

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Pentingnya Pasar dalam Islam

Pasar ( السوق ) di definisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dan pembeli, dimana seorang pembeli datang ke pasar dengan membawa suatu permintaan barang tertentu untuk bertemu dengan penjual yang membawa penawaran barang yang sama juga. Dan hasil dari pertemuan tersebut akan menghasilkan kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang tingkat harga dan jumlah barang dalam transaksi. Jika terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli maka terjadilah ketetapan harga atas suatu barang dalam transaksi tersebut.<sup>16</sup> Pasar merupakan suatu tempat terjadinya mekanisme pertukaran barang atau jasa oleh penjual dan pembeli untuk menetapkan harga keseimbangan serta jumlah yang diperdagangkan. Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar.

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan khulafaurrasyidin menunjukkan adanya

---

<sup>16</sup> Jusmaliani, *Kebijakan Ekonomi dalam Islam*, (Yogyakarta: Krasi Wacana, 2015), hal. 198

peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil.

Pandangan Islam tentang pasar juga berdasarkan setiap bentuk ketidakadilan dilarang, yakni semua praktik perdagangan yang tidak sesuai atau menyimpang dari ketentuan-ketentuan agama. Secara singkat dapat disebutkan bahwa perdagangan yang Islami, atau yang mempunyai watak yang sesuai dengan ajaran Islam adalah apabila perdagangan tersebut berlandaskan norma-norma Islam, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Menegakkan perdagangan barang yang tidak haram.
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur.
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba.
- d. Menegakkan kasih sayang, nasihat dan mengharamkan monopoli untuk melipat gandakan keuntungan pribadi.
- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- f. Berprinsip bahwa perdagangan merupakan bekal untuk akhirat.

Apabila sektor perdagangan dipasar dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, maka antara pedagang dan pembeli akan tercipta keselarasan. Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.<sup>17</sup>

Dalam teori ekonomi islam, struktur pasar sangat penting. Karena terkait dengan harga yang akan diterima oleh konsumen. Struktur pasar akan memengaruhi tingkat efisiensi, jadi semakin tinggi jumlah pelaku dalam pasar, maka tingkat persaingan akan

---

<sup>17</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 158

semakin tinggi. Struktur pasar yang islami adalah pasar yang menciptakan tingkat harga yang adil. Adil dalam hal ini adalah tidak merugikan konsumen maupun produsen. Struktur pasar dalam islam didasarkan atas prinsip kebebasan, termasuk dalam melakukan kegiatan ekonomi.<sup>18</sup>

Salah satu fungsi adanya pasar dilihat dari segi ekonomi adalah untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan dari kegiatan pasar yang telah berjalan setelah penetapan harga antara pelaku pasar (penjual dengan pembeli). Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan.<sup>19</sup>

Islam tidak melarang seseorang pembisnis muslim untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari aktivitas bisnis, karena pada dasarnya semua aktivitas bisnis termasuk dalam aspek muamalah yang memiliki dasar kaidah membolehkan segala sesuatu sepanjang diperoleh dan digunakan dengan cara-cara yang dibenarkan syariah. Namun laba (keuntungan) dalam bisnis syariah tidak selalu identik dengan material, pertumbuhan aset atau harga. Laba dalam islam memiliki dua orientasi, yaitu material dan non material. Aspek material dimaknai dengan penambahan harta yang halal bersih dari seorang pembisnis muslim. Adapun aspek non material, laba sangat erat kaitannya dengan ketakwaan, kesabaran, bersyukur, mengikuti perintah Rasulullah SAW serta dipelihara dari kekikiran.

---

<sup>18</sup> Rohmat Subagiyo, *Ekonomi Mikro Islam*..... hal. 134

<sup>19</sup> Djojohadikusumo Sumitro, *Sejarah Pemikiran Ekonomi*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1990), hal.

## 2. Pengertian Pasar Secara Umum

Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian.

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.<sup>20</sup>

Pasar terdiri dari semua pembeli dan penjual yang mempengaruhi harga. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi yang telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item barang yang diperdagangkan untuk dievaluasi harga. Pasar dapat memiliki bentuk yang terpusat, abstrak atau tidak terpusat. Karakteristik yang paling penting agar sesuatu dapat disebut sebagai pasar adalah adanya pembeli dan penjual serta barang atau jasa yang diperjual belikan.

---

<sup>20</sup> Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hal. 143.

## a. Jenis-jenis Pasar

Pasar dapat dibedakan menurut beberapa kriteria :

### 1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat atau pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.<sup>21</sup>

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.

Pada umumnya pasar tradisional menjual beragam macam barang kebutuhan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, jasa dan lainnya.

---

<sup>21</sup> Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*, (Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2 Desember 2005), hal. 121

Pasar tradisional masih cukup banyak ditemukan di berbagai daerah-daerah di Indonesia. Pasar tradisional itu masih terus mencoba untuk bertahan menghadapi ancaman dari adanya pasar modern. Ada beberapa ciri-ciri pasar tradisional yaitu :

- a) Ada sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Merupakan salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- b) Tempat lokasi beragam dan menyatu lokasi yang sama. Dalam aktivitas perdagangan menggunakan tempat yang sama, meskipun itu barang yang didagangkan satu sama lain berbeda.
- c) Sebagian besar barang yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau negara.<sup>22</sup>
- d) Letaknya yang strategis, dimana sebagian besar pasar tradisional terletak dekat wilayah pemukiman, biasanya komoditi yang diperdagangkan adalah komoditi kebutuhan hidup sehari-hari.<sup>23</sup>
- e) Pembayaran langsung kepada penjual, dalam pasar tradisional pedagang sibuk melayani pembeli, dan pembeli langsung melakukan pembayaran kontang kepada penjual.

---

<sup>22</sup> Akhmad Mujahidin, *ibid*, hal. 122

<sup>23</sup> Reza Susanto dan Mumammad Yusuf, *Identifikasi Karakteristik pasar tradisional di wilayah Jakarta selatan (Studi Kasus: pasar Cipular, pasar Kebayoran lama, pasar Bata Putih, dan pasar Santa)*, (Jurnal Teknik Planologi Universitas Esa Unggul, Jakarta, vol. 1 no. 1, 2010), hal. 5

## 2) 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. Adapun ciri-ciri pasar modern yaitu sebagai berikut :<sup>24</sup>

- a) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (*contoh: by online*).
- b) Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*).
- c) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- d) Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar.
- e) Harga sudah tertera dan diberi *barcode*.
- f) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- g) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri.
- h) Ruang ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.

---

<sup>24</sup> Nel Arianty, *Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*, (*Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 13 no. 01 April 2013 ISSN 1693-7619), hal. 18

**b. Peranan Pasar**

Adapun pasar memiliki peranan, sebagai berikut :

- 1) Sebagai tempat untuk mempromosikan barang
- 2) Sebagai tempat untuk menjual hasil produksi
- 3) Sebagai tempat untuk memperoleh bahan produksi
- 4) Memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang kebutuhan
- 5) Sebagai tempat bagi konsumen untuk menawarkan sumber daya yang dimiliki
- 6) Sebagai penunjang kelancaran pembangunan
- 7) Sebagai sumber pendapatan negara

**c. Fungsi Pasar**

Dalam sistem ekonomi pasar mempunyai fungsi-fungsinya sendiri, yang mana dalam fungsi tersebut bertujuan untuk memuaskan perekonomian pasar. Dalam Islam fungsi pasar bertujuan agar dapat mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat. Pasar memiliki tiga fungsi yaitu sebagai berikut :<sup>25</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.

---

<sup>25</sup> Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal.10



## 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.

## 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.

### **3. Kebijakan Pemerintah tentang Revitalisasi Pasar**

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 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>26</sup>

Dalam upaya membangkitkan kembali citra pasar tradisional sebagai tempat yang ramai diisi oleh penjual dan pembeli yang saling bertransaksi, maka pemerintah merasa

---

<sup>26</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

perlu untuk melakukan revitalisasi pasar. Revitalisasi pasar disini perlu ditangani cepat karena melihat pertumbuhan pasar moderen 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.

Menurut Antariksa dalam Hery Suryadi, dkk, revitalisasi adalah upaya untuk mendaur ulang (*recycle*) dengan tujuan untuk memberikan vitalitas baru, meningkatkan vitalitas yang ada atau bahkan menghidupkan kembali vitalitas yang pernah ada, namun telah memudar.<sup>27</sup>

Revitalisasi adalah kegiatan atau upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran.<sup>28</sup> Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Sementara itu Danisworo dalam Purwantiasning menyatakan proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi, aspek manajemen dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan.<sup>29</sup> 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 formalitas yang memerlukan adanya

---

<sup>27</sup> Hery Suryadi, dkk, *Kebijakan Revitalisasi Kawasan Pasar Bawah Sebagai Kawasan Wisata Cagar Budaya di Kota Pekanbaru*, (Pekanbaru : Fisip UR, 2013), hal. 60

<sup>28</sup> Ari Widyati Purwantiasning, *Kajian Revitalisasi Pada Bantaran Sungai Sebagai Upaya Pelestarian Bangunan Tua Bersejarah Studi Kasus: Kawasan Malaka, Malaysia*, (Universitas Muhammadiyah Jakarta, Prosiding SNTT FGDT 2015 ISSN: 2339-028x, 2015), hal. 14

<sup>29</sup> *Ibid.*, hal. 16

partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas.<sup>30</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, system 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>31</sup>

b) Rehabilitasi ekonomi

Perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal, sehingga mampu memberikan nilai tambah kawasan.<sup>32</sup>

c) Rehabilitasi manajemen

Revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara

---

<sup>30</sup> Laretna Adisakti, *Revitalisasi Kawasan Pusaka*..... hal. 89

<sup>31</sup> Asep Syahri Romadhan, *Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*, (Universitas Riau, Jom FISIP Volume 4 No.1 Februari 2017), hal. 4

<sup>32</sup> *Ibid.*, hal. 5

penempatan dan pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia dipasar standar operasional prosedur pengelolaan dan pelayanan pasar.<sup>33</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 berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat. Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.<sup>34</sup>

Dalam penyelenggaraan perlindungan, pemberdayaan pedagang pasar tradisional dan penataan pasar modern, dilaksanakan berdasarkan atas asas Undang-undang Nomor 3 tahun 2008 tentang Perlindungan pemberdayaan pedagang pasar tradisional dan penataan pasar modern. Pemerintah dan pemerintah daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugas masing-masing melakukan pembinaan, pemberdayaan dan pengawasan pasar tradisional, pusat pembelian dan toko modern. Dalam rangka pembinaan dan pemberdayaan pedagang tradisional, pemerintah daerah.<sup>35</sup>

- 1) Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pedagang pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Meningkatkan kompetensi perdagangan dan pengelola pasar tradisional.

---

<sup>33</sup> presidenri, Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional, dalam <http://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program-revitalisasi-pasar-tradisional.html>. Diakses tanggal 10 Januari 2019

<sup>34</sup> *Ibid*

<sup>35</sup> Ainur Rofiq Adnan, *Konsep Pengentasan Kemiskinan dalam Pandangan Yusuf Qardhawi*, (Jurnal Populis, 2007), hal. 72

- 3) Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilaksanakan renovasi atau relokasi tradisional.
- 4) Mengevaluasi pengelolaan pasar tradisional

Lokasi pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat diprioritaskan atau diutamakan untuk pasar yang telah berumur lebih dari 25 tahun, pasar yang mengalami bencana kebakaran, pasca bencana alam dan konflik sosial, daerah tertinggal, perbatasan, atau daerah yang minim sarana perdagangannya, serta daerah yang memiliki potensi perdagangan besar.

Tujuan dari revitalisasi pasar adalah guna meningkatkan pendapatan para pedagang dan juga pelaku ekonomi yang ada di masyarakat. Selain itu juga untuk memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman. Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut, maka revitalisasi pasar rakyat yang dilakukan oleh Kemendag RI bukan hanya dari sisi perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya dan manajemen. Selain itu, Kemendag RI juga menganjurkan kepada para pemerintah daerah yang tengah membangun dan merevitalisasi pasar-pasar rakyatnya untuk merujuk pada Standar Nasional Indonesia (SNI) yang telah ditetapkan untuk Pasar Rakyat.<sup>36</sup>

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

---

<sup>36</sup> Kemendag, *Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat*, dalam <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx>. Diakses tanggal 08 Januari 2019

#### 4. Tinjauan Umum Tentang Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).<sup>37</sup> Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu masyarakat dalam periode tertentu.

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.<sup>38</sup>

Boediono mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi.<sup>39</sup> Harga faktor produksi di pasar ditentukan oleh saling Tarik menariknya antara penawaran dan permintaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang terima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produkso yang telah disumbangkan.

Secara singkat pendapatan (*income*) seorang warga masyarakat ditentukan oleh :

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki bersumer pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun lalu dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar.

---

<sup>37</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hal. 185

<sup>38</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal 37

<sup>39</sup> Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 1982), hal. 170

### a. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu :<sup>40</sup>

#### 1) 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.

#### 2) 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.

#### 3) Pendapatan Personal

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

Menurut Tohar dan Nurhayati cara memperoleh pendapatan dibedakan menjadi 2 yaitu :<sup>41</sup>

- 1) Pendapat kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

---

<sup>40</sup> Pratama Raharja, (*Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002), hal.

<sup>41</sup> *Ibid.*

- 2) Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

**b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain :

1) Modal

Sumber modal UMKM berasal dari pribadi, kredit bank, campuran antara keduanya, atau kredit informal lain (Struyk, 2011). Modal usaha digunakan untuk menunjang kelancaran operasional perusahaan (Ahiawodzi, 2012). Riyanto (2002) menambahkan bahwa modal sebagai barang nyata yang dimiliki oleh perusahaan yang terdapat di buku neraca rumah tangga perusahaan.

2) Lama Usaha

Dalam menjalankan usaha perdagangan, lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan ( Utama, 2012). Lamanya suatu usaha dapat menciptakan pengalaman berusaha, melalui pengalaman pedagang secara langsung mengetahui selera yang diinginkan oleh relasi bisnis (Asmie, 2008). Jangka waktu pembukaan usaha perdagangan mempengaruhi tingkat pendapatan, karena berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas dan kinerja pedagang sehingga menambah efisiensi dan menekan biaya produksi (Firdausa, 2013).

3) Jam Kerja

Jam kerja merupakan curahan waktu yang digunakan oleh individu dalam melaksanakan kegiatan bekerja untuk memperoleh penghasilan. Ketersediaan tenaga kerja untuk menghabiskan jam kerja dengan waktu yang panjang atau pendek merupakan keputusan tenaga kerja itu sendiri (Sukirno, 2006). Jam buka kios



pedagang pasar seni mempengaruhi jumlah tamu yang terlayani, sebab pembeli tidak dapat ditentukan jam kedatangannya (Nama Artawa, 2012).

#### 4) Fasilitas Parkir

Ketersediaan fasilitas parkir khususnya lahan parkir merupakan pelayanan prasarana umum karena parkir berperan penting dalam kelancaran sistem transportasi di daerah perkotaan maupun pedesaan. Menurut Tiasta (2012) parkir yaitu kondisi tidak bergerak kendaraan yang bersifat sementara pada titik lokasi yang sudah ditentukan. Terciptanya kondisi fasilitas parkir yang aman serta nyaman diharapkan dapat meningkatkan perekonomian pada pasar-pasar seni tradisional (Nama Artawa, 2012).

#### 5) Letak Strategis

Pemilihan letak lokasi perdagangan harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Menurut Vera, (2012) jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi memenangkan kompetisi yaitu memilih lokasi yang strategis sebab pedagang dengan lokasi strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah kajian hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kegunaan penelitian terdahulu adalah untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan serta untuk melihat persoalan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ar Rosyid menjelaskan bahwa pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional Ir Soekarno telah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Pemerintah Daerah Kabupaten Sukoharjo terhadap pelayanan pasar tradisional. Dengan pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional yang telah selesai, kita dapat merasakan berbagai peningkatan fasilitas di dalam dan di luar pasar tradisional Ir Soekarno. Selain penambahan fasilitas yang telah diberikan, tentu saja peningkatan kualitas pelayanan pengelolaan pasar juga harus diutamakan. Hal tersebut ditandai dengan penambahan petugas pasar. Dengan hadirnya pasar tradisional Ir Soekarno dengan wajah baru diharapkan masyarakat, terutama para pedagang pasar tradisional tidak ragu lagi untuk menjaga eksistensi pasar tradisional dan tidak panik dengan menjamurnya pasar modern. Beberapa kekurangan pasar tradisional yang selama ini terdengar ditelinga kita seperti pasar yang kotor, becek, semrawut, banjir, tidak tertata dan lain sebagainya mulai sekarang ini kita berikan dengan citra yang positif. Jika kita melihat kebelakang, masa lalu pasar yang becek, kotor, semrawut dan tidak tertata, sekarang dapat melihat perbedaan yang signifikan. Tidak sedikit para pedagang yang juga puas dengan pelayanan kebersihan pasar setelah revitalisasi ini selesai. Namun yang paling penting adalah bagaimana cara kita untuk menjaga pasar tradisional Ir Soekarno ini agar tetap bersih dan terjaga kerapiannya.<sup>42</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini, dkk menyimpulkan bahwa dampak yang ditimbulkan oleh revitalisasi yaitu dari segi bangunan menjadi lebih bagus, lebih bersih, tidak banjir lagi jika hujan. Tetapi dari segi pendapatan, tidak semua pasar menjadi

---

<sup>42</sup> Humam Mujahidin Arrosyidi. *Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Ir. Soekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. (Semarang: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2016)

ramai setelah direvitalisasi, contohnya pasar Bulu, banyak pedagang yang mengeluhkan kondisi pasar yang sepi pengunjung yang menyebabkan penghasilan berkurang, tetapi hal tersebut berbeda dengan pasar Rasamala, sebagian besar pedagang di Rasamala menyebutkan bahwa pasar yang baru dengan yang lama hampir sama dari segi pendapatan.<sup>43</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti menyimpulkan bahwa adanya korelasi yang kuat antara revitalisasi dengan pendapatan pedagang, dengan arah positif. Makna positif menunjukkan semakin baik revitalisasi maka, akan semakin tinggi tingkat pendapatan pedagang sebaliknya, semakin buruk revitalisasi maka, akan semakin rendah tingkat pendapatan pedagang. Kemudian semakin tinggi kualitas revitalisasi semakin tinggi pula pendapatan pedagang yang ada di Pasar Manis Purwokerto.<sup>44</sup>
4. Penelitian yang dilakukan oleh Rivai mengemukakan bahwa hamper seluruh aspek fisik yang ada di Pasar Jongke mengalami peningkatan yang cukup baik. Segala keluhan yang disampaikan masyarakat sudah dibenahi. Revitalisasi juga memberikan pengaruh terhadap pendapatan dan juga jenis barang yang diperdagangkan. Hal ini dibuktikan dengan ada Sebanyak 11 orang (39,3%) pedagang kios memperoleh pendapatan rata-rata 1.900.000 per bulannya yang sebelumnya hanya 800.000. Sedangkan sebanyak 16 orang (38%) pedagang los memperoleh pendapatan rata-rata 1.350.000 per bulannya yang sebelumnya memperoleh pendapatan 800.000 dan sebanyak 15 orang (41,7%) pedagang oprokan memperoleh pendapatan rata-rata

---

<sup>43</sup> Gita Anggraini, dkk., Standar Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kota Semarang). (*JURNAL KARYA TEKNIK SIPIL, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016*)

<sup>44</sup> Wiwi Wijayanti, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Rakyat Terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Manis Purwokerto)*. (Purwokerto: Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto, 2017)

- 800.000 per bulannya yang semula hanya 450.000. Hal ini membuktikan bahwa revitalisasi memberikan pengaruh yang cukup besar bagi pendapatan para pedagang.<sup>45</sup>
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ferliana menyimpulkan bahwa Program revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah di Pasar Tugu merupakan langkah yang tepat, tetapi dalam pengelolaan manajemen pasar tidak ada sehingga pelaksanaan revitalisasi yang telah dilakukan dianggap kurang tepat. Kondisi pasar yang semakin memburuk mempengaruhi pendapatan pedagang. Secara umum kondisi semakin Pasar Tugu setelah adanya pelaksanaan revitalisasi pasar secara aspek fisik menjadi lebih baik. Namun dalam manajemen pengelolaan pasar yang tidak baik membuat kondisi pasar menjadi semakin buruk. Pengaruh terhadap pendapatan pedagang, sebagian besar dari pedagang merasakan menurunnya pendapatan pedagang. Tidak adanya pengawasan, pasar yang tidak teratur, dan sarana prasarana yang memburuk membuat konsumen menjadi sepi.<sup>46</sup>
  6. Penelitian yang dilakukan oleh Ayoga menyimpulkan bahwa dampak dari adanya program revitalisasi pasar di Pasar Masaran Cawas yaitu pendapatan pedagang meningkat sesudah adanya program revitalisasi. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan metode pengolahan data menggunakan SPSS yang menyimpulkan bahwa rata-rata pendapatan pada pedagang sebelum dilaksanakannya program revitalisasi sebesar Rp. 7.141.277 dan pendapatan pedagang sesudah dilaksanakannya revitalisasi sebesar Rp. 9.012.111. Ini berarti bahwa terjadi kenaikan rata-rata

---

<sup>45</sup> Fandy Ahmad Rivai, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivitas Perdagangan Di Pasar Jongke Kecamatan Laweyan Kota Surakarta*, (Universitas Muhammadiyah Surakarta: Program Studi Geografi Fakultas Geografi, 2017)

<sup>46</sup> Veka Ferliana. *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung)*, (Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Intan Lampung, 2018)

pendapatan pedagang sebesar Rp. 1.870.833. sehingga dapat dinyatakan bahwa adanya program revitalisasi pasar tradisional mempengaruhi pendapatan para pedagang di Pasar Masaran Cawas.<sup>47</sup>

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mirah dan Ketut , dengan judul “*Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan*”. Dengan sampel sebanyak 78 pedagang dari total seluruhnya 338 populasi dengan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Agung Peninjoan tergolong cukup efektif berdasarkan perhitungan kumulatif efektivitas yaitu sebesar 71,79 persen. Program revitalisasi pasar tradisional memberikan dampak positif dan signifikan bagi kondisi fisik, tata kelola pasar, peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Agung Peninjoan.<sup>48</sup>
8. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nikmah, pada penelitiannya berjudul “*Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Perdagangan dan Kepuasan Pembeli di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo*”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk dampak terhadap pendapatan pedagang. Hasil pengujian koefisien linier berganda menunjukkan bahwa modal, jam kerja dan tanggungan anak signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Asembagus. Hal ini mengindikasikan bahwa jika modal, jam kerja dan tanggungan

---

<sup>47</sup> Aditya Debby Ayoga, *Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang di asar Masaran Cawas (Studi Kasus di Pasar Masaran Cawas Kabupaten Klaten)*, (Universitas Sebelas Maret Surakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

<sup>48</sup> A. A Mirah Pradnya Paramita dan A. A Ketut Ayuningsasi, *Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan, (Studi Kasus di Pasar Agung Peninjoan)*, (Universitas Udayana : Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi) E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA Vol. 2, No. 5, Mei 2013

- anak memiliki nilai positif, maka akan memberikan pengaruh dalam meningkatkan pendapatan pedagang Pasar Asembagus. Hasil distribusi frekuensi dari kenyamanan, keamanan, keindahan dan kebersihan pada pasar Asembagus setelah direvitalisasi yaitu bernilai sangat tinggi sehingga masyarakat merasa sangat puas dengan adanya revitalisasi pasar tradisional.<sup>49</sup>
9. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juliarta dengan judul “*Analisis Efektifitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang*” sampel yang digunakan sebanyak 65 responden dari total 189 populasi dengan metode *accidental sampling*. Menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa keterangan tentang lokasi penelitian dan mengenai regulasi pemerintah dalam merevitalisasi pasar tradisional. Data kuantitatif antara lain berupa jumlah pedagang pasar yang terdaftar di kantor Pasar Nyanggelan Panjer. Menunjukkan hasil penelitian bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Nyanggelan Desa Pakraman Panjer tergolong berjalan sangat efektif berdasarkan perhitungan kumulatif efektifitas yaitu sebesar 89,89 persen dan memberikan dampak positif bagi pengelola pasar, jumlah pengunjung dan pendapatan pedagang.<sup>50</sup>
10. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradipta, penelitian dengan judul “*Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang di Kota Denpasar*”. Penelitian dilakukan di 10 pasar yang telah direvitalisasi

---

<sup>49</sup> Rohmatun Nikmah, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Perdagangan dan Kepuasan Pembeli di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo*, (Studi Kasus di Pasar Tradisional Asembagus, Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo), (Universitas Jember : Fakultas Ekonomi )

<sup>50</sup> I Made Guna Juliarta, *Analisis Efektifitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang*, (Studi Pada Pasar Nyanggelan Desa Pakraman Panjer), (Universitas Udayana : Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

dengan jumlah sampel 100 yang merupakan sebagian pedagang dari 10 pasar tersebut. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel revitalisasi pasar dan sumber daya pedagang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pedagang. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja pedagang di Kota Denpasar adalah variabel revitalisasi pasar.<sup>51</sup>

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas dapat diketahui terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan dari adanya program revitalisasi pasar. Kesamaan dari penelitian di atas meliputi bangunan yang lebih bagus dan bersih, serta merasakan peningkatan fasilitas dan kualitas pasar. Namun tidak semua program revitalisasi tidak semua berdampak positif, adapun perbedaannya meliputi masih ada pasar yang belum mempunyai pengelolaan manajemen pasar sehingga pasar tidak teratur yang mengakibatkan konsumen sepi yang berdampak pada menurunnya penghasilan pedagang.

---

<sup>51</sup> A. A Gede Prathiwa Pradipta, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang di Kota Denpasar*, (Studi di Pasar Tradisional Kota Denpasar), (Universitas Udayana : Fakultas Ekonomi dan Bisnis)