

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Revitalisasi Pasar Tradisional

#### 1. Konsep Revitalisasi Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia revitalisasi adalah proses, cara perbuatan, menghidupkan atau mengingatkan kembali.<sup>1</sup>

Menurut Ari Widyati, revitalisasi adalah kegiatan atau upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran.

Sedangkan menurut Antariksa dalam Hery Suryadi, dkk, revitalisasi adalah upaya untuk mendaur ulang dengan tujuan untuk memberikan vitalitas baru, meningkatkan vitalitas yang ada atau bahkan menghidupkan kembali vitalitas yang pernah ada namun telah memudar.<sup>2</sup>

Revitalisasi ini merupakan program prioritas Presiden Jokowi. Program revitalisasi pasar rakyat merupakan pelaksanaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2) dan (3) yang mengamanatkan bahwa pemerintah pusat bekerja sama

---

<sup>1</sup>Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", dalam <https://kbbi.web.id/revitalisasi.html>, (diakses pada tanggal 10 januari 2023)

<sup>2</sup>Hery Suryadi dkk, *Kebijakan Revitalisasi Kawasan Pasar Bawah Sebagai Kawasan Wisata Cagar Budaya di Kota Pekanbaru* (Pekanbaru: Fisip Ur, 2013), h. 60

dengan pemerintah daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna meningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan revitalisasi pasar rakyat, implementasi manajemen pengelolaan yang professional, fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing serta fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat.<sup>3</sup>

Dalam upaya membangkitkan kembali citra pasar tradisional sebagai tempat yang ramai diisi oleh penjual dan pembeli yang saling bertransaksi, maka pemerintah merasa perlu untuk melakukan revitalisasi pasar. Revitalisasi pasar disini perlu ditangani cepat karena melihat pertumbuhan pasar modern yang sangat pesat. Tanpa mengurangi fungsi pasar tradisional, hendaknya pasar dikelola ulang dengan mengedepankan kenyamanan dan keamanan. Alokasi anggaran untuk revitalisasi ini dibutuhkan dana yang sangatlah besar.

Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek

---

<sup>3</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas.<sup>4</sup>

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

a. Intervensi fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan, peningkatan kualitas, kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tenda 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.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Laretna Adisakti, *Revitalisasi Kawasan Pusaka* (Pekanbaru: Fisip Ur,2013), hal. 89.

<sup>5</sup>Asep Syahri Romadhan, “Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”, *Jom Fisip* Volume 4 No.1 Februari 2017, hal. 4.

b. Revitalisasi ekonomi

Perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal, sehingga mampu memberikan nilai tambah kawasan.<sup>6</sup> Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial.

c. Revitalisasi manajemen

Revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia dipasar standar operasional prosedur pengelolaan dan pelayanan pasar.<sup>7</sup>

d. Revitalisasi sosial atau institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik, jadi bukan sekedar membuat *beautiful place*. Kegiatan tersebut harus

---

<sup>6</sup>Asep Syahri Romadhan, “Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”, *Jom Fisip* Volume 4 No.1 Februari 2017, hal. 5.

<sup>7</sup>Presidenri, Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional, dalam <https://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program-revitalisasi-pasar-tradisional.html>. Diakses tanggal 10 januari 2023

berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat.<sup>8</sup>

## 2. Pengetian Pasar Tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa tokoh, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Menurut menteri perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan *home industry* (industri rumahan).<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Presidenri, Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional, dalam <https://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program-revitalisasi-pasar-tradisional.html>. Diakses tanggal 10 januari 2023

<sup>9</sup>Ahmad Munir, “Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembang”, *Adilla : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, Vol,5. No,2. Juli 2022. h. 55

Adapun ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut: Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah, adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli, tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama, sebagian besar barang atau jasa yang ditawarkan berbahan lokal.

Berdasarkan Peraturan Departemen Perdagangan Nomor 70 Tahun 2007 tentang pengaturan, pengelolaan, dan pengembangan citra pasar tradisional di wilayah perkotaan dan perdesaan, pasar tradisional memiliki fasilitas fisik dan fasilitas non fisik. Pasar tradisional dapat dikatakan merupakan pasar yang paling sederhana.

Dalam pasar tradisional tidak terdapat peraturan yang ketat, hanya ada aturan antar pedagang saja. Hal tersebut yang menjadikan mudahnya para penjual masuk dan keluar pasar. Di dalam aturan pasar tradisional sangat memungkinkan beberapa pedagang berbeda menjual komoditas yang sama, misal sayur, ikan ataupun bahan-bahan dapur, karenanya pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pasar persaingan sempurna.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Ahmad Munir, "Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembang", *Adilla : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, Vol.5. No.2. Juli 2022. h. 57

### 3. Konsep Pasar

#### a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa.

Penjual termasuk juga industri yang menawarkan hasil produk dan jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda yaitu sebagai penjual dan pembeli.<sup>11</sup>

Sedangkan pasar dalam bahasa arab disebut *souq* (bentuk jamak: *aswaq* atau *aswak*) yang berarti tempat menjual sesuatu dan proses jual beli berlangsung. *Souq* sebuah konsep yang telah ditetapkan selama masa Rasulullah SAW, sebagai tempat penjualan terjadi, namun terkait dengan transaksi sendiri tidak pada tempat tersebut. Dengan demikian, pasar dalam islam dapat dijalankan di mana pun ketika terjadi suatu transaksi

---

<sup>11</sup>Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima* (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2007),h.6.

antara penjual dan pembeli dibawa kesepakatan bersama dengan syarat dan ketentuan berlaku.<sup>12</sup>

Pasar merupakan lembaga ekonomi dimana para pembeli dan para penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa. Jadi pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Ada dua unsur utama menentukan struktur pasar yaitu jumlah pembeli dan penjual di pasar dan tingkat kebakuan produk. Sebaiknya faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh:

- 1) Karakteristik produk. Jika produk-produk ini merupakan produk pengganti yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar semakin ketat.
- 2) Fungsi produk. Industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan keadaan (*increasing return scale*) yang uotputnya relative besar dibandingkan dengan permintaan total.
- 3) Pengaruh pembeli. Jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkat persaingan akan lebih rendah daripada jika pembelinya yang banyak.

Setiap hubungan yang terjadi antara pembeli dan penjual suatu barang atau jasa tertentu dalam jangka waktu tertentu telah merupakan pasar walaupun hubungan tersebut hanya

---

<sup>12</sup>Veithzal Rivai, dkk, *Islamic arketing Management* , (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h.2-3

dilakukan melalui alat komunikasi seperti telepon, internet, dan sebagainya.<sup>13</sup>

#### b. Jenis-Jenis Pasar

Berdasarkan pelaku pasar, pasar dapat dikelompokkan antara lain:

- 1) Pasar konsumen, adalah pasar di mana individu dan rumah tangga bisa membeli/memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi sendiri.
- 2) Pasar industrial, adalah di mana pihak-pihak yang membeli barang dan jasa digunakan kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.
- 3) Pasar *reseller*, adalah suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.
- 4) Pasar pemerintah, adalah yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah.<sup>14</sup>

Pasar dapat dibedakan menjadi beberapa kriteria:

##### a) Pasar Tradisional

Menurut menteri perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-

---

<sup>13</sup>Aulia Tasman dkk, *Ekonomi Manajerial Dngan Pendekatan Matematik* (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), h. 109

<sup>14</sup>Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Depok: Raja Grafindo, 2016), h. 72

produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home indutry (industri rumahan).

Adapun ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut: Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah, adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli, tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama, sebagian besar barang atau jasa yang ditawarkan berbahan lokal.

Pasar tradisional dapat dikatakan merupakan pasar yang paling sederhana. Dalam pasar tradisional tidak terdapat peraturan yang ketat, hanya ada aturan antar pedagang saja. Hal tersebut yang menjadikan mudahnya para penjual masuk dan keluar pasar. Di dalam aturan pasar tradisional sangat memungkinkan beberapa pedagang berbeda menjual komoditas yang sama, misal sayur, ikan ataupun bahan-bahan dapur, karenanya pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pasar persaingan sempurna.

#### b) Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau

dilayani oleh pramuniaga. Barang-arang yang dijual, selain bahan makan-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.<sup>15</sup>

c. Fungsi Pasar

Dalam Islam fungsi pasar bertujuan agar dapat mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat. Pasar memiliki tiga fungsi yaitu sebagai berikut :<sup>16</sup>

1) Pembentukan nilai harga

Pasar berfungsi untuk pembentukan harga (nilai) karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian saling menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga. Harga atau nilai ini merupakan suatu hasil dari proses jual beli yang dilakukan di pasar.

2) Pendistribusian

Pasar mempermudah produsen untuk mendistribusikan barang dengan para konsumen secara langsung. Pendistribusian barang dari produsen ke konsumen akan berjalan lancar apabila pasar berfungsi dengan baik.

---

<sup>15</sup>Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*,( Depok: Raja Grafindo,2016),h.73

<sup>16</sup>Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal.10.

### 3) Promosi

Pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen untuk memperkenalkan (mempromosikan) produk-produknya kepada konsumen. Karena pasar akan selalu dikunjungi oleh banyak orang meskipun tidak diundang.

## 4. 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. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harta 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'a n surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*” (Q.S.Al-Baqarah 2 : 275)<sup>17</sup>

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.<sup>18</sup>

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. Distorsi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak.<sup>19</sup> Oleh karena itu, mekanisme Islam dalam pasar adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan harga sangat dipengaruhi penawaran dan permintaan pasar.
- b. Transaksi yang terjadi antar pedagang dan pembeli adalah transaksi yang dilandasi oleh faktor suka sama suka.

---

<sup>17</sup> Al-Qur'an. 2:275; 16:58.

<sup>18</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2013),h. 201.

<sup>19</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2013),h. 203

- c. Disuatu pasar yang adil, tidak boleh ada intervensi dari pihak manapun.
- d. Pedagang boleh mengambil keuntungan baik itu imbalan atas usaha dan resiko, dengan syarat laba tidak berlebihan.
- e. Jangan sampai motivasi untuk mengambil keuntungan menjadi penghalang berbuat kebaikan terlebih untuk berbuat dzalim.
- f. Tidak boleh ada riba dan gharar (tambahan dan ketidakpastian).
- g. Permintaan Islam mencakup hal berikut:
  - 1) Permintaan hanya untuk barang-barang halal thoyyiban.
  - 2) Tidak ada permintaan barang untuk tujuan kemewahan dan kemubadziran.
  - 3) Permintaan untuk masyarakat miskin meningkat karena kewajiban zakat, anjuran infaq dan sedekah.
- h. Penawaran Islam mencakup hal berikut:
  - 1) Hanya barang-barang halal dan baik yang diproduksi.
  - 2) Produksi di prioritaskan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.
  - 3) Keputusan ekonomi tidak hanya mempertimbangkan *cost-benefit* di dunia tapi juga di akhirat.
  - 4) Perlindungan terhadap manusia, sumber daya alam dan lingkungan.

- i. Dalam Islam, ketidak sempurnaan di atas diakui dan di tambahkan dengan beberapa faktor lain penyebab distorsi pasar di antaranya:
- 1) Rekayasa permintaan dan penawaran
  - 2) *Ba'i najasy* : produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga yang tinggi, sehingga orang akan terpengaruh.
  - 3) *Ihtikar* : mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak beredar dipasar supaya harganya naik.
  - 4) *Tadlis / Penipuan* : baik secara kuantitas, kualitas, harga ataupun waktu penyerahan.
  - 5) *Tallaqi rukban*: pedagang membeli barang penjual sebelum masuk ke dalam pasar.<sup>20</sup>

## B. Pendapatan

### 1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikut sertaannya dalam proses produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah aset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan selain itu juga dapat di definisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atau jasa diikiti biaya-biaya sehingga diperoleh laba

---

<sup>20</sup>Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2013),h. 204-205

kotor.<sup>21</sup> Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia, karena sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha.

Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa. Pendapatan atau dapat disebut dengan keuntungan ekonomi merupakan pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah dikurangi biaya produksi. Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa.<sup>22</sup>

Menurut Boediono, pendapatan adalah hasil penjualan dari faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Faktor-faktor produksi tersebut dibeli untuk digunakan sebagai input proses produksi sesuai dengan harga yang berlaku dipasar produksi.<sup>23</sup>

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 bersama. Secara singkat

---

<sup>21</sup>Rudianto, *Pengantar Akuntansi, Adaptasi Ifrs*, (Jakarta: Erlangga , 2012), h. 48

<sup>22</sup>Ayu Indah Safitri, “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi Lampung*, UIN Raden Intan Lampung:2022,h.48.

<sup>23</sup>Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta, Bpfe-Yogyakarta, 2016), h. 132

pendapatan (*Income*) seorang warga masyarakat ditentukan oleh :

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun lalu dan warisan atau pemberian.
- b. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar.<sup>24</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh sekelompok orang atau masyarakat melalui aspek penjualan barang maupun jasa yang biasanya dilakukan oleh pedagang di pasar. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari pendapatan meliputi :

- 1) Penjualan
- 2) Keuntungan
- 3) Penghasilan

Tingkat pendapatan menjadi salah satu indikator yang menentukan maju tidaknya suatu daerah. Apabila pendapatan suatu daerah rendah maka dapat dikatakan bahwa rendah pula tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut. Begitupun sebaliknya, apabila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat

---

<sup>24</sup>Amanda Widya, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Temayang Bojonegoro Dalam Keadilan Perspektif Ekonomi ", *Skripsi*, IAIN Bojonegoro, hal 47.

kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut akan tinggi juga sesuai dengan tingkat pendapatannya.

Dari penjelesan diatas jelas bahwa setiap rumah tangga yang terdapat dalam perekonomian tiga sektor pada umumnya mereka memperoleh pendapatan dari kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar. Bagi rumah tangga, mereka akan mendapatkan pendapatan melalui faktor-faktor produksi. Untuk menjual barang dan jasa. Sedangkan rumah tangga pemerintah akan memperoleh pendapatan dari pajak maupun retribusi atas prasarana dan kebijakan yang sudah diberikan atau disediakan.

## 2. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu :

### a. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah aset 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.<sup>25</sup>

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut pendapat Samsul faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah antara lain:

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.

b. Keamanan dan Kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan yang cukup baik ini akan membuat konsumen lebih sering datang.

c. Modal

Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan, untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Sehingga dibutuhkan modal untuk membeli barang

---

<sup>25</sup>Amanda Widya, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Temayang Bojonegoro Dalam Keadilan Perspektif Ekonomi", *Skripsi*, IAIN Bojonegoro : fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, hal 49.

dagangan atau membayar biaya operasional agar pendapatan meningkat

d. Jumlah Pengunjung

Meningkatkan pendapatan pedagang tidak bisa lepas dari seberapa banyak jumlah kunjungan masyarakat ke pasar.<sup>26</sup>

4. 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.

---

<sup>26</sup> Samsul Ma'rif, "Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Banjarjo Ungaran Kabupaten Semarang", *Jurnal* vol.2, No. 2, 2013, h.3.

- c. Memposisikan harta sebagai obyek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan pertambahan atau pengurangan jumlahnya.
- d. Modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan.<sup>27</sup>

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:

- 1) 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.
- 2) 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.
- 3) 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.

---

<sup>27</sup>Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pemikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001), h.150.

- 4) Cara menutupi harga penjualan jual beli dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan kredit, dengan syarat adanya keridhoan diantara keduanya.<sup>28</sup>

### C. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari Bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) berarti "adat istiadat" atau "kebiasaan". Perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku.<sup>29</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etika dijelaskan dengan arti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga diartikan kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.<sup>30</sup>

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan

---

<sup>28</sup>Husein Syahatah, *Pokok-Pokok Pemikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001), h.167

<sup>29</sup>Irham Fahmi, *Etika Bisnis; Teori, Kasus dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.2

<sup>30</sup>Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 309.

menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis, kadangkala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Bisnis termasuk kata yang sering digunakan orang, namun tidak semuanya memahami kata bisnis secara tepat dan proporsional. Hughes dan Kapoor seperti dikutip oleh Buchari Alma menjelaskan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>31</sup>

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan atau karakter. Etika bisnis dalam Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Landasan yang digunakan oleh etika berbisnis yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan hadits. Pada awalnya etika berbisnis dalam Islam telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, secara etik berekonomi telah ditetapkan dalam Islam seperti halnya dalam bidang produksi,

---

<sup>31</sup>Fauziah Dinah Nur dkk, *etika bisnis syariah* (Malang : literasi Nusantara abadi 2019),h.4

distribusi dan konsumsi yang berkaitan dengan ekonomi telah diatur berdasarkan etika-etika Islam.<sup>32</sup>

Adapun bisnis Islam mengenai etika bisnis terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, surat asy-syu'ara ayat 181-184:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۖ وَأَنْفُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْجِبِلَّةَ الْأُولِينَ ۗ

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang terdahulu”*.(Q.S. asy-syura ayat 181-184).<sup>33</sup>

Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). Jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia hanya akan menjadi pendamping

---

<sup>32</sup>Ihna, Nilava, "Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri", *Jurnal At-Tamwil*, Vol.2, No.2, 2020. h, 143-145

<sup>33</sup>Al-Qur'an, 26: 181-184

Maisarah. Ia bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari pasar ke pasar atau tempat-tempat festival perdagangan. Berikut beberapa etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain:

*Pertama*, Ketuhanan, adalah konsep ketauhidan sebagai puncak dari Sistem nilai dan prinsip tata laksana kehidupan dunia dan akhirat begitupun dalam dunia bisnis. Ketuhanan merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik dan budaya menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

*Kedua*, kejujuran. Dalam melakukan transaksi bisnis Muhammad menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar al-Amīn (dapat dipercaya) yang diberikan masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Muhammad pada setiap harinya sebelum ia menjadi pelaku bisnis. Ia berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.<sup>34</sup>

*Ketiga*, Amanah, Amanah adalah salah satu sifat mulia yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. Sifat Amanah dapat

---

<sup>34</sup>Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Islamic Economics Journal*, Vol.19, No.1,2011. h, 145

menjadikan seseorang untuk lebih berhati-hati dalam melaksanakan bisnisnya. Sifat dan perilaku mengenai Amanah merupakan perintah yang telah di tegaskan oleh Allah SWT, yakni pada al-Qur'an surah An-nisa ayat 58 mengenai perintah untuk menjaga amanat yang telah diberikan oleh orang lain, sebagaimana disampaikan kepada orang yang berhak untuk menerimanya tanpa mengurangi atau melebihi isi dari amanat tersebut serta menegakkan hukum secara adil.

*Keempat*, kehendak bebas. Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis islam, tetapi kebiasaan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu di buka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Adapun kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Dalam jual beli yang dimaksud dengan kehendak sendiri, yaitu bahwa dalam

melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan atas kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri hukumnya adalah tidak sah.<sup>35</sup>



---

<sup>35</sup>Fauziah Dinah Nur dkk, *etika bisnis syariah* (malang : literasi Nusantara abadi 2019),h.8

#### D. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir