permintaan individu adalah permintaan secara perorangan terhadap sesuatu barang pada berbagai tingkat harga. Sedangkan “Permintaan pasar merupakan jumlah total suatu barang yang ingin dibeli oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga”⁵⁴ atau dengan kata lain merupakan penjumlahan permintaan individual. Permintaan individual adalah jumlah suatu barang yang dibeli oleh konsumen pada setiap tingkat harga.

Daya beli (*Purchasing power*) merupakan kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi produk. Daya beli seseorang satu dengan yang lain pastinya berbeda, *hlm* tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti status orang tersebut pekerjaan dan penghasilan. Daya beli juga mempunyai hubungan erat dengan suatu barang atau produk tersebut seperti harga dari barang tersebut yang murah maka daya beli masyarakat akan barang tersebut akan meningkat, *hlm* ini berlaku dalam hukum permintaan itu sendiri.

Terdapat (empat) 4 penyebab perubahan permintaan menurut Soediyono yaitu:⁵⁵

1. Perubahan pendapatan konsumen

⁵³ Henry faizal, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2013) hlm 37

⁵⁴ Stefandy Dengah, dkk, *Analisis pengaruh pendapatan perkapita dan jumlah penduduk terhadap permintaan perumahan kota Manado tahun 2003-2012*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 14 no. 3 - Oktober 2014 hlm 73

⁵⁵ Soediyono Reksoprayitno, *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi Millenium*, (Yogyakarta:BPFE,2007) hlm 44

Untuk barang-barang normal, bertambahnya pendapatan yang diperoleh konsumen mengakibatkan kurva permintaan terhadap konsumen bergeser ke kanan. Sebaliknya dengan menurunnya pendapatan konsumen mengakibatkan kurva bergeser ke kiri. Untuk barang-barang inferior yaitu barang konsumsi yang tidak disukai oleh konsumen dan hanya dikonsumsi apabila terpaksa akan menurun permintaannya apabila pendapatan konsumen meningkat.

2. Perubahan harga barang pengganti

Apabila harga suatu barang naik maka barang substitusinya juga akan naik.

3. Perubahan harga barang komplementer

Meningkatnya harga salah satu barang, menyebabkan penurunan permintaan terhadap barang komplementernya.

4. Perubahan cita rasa konsumen

Selera dan cita rasa dari konsumen yang berubah-ubah mempengaruhi permintaan akan suatu barang yang digemari. Jika selera konsumen bertambah maka permintaan akan suatu barang juga akan naik.

Dari sisi permintaan atau kebutuhan konsumen, barang dan jasa dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut.⁵⁶

⁵⁶ Henry faizal, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2013) hlm 37

1. Barang dan jasa normal (*normal goods*) adalah barang dan jasa yang permintaannya berhubungan lurus dengan pendapatan (*income*) konsumen.
2. Barang dan jasa inferior (*inferior goods*) adalah barang dan jasa yang permintaannya berhubungan terbalik dengan pendapatan (*income*) konsumen.
3. Barang dan jasa utama adalah barang dan jasa yang di minta oleh konsumen. Barang dan jasa utama dapat berupa barang normal maupun barang inferior.
4. Barang dan jasa pengganti (*substitution goods*) adalah barang dan jasa yang berfungsi sebagai barang pengganti (*substitusi*) barang utama. Atau lebih ringkasnya barang pengganti atau substitusi merupakan alternative konsumsi bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsinya.
5. Barang dan jasa pelengkap (*complement goods*) adalah barang dan jasa yang berfungsi sebagai pelengkap barang utama. Tanpa ada barang pelengkap ini barang utama tidak atau kurang optimal fungsinya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
6. Barang dan jasa publik (*public goods*) adalah barang dan jasa yang untuk mengonsumsinya yang bersifat *non rivalry* (dapat dikonsumsi secara bersamaan, pada waktu yang sama, tanpa saling meniadakan) dan *non exclusive* (semua orang dapat memanfaatkannya tanpa harus membayar)

7. Barang dan jasa privat (*private goods*) adalah barang dan jasa yang bersifat exclusive (tidak semua orang dapat mengonsumsinya karena harus membayar sesuai dengan harga yang berlaku)

Adalah jumlah barang yang diminta (mau dan mampu dibeli) oleh konsumen di pasar pada kondisi tertentu. Atau juga dapat di gambarkan sebagai hubungan antara berbagai tingkat pendapatan konsumen dengan jumlah barang yang mampu dibeli, atau gambaran hubungan antara daftar harga barang dan jasa dengan kemauan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang dan jasa yang bersangkutan.

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Diantara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan dibawah ini:⁵⁷

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
4. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
5. Cita rasa masyarakat
6. Jumlah penduduk

⁵⁷ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo,2009) hlm

7. Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang

1.2 Pembelian

Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Dalam *hlm* ini yang perlu diperhatikan adalah keinginan yang sudah bulat untuk membeli suatu produk sering kali dibatalkan karena beberapa alasan, yaitu sebagai berikut:

- a. Motivasi yang berubah, konsumen mungkin merasakan bahwa kebutuhannya bisa terpenuhi tanpa harus membeli produk tersebut, atau ada kebutuhan lain yang lebih di prioritaskan.
- b. Situasi yang berubah, tiba-tiba nilai dolar menjadi *mahlm*, sehingga uang yang tersedia menjadi tidak cukup untuk membeli produk tersebut.
- c. Produk yang akan dibeli tidak tersedia, bisa menjadi penyebab konsumen tidak tertarik lagi membeli produk tersebut.

1.3 Jenis Pembelian

Pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan ke dalam tiga macam (Engel, Blackwell dan Miniard) yaitu

a). Pembelian yang terencana sepenuhnya

Jika konsumen telah menentukan pilihan produk dan merek jauh sebelum pembelian dilakukan, maka ini termasuk pembelian yang

direncanakan sepenuhnya. Pembelian yang terencana sepenuhnya biasanya adalah hasil dari proses keputusan yang diperluas atau keterlibatan yang tinggi.

b). Pembelian yang separuh terencana

Konsumen seringkali sudah mengetahui ingin membeli suatu produk sebelum masuk ke swalayan, namun mungkin ia tidak tahu merek yang akan dibelinya sampai ia bisa memperoleh informasi yang lengkap dari pramuiaga atau display di swalayan.

c). Pembelian yang Tidak Terencana

Konsumen seringkali membeli suatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu. Keinginan untuk membeli seringkali muncul di toko atau mall. Banyak faktor yang menyebabkan *hlm* tersebut. display pemotongan harga 50% yang terlihat mencolok akan menarik perhatian konsumen⁵⁸

Sebagian besar pembelian produk terutama barang-barang konsumen (*consumer-goods purchase*) dilakukan di toko eceran. Peter dan Olson mengemukakan beberapa perilaku yang di lakukan dalam proses pembelian barang-barang konsumsen di toko eceran. Yaitu ada beberapa tahap-tahap dalam Proses pembelian.

Tahap prapembelian, dalam tahap ini beberapa perilaku yang terjadi meliputi mencari informasi dan mengambil dana.

⁵⁸ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen...*, hlm 310-311

- a. Mencari informasi (*Informasi contact*). Konsumen akan mencari informasi mengenai produk, merek atau toko dari berbagai sumber seperti Koran, majalah, radio, televise. Konsumen mungkin juga berkomunikasi dengan tenaga penjual, teman dan kerabat mengenai produk, merek dan toko.
- b. Mangambil dana (*fund access*). Pembelian produk biasanya menggunakan uang sebagai medium utama pertukaran . uang di gunakan dalam berbagai bentuknya, tidak selalu dalam bentuk fisik uang misalnya kertas dan koin. Konsumen mungkin akan menggunakan cara pembayaran dengan transfer.

Tahap Pembelian, pada tahap kedua ini perilaku meliputi berhubungan dengan toko, mencari produk dan melakukan transaksi⁵⁹

- a. Berhubungan dengan toko (*store contact*). Adanya keinginan membeli produk akan mendorong konsumen untuk mencari toko atau pusat perbelanjaan (mall) tempat ia membeli produk tersebut.
- b. Mencari produk (*product contact*). Setelah konsumen mengunjungi toko, maka selanjutnya ia harus mencari dan memperoleh produk yang akan dibelinya. Ia harus mencari lokasi dimana produk ditempatkan didalam toko tersebut. pemilik toko berkepentingan agar konsumen selalu mengunjungi tokonya, sedangkan produsen berkepentingan untuk mempromosikan produknya agar dibeli konsumen.

⁵⁹ *Ibid...*,hlm 311-312

c. Transaksi. Tahap ketiga dari proses pembelian adalah melakukan transaksi yaitu melakukan pertukaran barang dengan uang, memindahkan pemilikan barang dari toko kepada konsumen. Kenyamanan konsumen berbelanja disebuah toko bukan saja ditentukan oleh banyaknya barang yang tersedia, kemudahan memperoleh barang yang didalam toko, dan daya tarik promosi dari produk tersebut, juga ditentukan oleh kenyamanan proses akhir atau transaksi yang dilakukan konsumen.

Dalam perspektif hukum Islam itu sendiri bahwasanya dari permintaan diatur dalam surat Al-Maidah ayat 77 dan Al-Maidah 87-88 yaitu:

Al-Maidah ayat 77⁶⁰

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ

"Katakanlah: "Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulunya (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus". " (QS Al-Maidah: 77)

Al-Maidah 87-88⁶¹

⁶⁰ Al-qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI...hlm 224

⁶¹ *Ibid*...hlm227

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا
 يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ٨٧ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ
 بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah hlmalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas (87) Dan makanlah makanan yang hlmal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”

Pada surat Al-Maidah ayat 77 menjelaskan bahwa dalam melakukan permintaan dalam prinsip Syariah tidak boleh hanya demi menuruti nafsu semata. Dalam Islam pemenuhan kebutuhan harus sewajarnya dan secukupnya tidak boleh melampaui batas atau berlebih-lebihan. Karena sesungguhnya Allah swt tidak menyukai sesuatu yang berlebihan.

Pada surat Al-Maidah ayat 87-88 menjelaskan bahwa dalam teori permintaan islami membahas permintaan barang *hlmal*, barang haram dan hubungan antara keduanya. Dalam Islam motif permintaan mengutamakan pada tingkat kebutuhan konsumen terhadap barang yang bertujuan mendapatkan kesejahteraan atau kemenangan dunia dan akhirat (falah) sebagai turunan dari keyakinan bahwa ada kehidupan yang abadi setelah kematian.

D Kajian Penelitian Terdahulu

Iful Anwar dan Budhi satrio, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian peralatan

masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan adanya kenyataan di Maxim Housewares di Grand City Mall Surabaya dalam satu tahun terakhir telah terjadi penurunan pada penjualan produk Maxim. Banyak *hlm* yang menjadi penyebab dari *hlm* tersebut, salah satunya adalah penyediaan produk yang kurang lengkap serta potongan harga yang jarang dilakukan, sehingga tingkat pembelian konsumen akan semakin rendah. Dalam penelitian ini metode yang digunakan berupa metode kuantitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (Hrg) dan Kualitas Produk (KPk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (KP) dengan nilai $\text{sig} \leq 0,05$ dan secara parsial yang menggunakan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel harga (Hrg) berpengaruh signifikan negatif dengan Signifikan ($3.32.10^{-04}$) $\leq 0,05$ dan kualitas produk (KPk) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian (KP) dengan signifikan ($6.70.10^{-05}$) $\leq 0,05$. Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan variabel independen (X) yaitu harga.⁶²

Zarkasi, tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat permintaan masyarakat kalimantan barat apabila disuatu masa penduduknya tidak memiliki pendapatan untuk membeli suatu barang ataupun jasa untuk mereka konsumsi. Apakah dengan tingkat pendapatan yang minimal masyarakat akan bisa membeli kebutuhan yang mereka inginkan

⁶² Iful Anwar dan Budhi satrio (2015), *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* diakses dari <https://ejournal.stiesia.ac.id>, pada 11 Desember 2017 pukul 19.00 WIB

ataukah malah sebaliknya tidak bisa membeli barang yang mereka inginkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dan mencari R^2 (*R Square*). Berdasarkan hasil uji t test diperoleh variabel independen yaitu pengangguran (X) diperoleh nilai t hitung untuk Tingkat Pengangguran sebesar -12,084 dengan signifikansi sebesar 0.000 ($\text{sig} < \alpha$) hipotesis nol (H_0) ditolak. Artinya: Tingkat pengangguran berpengaruh secara parsial (individu) negatif signifikan terhadap daya beli masyarakat. *Hlm* ini menunjukkan bahwa bila seseorang tidak bekerja maka akan berpengaruh pada keinginan untuk membeli barang. Persamaan dari penelitian ini adalah metode penelitiannya dan dari variabel dependennya yaitu daya beli masyarakatnya (Y).⁶³

Septhani Rebeka Larosa dan Y. Sugiarto, tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan untuk makan di warungwarung makan di sekitar Simpang Lima. (2) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan untuk makan di warung-warung makan di sekitar Simpang Lima. (3) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan untuk makan di warung-warung makan di sekitar Simpang Lima. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis Analisis Regresi Linier, Pengujian Parsial (uji t), Pengujian Simultan (uji F) dan Koefisien Determinasi (R^2) dengan variabel independen Harga (X1), kualitas produk (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). dalam uji regresi linier variabel Harga (X1) mempunyai pengaruh koefisien

⁶³ Zarkasi, *Pengaruh pengangguran terhadap daya beli masyarakat Kalbar*, diakses dari <http://google.scolar.com> pada 11 Desember 2017 pukul 16.00 WIB

positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan untuk uji parsial Harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di warung-warung makan sekitar Simpang Lima Semarang. Sedangkan untuk uji anova F hitung bahwa harga, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dalam penelitian yaitu dalam variabel independen (X) yaitu harga.⁶⁴

Randi R. Giang, tujuan dari penelitian ini yaitu bahwasanya hanya untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap konsumsi buruh bangunan di kecamatan pineleng. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Analisis Regresi Linier dengan variabel pendapatan (X) terhadap konsumsi (Y). berdasarkan hasil dari regresi linier Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumsi buruh bangunan dipengaruhi oleh pendapatan, apabila pendapatan buruh bangunan meningkat maka pola konsumsi buruh bangunan meningkat. Dalam penelitian ini pendapatan terbukti memperkuat tingkat konsumsi. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan tiga variabel independen yaitu pendapatan (X1) dan harga (X2) terhadap daya beli masyarakat (Y) dan persamaan dalam penelitian ini yaitu pendapatan/variabel independennya (X) dan variabel dependennya yaitu daya beli masyarakat atau bisa disebut konsumsi (Y)⁶⁵

⁶⁴ Septhani Rebeka Larosa dan Y. Sugiarto (2010), *Analisis Pengaruh Harga, kualitas produk, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian. (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)*, diakses dari <http://google.scolar.com> pada 11 Desember 2017 pukul 16.00 WIB

⁶⁵ Randi R. Giang *Pengaruh pendapatan terhadap konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng*, diakses dari eprints.ums.ac.id pada 11 Desember 2017 pukul 16.00 WIB

Septia S.M. Nababan, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar tanggungan atau beban yang dibebankan oleh seorang PNS tenaga Kependidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi dengan pendapatan yang tetap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda, mencari uji secara parsial (Uji t) dan Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F). Hasil dari analisis regresi berganda yaitu Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jumlah Konsumsi. Sedangkan menurut uji secara parsial (Uji t), variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan pola konsumsi dan secara F-hitung bahwa secara bersama-sama variabel Pendapatan, Jumlah Tanggungan berpengaruh signifikan terhadap Pola konsumsi. Perbedaan dari penelitian sekarang yaitu meneliti Variabel independennya pendapatan (X1), dan harga (X2) terhadap variabel dependen daya beli masyarakat (Y). Persamaan, hanya mengambil salah satu variabel independennya (X) yaitu Pendapatan.⁶⁶

E Kerangka Konseptual

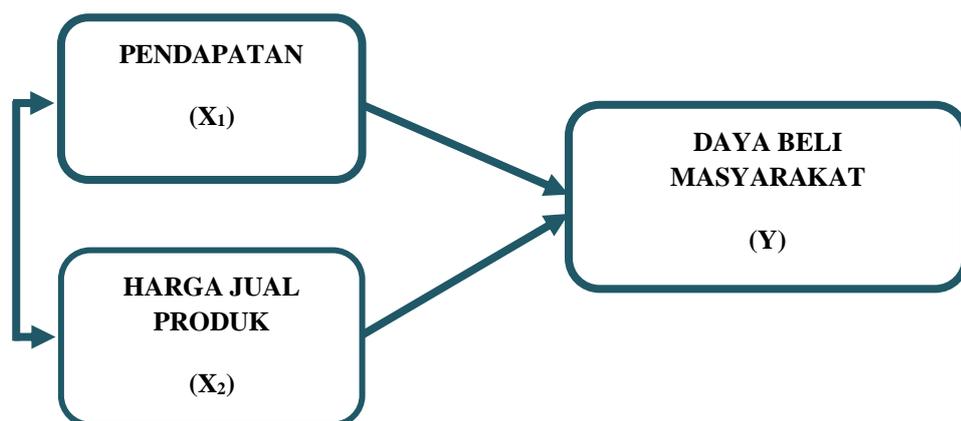
Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁶⁷ Menurut Muhammad Kerangka berfikir berisi

⁶⁶ Septia S.M. Nababan, *Pendapatan dan Jumlah Tanggungan pengaruhnya terhadap pola Konsumsi PNS Dosen dan Tenaga Kependidikan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas sam ratulangi Manado*, diakses dari <http://google.scolar.com> pada 11 Desember 2017 pukul 16.00 WIB

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*, cet 7, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 93.

gambaran pola hubungan antar variabel atau kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti, disusun berdasarkan kajian teoritik yang telah dilakukan dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu.⁶⁸ Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Dari kerangka konseptual diatas dapat di jelaskan bahwa pendapatan seseorang atau juga dari rumah tangga produksi dan tingkat jual produk dari sebuah perusahaan mempunyai pengaruh terhadap daya beli masyarakat bisa berpengaruh signifikan atau juga tidak berpengaruh signifikan.

⁶⁸Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 256.

F Hipotesis Penelitian

Burhan Mungin mengatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara hasil penelitian yang dilakukan.⁶⁹ Sedangkan Suharsimi Arikunto hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁷⁰

Terdapat dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian:

1. Hipotesis kerja atau disebut hipotesis alternatif, disingkat dengan H_a . Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya hubungan antar dua kelompok.
2. Hipotesis nol disingkat H_0 . Hipotesis nol menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y.⁷¹

Berdasarkan judul dari penelitian di atas hipotesis penelitian ini adalah:

- a. H_1 = Tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. (Arsad Ragandhi)⁷²
- b. H_2 = Tingkat harga jual produk berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. (Wirdatul Jannah)⁷³

⁶⁹ Burhan Mungin, *metode penelitian sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 90

⁷⁰ Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: Rineka cipta, 2006, hlm 71

⁷¹ *Ibid.*, hlm. 74

⁷² Arsad Ragandhi, *Pengaruh Pendapatan Nasional, Inflasi dan Suku bunga deposito terhadap Konsumsi Masyarakat di Indonesia*, skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta

⁷³ Wirdatul Jannah, *pengaruh penurunan harga karpet mentah terhadap daya beli masyarakat (studi di pasar Desa pasir Jaya)* skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

- c. H_3 = Tingkat pendapatan dan harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat.