

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Pasar

1. Menurut Philip Kotler yang melihat arti pasar dalam beberapa sisi antara lain :
  - a) Dalam pengertian aslinya: Pasar adalah suatu tempat fisik di mana penjual pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
  - b) Bagi seorang ekonomi: Pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang/ jasa tertentu. Dalam hal ini para ekonomi memang lebih tertarik struktur, tingkah laku dan performans dari masing-masing pasar ini.
  - c) Bagi seorang pemasar: Pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari pada suatu produk.
2. Menurut Drs. Yo Wijayakusumah, pasar dapat diartikan dalam beberapa pengertian dasar yaitu:
  - a) Sebagai tempat di mana jual beli dilaksanakan
  - b) Sebagai daerah di mana suatu perbekalan/ daerah dari man perbekalan/ persediaan tertentu berasal
  - c) Sebagai lembaga tertentu atau saluran yang mengharuskan proses marketing.
  - d) Sebagai sekelompok rumit yang mengakibatkan suatu harga tertentu dibayar untuk penyerahan barang atau service tertentu

- e) = Sebagai sekelompok pembeli baik aktual ataupun prospektif untuk suatu macam/ jenis barang/ service tertentu dari suatu daerah tertentu  
 = sebagai jumlah keseluruhan dari barang atau jasa yang dibeli dalam suatu jangka waktu tertentu oleh penduduk dari suatu daerah

Dari definisi-definisi yang dikemukakan di atas, secara keseluruhan dapat diketahui, bahwa besar/ luasnya pasar sangat tergantung pada banyaknya pembeli yang mungkin ada untuk suatu tawaran tertentu. Dengan demikian mereka yang ada di pasar, pada dasarnya memiliki 3 karakteristik tertentu, yakni: minat, pendapatan dan akses

#### 1. Minat

Langkah yang harus dilakukan oleh pemasar berkaitan dengan minat adalah mengestimasi jumlah konsumen yang mempunyai minat potensial untuk membeli barang/ jasa yang dihasilkan untuk mendapatkan hal tersebut, pemasar harus melakukan suatu penelitian pasar untuk mendapatkan suatu kepastian tentang minat yang kuat untuk mendapatkan sesuatu dari yang kita hasilkan.

Hal ini perlu dilakukan, karena untuk mendapatkan pasar yang potensial adalah usaha kita untuk mengetahui himpunan konsumen yang menyatakan minat pada suatu tawaran pasar tertentu

#### 2. Pendapatan

Keberhasilan pemasar dalam mendapatkan data tentang minatkonsumen pada prinsipnya belum cukup untuk menentukan suatu pasar, karena yang disebut konsumen potensial harus memiliki pendapatan yang memadai untuk membeli suatu produksi yang ditawarkan. Mereka

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus sanggup dan mampu untuk membeli suatu produksi dengan harga tertentu baik tinggi, menengah maupun rendah.

### 3. Akses

Yang ketiga yang harus diperhatikan dalam pemasaran adalah hambatan atau perintang jangkauan mengurangi luasnya pasar.

Sebagai misal, apabila suatu produk tidak didistribusikan pada suatu daerah tertentu karena ongkos angkutannya tinggi, maka daerah tersebut konsumen potensial bagi pemasar

Dengan demikian pasar yang tersedia adalah himpunan konsumen yang mempunyai: minat, pendapatan dan akses terhadap suatu tawaran pasar tertentu<sup>11</sup>

Pengertian Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Artinya juga di dalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Pendapat ini tidak salah karena pengertian masyarakat memang demikian adanya. Namun dalam praktiknya pengertian pasar dapat lebih luas lagi. Artinya pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat untuk melakukan transaksi, tetapi cukup melalui sarana elektronik seperti telepon, faksimili atau melalui internet. Dalam pengertian awal pasar memiliki lokasi

<sup>11</sup> Marios P. Angipora, *Dasar-dasar pemasaran*, Cet 2 ( Jakarta PT RajaGrafindo persada, 2002 ). 73-74

atau tempat tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi. Namun dalam pengertian pasar dapat terjadi di sembarangan tempat melalui berbagai sarana dan prasarana yang ada.

Pengertian yang luas tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar juga dapat di artikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan- kekuatan permintaan dan penawaran.

Dari pengertian ini mengandung arti bahwa pasar kumpulan atau himpunan dari para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Pasar juga mengandung arti adanya kekuatan permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.

Pasar nyata maksudnya adalah himpunan konsumen yang mempunyai minat pendapatan dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Dalam pasar nyata biasanya konsumen pasti melakukan transaksi, hal ini disebabkan konsumen didukung dengan minat atau keinginan untuk membeli serta memiliki pendapatan atau akses, namun suatu saat apabila telah memiliki pendapatan dan ada akses mereka akan membeli, sehingga kelompok ini merupakan kelompok potensial.

Perbedaan kedua pasar ini sangat jelas, jika dalam pasar nyata pembeli memiliki minat atau keinginan untuk membeli dengan didukung oleh akses dan pendapatan. Sedangkan dalam pasar potensial pembeli hanya memiliki minat, namun tidak didukung oleh kemampuan maupun akses untuk membeli di masa yang akan datang, apabila memiliki pendapatan dan akses

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemudian yang dimaksud permintaan adalah keinginan yang didukung oleh daya beli dan akses untuk membeli,. Artinya permintaan akan terjadi apabila didukung oleh kemampuan yang dimiliki seseorang konsumen untuk membeli. Kemampuan tersebut di ukur dari tingkat pendapatan yang dimiliki. Akses untuk memperoleh barang atau jasa yang ditawarkan juga sangat menentukan permintaan itu sendiri terutama masalah lokasi yang mudah dijangkau atau pihak perusahaan melakukan distribusi secara benar. Permintaan juga dapat diartikan jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah:

- a) Harga barang itu sendiri
- b) Harga barang lain yang memiliki hubungan ( barang pengganti atau barang pelengkap )
- c) Pendapatan
- d) Selera
- e) Jumlah penduduk
- f) Dan faktor khusus ( akses)

Selanjutnya pengertian penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang di tawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu, faktor- faktor yang mempegaruhi penawaran suatu barang atau jasa adalah:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang memilki hubungan ( barang pengganti atau barang pelengkap) .

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Teknologi
4. Dan faktor khusus ( ongkos produksi ).
5. Tujuan perusahaan
6. Dan faktor khusus akses<sup>12</sup>

a) **Jenis-Jenis Pasar**

Pada dasarnya pasar dibagi dalam beberapa golongan yaitu sebagai berikut:

1. Pasar berdasarkan wujudnya
  - a. *Pasar konkret ( pasar nyata)* merupakan pasar yang menunjukkan suatu tempat terjadinya hubungan secara langsung ( tatap muka) antara pembeli dan penjual. Barang yang diperjual belikan pun berada di tempat tersebut. Misalnya pasar-pasar tradisional dan swalayan.
  - b. *Pasar abstrak ( tidak nyata)* merupakan pasar yang menunjukkan hubungan antara penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung, barangnya tidak secara langsung dapat diperoleh pembeli. Misalnya, pasar modal di Bursa Efek Indonesia.
2. Berdasarkan Waktu Terjadinya
  - a. *Pasar Harian* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap hari, misalnya pasar pagi, toserba, dan warung-warung.
  - b. *Pasar mingguan* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu minggu sekali. Misalnya pasar senin atau pasar minggu yang ada di daerah pedesaan

<sup>12</sup> Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis* , ( Jakarta Kencana, 2003), h. 62-72

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. *Pasar bulanan* merupakan pasar yang melakukan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu bulan sekali. Dalam aktivitasnya bisa satu hari atau lebih. Misalnya, pasar yang biasa terjadi di depan kantor-kantor tempat pensunan atau purnawirawan yang mengambil uang tunjangan pensiunannya tiap awal bulan.
  - d. *Pasar tahunan* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu tahun sekali. Kejadian di pasar ini biasanya lebih dari satu hari, bahkan bisa mencapai lebih dari satu bulan. Misalnya Pekan Raya Jakarta, pasar malam, dan pameran pembangunan.
  - e. *Pasar temporer* merupakan pasar yang terjadi sewaktu-waktu dalam waktu yang tidak tentu (rutin) pasar ini biasanya terjadi pada peristiwa tertentu. Misalnya pasar murah, bazar, dan pasar karena ada perayaan kemerdekaan RI.
3. Berdasarkan Luas Jangkauannya
    - a. *Pasar lokal* merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah tertentu saja.
    - b. *Pasar nasional* merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah dalam suatu negara. Misalnya, pasar kayu putih di Ambon dan pasar tembakau di Deli.
    - c. *Pasar internasional* penjual dan pembeli dari berbagai negara. Misalnya pasar tembakau di Bremen Jerman.
  4. Berdasarkan Hubungan Dengan Proses Produksi
    - a. *Pasar output (pasar produksi)* merupakan pasar yang memperjual belikan barang-barang hasil produksi (biasanya dalam bentuk jadi).

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Pasar input* ( *pasar faktor produksi*) merukan interaksi antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa sebagai masukan pada suatu proses produksi ( sumber daya alam, berupa bahan tambang, hasil pertanian, tanah, tenaga kerja, dan barang modal ).
5. Berdasarkan Strukturnya ( Jumlah Penjual Dan Pembeli)
- a. *Pasar persaingan sempurna* merupakan sebuah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produki yang dijual bersifat homogen. Harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar inididak dapat mempengaruhi harga dan hanya berperan sebagai penerima harga ( *price taker*). Barang dan jasa yang dijual di pasar ini bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan. Semua produk terlihat identik.
    - a) ciri-ciri pasar persaingan sempurna
      - 1) Banyak penjual/ produsen
      - 2) Barang yang diperjualkan/dihasilkan homogen
      - 3) ada kebebasan masuk dalam pasar/ industri
      - 4) Penjual dan pembeli secara individu tidak dapat mempengaruhi harga
      - 5) Harga ditentukan oleh mekanisme harga
      - 6) Penjual atau pembeli mengetahui sepenuhnya informasi pasar.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Mahdar Ernita, *Teori Ekonomi Mikro*, (Pekanbaru, Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h. 51



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Pasar Persaingan tidak sempurna, yaitu terdiri atas:
  - 1) *Pasar monopoli* ( dari bahasa Yunani: monos, satu+ polein, menjual) adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai” monopolis”.
  - 2) *Pasar Oligopoli* adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.
  - 3) *Pasar persaingan monopolistik* adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek, penjual pada pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki karakter ter sendiri yang membedakannya dengan produk lainnya. Contohnya adalah ; shampoo, pasta gigi, dan lain-lain. Meskipun fungsi semua shampoo sama yakni untuk membersihkan rambut, tetapi setiap produk yang duhasilkan produsen yang berbeda memiliki ciri khusus, misalnya perbedaab aroma, perbedaan warna, kemasan, dan lain-lain.
  - 4) *Pasar monopsoni* merupakan bentuk pasar yang terlihat dari segi permintaan atau pembelinya. Dalam hal ini pembeli memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Dalam pengertian ini, pasar monopsoni adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran dimana permintaannya atau pembeli hanya satu perusahaan.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) *Pasar oligopsoni* adalah bentuk pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen. Contoh Telkom, indosat, Mobile-8, excelcomindo adalah beberapa perusahaan pembeli infrastruktur telekomunikasi seluler.

Ada empat jenis/ tipe pasar tersebut adalah:

1. Pasar konsumen ( *consumer market* )

Pasar ini terdiri dari perorangan atau rumah tangga yang membeli atau memperoleh produk ( barang atau jasa ) untuk dikonsumsi atau dipakai sendiri dan tidak untuk diperdagangkan. Para konsumen secara rasional akan membeli produk dengan pertimbangan kualitas, yaitu dapat dipakai dengan baik, dapat meningkatkan efisiensi atau harga yang paling murah.

2. Pasar produsen ( *producer market* )

Pasar ini terdiri dari perorangan atau organisasi yang membeli atau memperoleh produk ( barang dan jasa) untuk digunakan dalam proses produksi atau operasi lebih lanjut, yang kemudian hasilnya di jual atau disewakan kepada pihak lain.

3. Pasar Perdagangan ( *reserler market* )

Pasar ini terdiri dari perorangan atau organisasi yang biasa disebut pedagang perantara, yaitu dealer dan distributor, yang terdiri dari pedagang besar pengecer dan pedagang perantara lainnya, yang membeli produk ( barang atau jasa) untuk di jual lagi kepada produsen, pedagang lainnya, atau konsumen akhir

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Pasar Pemerintah ( *Government Market* )

Pasar ini terdiri dari instansi pemerintah, yang membeli atau menyewa produk untuk membantu atau melaksanakan fungsi operasional dalam pemerintahan. Instansi pemerintah dalam hal ini terdiri dari instansi pemerintah pusat, instansi pemerintah daerah tingkat dua, kecamatan dan kelurahan .<sup>14</sup>

Dalam pandangan islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal dan ditempatkan dalam posisi yang proporsional,<sup>15</sup> pasar di jadikan katalisator hubungan *transcendental* muslim dengan tuhannya. Dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Islam juga menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang syah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal.<sup>16</sup>

#### b) Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar bearti cara kerja pasar yang merupakan sarana penyedia kebutuhan-kebutuhan hidup dan sekaligus tempat para konsumen dan produsen mengadakan transaksi jual beli.<sup>17</sup>

Dalam mekanisme pasar, akan bertemu dua pihak yang saling membutuhkan satu sama lain, yaitu produsen dan konsumen

<sup>14</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: Rajagrafindo, 1996), Cet.5, hal. 136-138

<sup>15</sup> Mawardi, *Ekonomi Islam*, ( Pekanbaru: Alaf Riau Graha UNRI PRESS, 2007. Cet .1. h.99

<sup>16</sup> Hukum Islam( *Journal For islamic low*, ( Pekanbaru, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, 2005). Cet .2.h.121

<sup>17</sup> Hamzah Ahmad dan Ananda Santoso, *Kamus Bahasa Indonesia*, ( Surabaya: Fajar Mulya, 1996),. Cet .2.h. 250

Berikut ini akan dipaparkan bagaimana aktivitas produsen dan konsumen

a. Aktivitas produsen

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan corak permintaan konsumen, selain itu, lazimnya produsen akan selalu berusaha untuk memaksimalkan keuntungan

Meskipun demikian, apabila aktivitas produsen di pengaruhi oleh semangat ruh islam, maka aktivitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan diselaraskan dengan norma-norma yang ada dalam ketentuan syariat

b. Konsumen

Pada umumnya konsumen bersifat memaksimumkn ke puasanya. Dalam hal ini, Walker.R, lewat bukunya from economic theory to policy (dalam muhammad najatullahsiddiq, 1991: 94, menyatakan rasionalisasi ekonomi beranggapan bahwa para konsumen berusaha memaksimumkan kepuasan mereka, termasuk aliran ekonomi tempo dlu menggunakan istilah ini dalam pengertian khusus yang sama sekali bukan tidak mengandung makna tertarik.<sup>18</sup>

Akan halnya konsumen yang dipengaruhi oleh semangat islam, pada asas konsumen juga maksimumkan kepuasaannya, kepuasan ini bukanlah kepuasan yang bebas, tetapi kepuasan yang memicu semangat kepada islam.

<sup>18</sup> Suhardi, *Hukum Ekonomi Islam*, ( Jakarta, Grafika offset 2012), h, 24-26

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## 1. Beberapa Kebaikan Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor-faktor produksi dengan cukup efisien dan dapat mendorong perkembangan ekonomi disebabkan karena ia memiliki beberapa kebaikan yang dijelaskan di bawah ini.

## a. Pasar Dapat Memberi Informasi Yang Lebih Tepat

Para pengusaha melakukan kegiatan memproduksinya untuk mencari untung, maka salah satu pertimbangan yang harus mereka sebelum menjalankan usahanya adalah menentukan jenis barang-barang yang dapat dihasilkan secara menguntungkan, pasar dapat memberikan informasi yang sangat berguna dalam hal ini, yaitu dengan memberikan keterangan tentang harga barang dan sampai di mana besarnya permintaan kepada pebagai barang.

## b. Pasar Memberi Perangsang Untuk Mengembangkan Kegiatan Usaha

Keadaan dalam pasar terus menerus mengalami perubahan, penambahan pendapatan, kemajuan teknologi dan penambahan penduduk akan mengembangkan permintaan. Ini akan memberikan dorongan kepada pengusaha untuk menabah produksi dan meningkatkan kegiatan ekonomi

## c. Pasar Memberi Perangsang Untuk Memperoleh Keahlian Modren

Pasar yang semakin meluas bearti lebih banyak barang yang akan diproduksi. Untuk mepercepat penambahan produksi, teknologi yang lebih modren harus digunakan dan kemahiran teknik dan manajemen yang modren diperluakan. Kebutuhan ini akan menjadi

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perangsang untuk memperoleh keahlian dan cara memproduksi secara modern.

d. Pasar Menggalakkan Penggunaan Barang Dan Faktor Produksi Secara Efisien

Harga suatu barang ditentukan oleh permintaan dan kelangkaannya. Makin besar permintaan makin tinggi harganya, dan makin langka penawarannya semakin tinggi harganya. Akibat dari harga yang diatur secara permintaan dan kelangkaan ini masyarakat akan lebih hati-hati dalam menggunakan jenis barang yang tersedia. Keadaan yang sama juga berlaku dalam menggunakan faktor-faktor produksi, artinya, harga faktor-faktor produksi yang berbeda, yang menentukannya didasarkan kepada permintaan dan tersedianya faktor-faktor tersebut, akan menyebabkan para pengusaha berusaha untuk menggunakan secara yang paling efisien.

e. Pasar Memberikan Kebebasan yang Tinggi Kepada Masyarakat Untuk Melakukan Kegiatan Ekonomi

Tidak seorang pun di pasar mendapat suatu tekanan di dalam menjalankan kegiatannya. Ia bebas untuk membeli berbagai macam barang yang diinginkannya dan begitu pula yang mempunyai kebebasan untuk menjual faktor produksi yang dimilikinya kepada pengusaha / perusahaan yang menurut pendapatnya akan memberikan pembayaran yang paling menguntungkan. Para pengusaha mempunyai kebebasan yang penuh untuk memilih jenis barang-barang yang akan diproduksinya dan jenis-jenis faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang tersebut.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Beberapa Kelemahan Mekanisme Pasar

Sampai sekarang, banyak orang yang tetap memberikan sokongan yang kuat kepada sistem mekanisme pasar. Mereka berkeyakinan bahwa pasar mekanisme pasar adalah sistem yang paling baik untuk mengatur kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat. Pada tahun 1980an sokongan tersebut dikemukakan lagi oleh seorang ahli ekonomi yang pernah hadiah nobel, yaitu **Milton Friedman**. Sokongan itu dikemukakan dalam buku, **Free to Choose**. Disamping banyak pendapat sokongan, sistem mekanisme pasar juga mendapat kritik. Kritik yang sering dikemukakan diterangkan dibawah ini.

### a. Kebebasan yang tidak Terbatasmenindas Golongan- Golongan Tertentu

Kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi yang tidak ada batasnya, dapat merugikan golongan yang lemah dan kaum minoritas, persaingan yang sangat bebas menyebabkan golongan yang kuat kedudukannya menjadi bertambah kuat lagi, misalnya, pengusaha besar mematikan usaha kecil.

### b. Kegiatan Ekonomi Sangat Tidak Stabil Keadaannya

Mekanisme pasar yang bebas menyebabkan perekonomian selalu mengalami naik turun yang tidak teratur. Pada ketika tertentu ia mengalami kemakmuran yang sangat serius, kegonjangan yang seperti itu sangat merugikan masyarakat, para pengusaha dapat memperoleh untung yang banyak secara mendadak di suatu ketika dan mengalami kehancuran pada suatu ketika, inflasi dapat tiba-tiba muncul dan pengangguran yang sangat buruk muncul pada saat berikutnya.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Sistem Pasar Dapat Menimbulkan Monopoli

Tidak selalu mekanisme pasar itu merupakan suatu sistem pasar persaingan sempurna di mana harga, dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan pembeli dan penawaran penjual yang banyak jumlahnya.<sup>19</sup>

d. Mekanisme Pasar Tidak Dapat Menyediakan Beberapa Jenis Barang Secara Efisien

Masyarakat, secara bersama-sama, memerlukan beberapa jasa-jasa tertentu seperti jalan raya, untuk mempertinggi efisien lalu lintas, angkatan bersenjata dan polisi untuk keamanan dan ketertiban, dan rumah-rumah sakit umum untuk penyediaan jasa kesehatan yang murah, jasa-jasa seperti itu tidak dapat disediakan oleh mekanisme pasar secara efisien

Pada hakikatnya dalam sebuah perdagangan menurut Islam di kenalnya pasar dan landasan dalam perniagaan Islam adalah pasar. Pasar adalah tempat dimana terjadi jual beli barang dan jasa. Pasar adalah tempat umum bagi khalayak. Pasar tidak dimiliki, namun setiap orang yang datang berhak menggunakan lapaknya, dan berjual beli sampai malam. Kebebasan pasar adalah hal pokok dalam membahas perniagaan Islam.

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan

<sup>19</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*, ( Jakarta rajawali pers , 2012), h.41-43



kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan shari'ah Islam, khususnya dalam hal penipuan dan hal-hal yang merugikan.

Setiap individu memiliki kewajiban untuk ikut mensejahterakan lingkungan sosialnya yang dimulai dari lingkungan terdekat, yaitu kerabat dan tetangga sampai masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Secara alamiah manusia itu juga merupakan makhluk sosial, karenanya merupakan fitrah jika manusia saling bekerjasama antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, konsepsi kebebasan dalam Islam lebih mengarah kepada kerjasama, bukan persaingan apalagi saling mematikan usaha antara satu dengan yang lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka itu berarti persaingan dalam hal berbuat kebajikan.

Ada beberapa prinsip yang melandasi fungsi-fungsi pasar dalam masyarakat muslim. Semua harga, baik yang terkait dengan faktor-faktor produksi maupun produknya sendiri bersumber pada mekanisme ini, dan karena itu diakuisebagai harga-harga yang adil atau wajar. Ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah:

1. Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas *muhtasib* adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informasi secara sempurna diterima oleh para pelaku pasar.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistik ini mulai muncul.
4. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan kualitas barang.
6. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang dan mengukur dan niat yang buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudian dan pelacuran, dan lain-lain.<sup>20</sup>

Konsep pertukaran dalam islam adalah suka sama suka atau rela dengan terjadinya pertukaran tersebut dengan tujuan agar terhindar dari keharaman jual beli dan tidak ada pihak yang merasa terpaksa atas transaksi tersebut

Islam menegaskan bahwa di dalam suatu pasar harus berada diatas prinsip persaingan bebas. Namun bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak untuk semua, akan tetapi kebebasan yang di balut oleh nilai-nilai aturan islam. Islam tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tanpa terkecuali intervensi dari negara dengan adanya otoritas penentuan harga jual beli di pasar karena pada dasarnya penentu harga di

<sup>20</sup> Ahmad Mujahidin, *Op.Cit*, h. 183

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar itu adalah pasar itu sendiri dengan melihat bagaimana pasar itu berjalan atau Allah SWT.

Pasar dalam islam mengharuskan adanya moralitas antara lain yaitu :

- a. Persaingan Yang Sehat (*Fair Play*)
- b. Kejujuran (*Honesty* )
- c. Keterbukaan (*Transparancy*)
- d. Keadilan (*Justice*)

Rasulullah SAW adalah seorang pedagang menjunjung tinggi keadilan dan kejujuran maka dari itu beliau dijuluki 'al-amin (yang dipercaya). Nabi Muhammad SAW mulai belajar menjadi pedagang yaitu pada umur tujuh tahun, ketika ia diajak oleh pamannya Abu Thalib untuk pergi berdagang ke negeri syam. Cara berdagang Rasulullah SAW ini seharusnya menjadi contoh bagi umatnya, dimana kunci utama beliau dalam berdagang adalah jujur dan terbebas dari unsur-unsur keharaman.<sup>21</sup>

Namun ketika itu bangasa arab merasa aneh dan merasa bahwa tidak pantasnya seorang nabi mempunyai aktivitas di pasar, apalagi untuk berdagang, padahal Allah SWT berfirman :

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونَ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

Artinya: dan mereka berkata: "Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama- sama dengan dia?,

<sup>21</sup>P3EI, *Ekonomi Islam*, ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006). h. 302

Sedangkan persaingan yang sempurna dimaksudkan agar melahirkan sebanyak mungkin konsumen dan produsen di pasar, barang yang ada bersifat heterogen dan faktor produksi bergerak secara bebas. Namun demikian, Islam memiliki norma tertentu dalam hal mekanisme pasar. Menurut pandangan Islam yang diperlukan adalah suatu bentuk penggunaan dan pendistribusian tertentu, serta dibentuknya suatu sistem kerja yang bersifat produktif. Sifat produktif ini dilandasi oleh sikap keinginan/niat yang sedemikian rupa guna mencapai bentuk penggunaan dan pendistribusian tersebut. dengan demikian, model dan pola yang dikehendaki adalah sistem operasional pasar yang normal.

Dalam hal ini, Muhammad Nejatullah Siddiqi menyimpulkan bahwa ciri-ciri penting pendekatan Islam dalam hal mekanisme pasar, sebagai berikut:

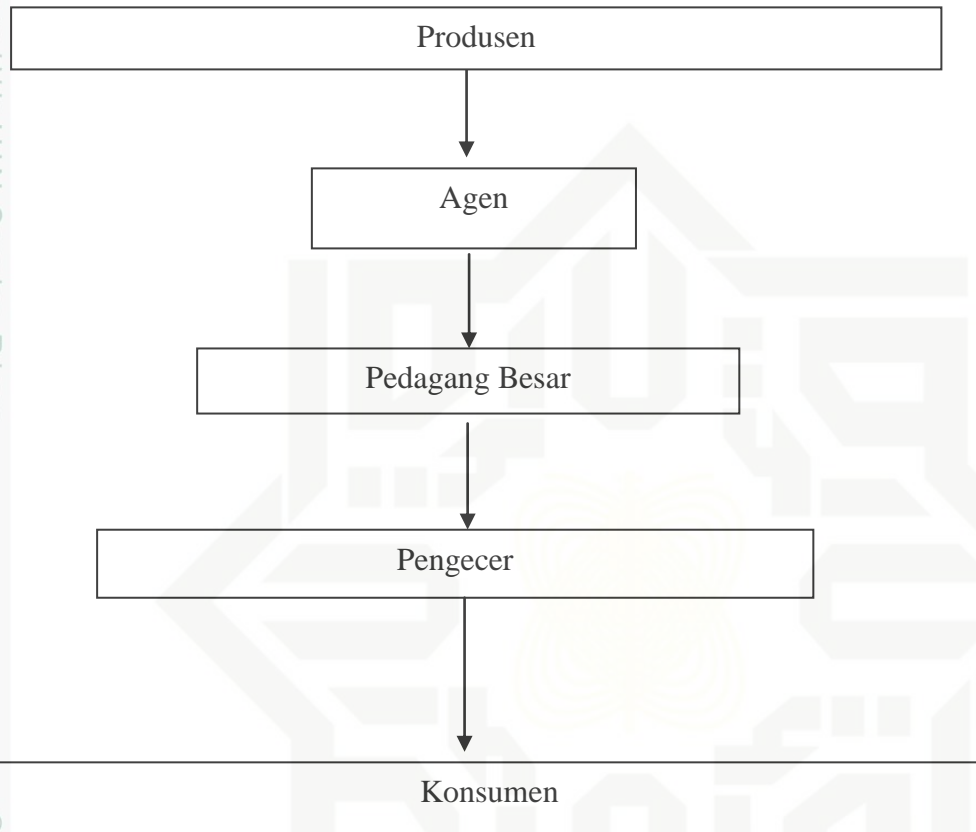
1. Penyelesaian masalah ekonomi yang asasi-penggunaan, produksi dan pembagian pasti dikenal sebagai tujuan mekanisme pasar.
2. Dengan berpedoman pada ajaran Islam, para konsumen diharapkan bertingkah laku sesuai dengan mekanisme pasar sehingga dapat mencapai tujuan yang dinyatakan diatas.
3. Jika perlu, campur tangan negara dianggap sebagai unsur penting yang memperbanyak atau menggantikan mekanisme pasar, untuk memastikan agar tujuan ini benar-benar tercapai

Dalam mekanisme pasar, akan bertemu dua pihak yang saling membutuhkan satu sama lain yaitu produsen dan konsumen. Berikut ini

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipaparkan bagaimana aktivitas produsen dan konsumen menurut pandangan Islam: jenjang distribusi dalam perdagangan



### 1. Aktivitas Produsen

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan atas corak permintaan konsumen. Selain itu, lazimnya produsen akan selalu berusaha untuk memaksimalkan keuntungannya. Meskipun demikian apabila aktivitas produsen dipengaruhi oleh semangat roh Islam, maka aktivitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan diselaraskan dengan norma-norma yang ada dalam ketentuan syariat Islam. Pola produksi yang dipengaruhi semangat Islam harus yang berikut ini:

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Barang dan jasa yang haram tidak akan diproduksi atau di pasarkan.  
Maksudnya, pengusaha tidak memproduksi dan memasarkan barang dan jasa yang bertentangan dengan ketentuan syariat Islam, seperti tidak memproduksi makanan haram, minuman yang memabukkan dan uaha-usaha maksiat lainnya.
- b) Produksi yang bersifat kebutuhan sekunder dan tersier disesuaikan permintaan pasar. Dalam hal ini produsen dalam memproduksi barang dan jasa harus mempertimbangkan dengan seksama kemampuan dan kebutuhan masyarakat.
- c) Produsen hendaklah tetap melakukan kontrol permintaan pasar.  
Maksudnya, produsen ikut berperan serta melakukan pembinaan terhadap konsumen dengan cara mengatur pemasaran barang dan jasa yang diproduksinya sehingga tidak menimbulkan dampak yang negatif terhadap pola hidup konsumen.
- d) Dalam proses produksi dan pemasaran harus dipertimbangkan aspek ekonomi, mental dan kebudayaan. Dalam hal ini, produsen dalam melakukan proses produksi dan pemasaran barang dan jasa harus mempertimbangkan aspek ekonomi dari kegiatan produksi dan pemasaran.
- e) Tidak melakukan penimbunan barang dengan maksud untuk meraih keuntungan yang besar. Penimbunan barang tersebut dilakukan dengan harapan terjadinya lonjakan harga, seperti hilangnya emen dari pasaran sehingga mengakibatkan naiknya harga semen dipasar.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu dalam hal mencari / mengejar keuntungan hendaknya selalu memertimbangkan aspek ekonomi masyarakat. Ide keadilan dan kebajikan islam berfungsi sebagai “ norma” dalam perdagangan, seorang pengusaha islam tidak dibenarkan sama sekali dalam melakukan aktivitasnya yang selalu bertumpuh pada tujuan untuk mengejar keuntungan semata, seorang pengusaha/ pedagang dalam pandangan islam mempunyai tugas untuk menegakkan keadilan dan kebajikan yang diinginkan oleh agama Islam. Dengan perkataan lain, seorang pengusaha/ pedagang Islam juga berkewajiban untuk mendukung dan menguntungkan pihak konsumen ( dominan mempunyai tingkatan ekonomi lebih rendah ketimbang dirinya.

Seorang pengusaha/pedagang Islam harus melihat aktivitasnya selain sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan yang wajar juga sebagai sarana untuk beramal dengan cara mengorbankan sebagian keuntungannya untuk pelayanan sosial. Dengan demikian, motivasi aktivitas produsen/pengusaha//penjual menurut pandangan Islam, yaitu:

- a) Berdasarkan ide keadilan Islam sepenuhnya
- b) Berusaha membantu masyarakat dengan cara mempertimbangkan kebajikan orang lain pada saat seorang pengusaha membuat keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan perusahaannya.
- c) Membatasi pemaksimalan keuntungan berdasarkan batas-batas yang telah ditetapkan.

## 2. Distribusi

Islam telah membolehkan adanya kepemilikan pribadi, islam juga menentukan bagaimana cara memilikinya dan mengizinkan individu untuk

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengelola harta yang dimilikinya, namun islam mengatur bagaimana mengelolah harta tersebut. Islam telah menggariskan bahwa di dalam harta orang kaya terdapat hak-hak orang miskin yang harus diberikan kepadanya, distribusi menjadi posisi penting dari teori ekonomi mikro islam karena pembahasan distribusi berhubungan dengan aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan aspek politik. maka distribusi dalam ekonomi islam dan konvensional sampai saat ini

## 3. Konsumen

Dalam ajaran Islam, aspek yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam rangka melakukan permintaan kebutuhan terhadap pasar (yang sekaligus membedakan konsumen yang dipergunakan oleh semangat Islam dan yang tidak dipengaruhi oleh semangat Islam) yaitu:

- a) Permintaan pemenuhan terhadap pasar hanya sebatas barang yang penggunaannya tidak dilarang dalam syariat Islam. Pengaruh positif ajaran Islam terhadap pola konsumsi konsumen, yang pertama sekali ialah konsumen tidak akan melakukan permintaan terhadap kebutuhan barang dan jasa yang penggunaannya tidak dibolehkan oleh syariat Islam. Dengan demikian, produsen pun tidak ada peluang sama sekali untuk memproduksi atau memasarkan barang-barang jasa-jasa yang penggunaannya dilarang oleh syariat Islam.
- b) Cara hidup tidak boros dan kebutuhan terhadap barang konsumsi diteliti terlebih dahulu. Dalam ajaran agama Islam perilaku boros merupakan perbuatan yang terlarang. Pada dasarnya dalam pandangan agama Islam, seseorang pemilik harta (individu) tidak mempunyai hak



mutlak terhadap harta yang dimilikinya. Dengan demikian, penggunaan harta tersebut haruslah sesuai dengan kebutuhannya. Walaupun seseorang sanggup untuk memperoleh barang-barang yang mewah hendaklah terlebih dahulu meneliti kehidupan masyarakat di sekelilingnya.

- c) Pemerataan pemenuhan kebutuhan. Dalam hal ini bagi seseorang muslim yang beruntung memiliki harta, tidaklah mempergunakan harta yang diperolehnya tersebut untuk pemenuhan kebutuhan pribadinya belaka. Sebab didalam harta seorang muslim terdapat hak masyarakat.
- d) Dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan, konsumen tidak hanya mementingkan kebutuhan yang bersifat materiil semata, tetapi juga kebutuhan yang bersifat immateriil, seperti kehendak untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan hubungan sosial.
- e) Untuk memenuhi kepentingan pribadi, juga memperlihatkan kepentingan sosial masyarakat. Maksudnya, selain terdapat barang dan jasa untuk kepentingan pribadi, juga ada barang dan jasa tertentu yang digunakan secara bersama-sama oleh anggota masyarakat.
- f) Seorang konsumen juga harus melihat kepentingan konsumen yang lain dan kepentingan pemerintah. Maksudnya, seseorang konsumen bekerja sama dengan konsumen yang lain dan pemerintah untuk mewujudkan pembangunan (pembangunan yang Islami). Dengan demikian, inisiatif dari mana pun juga (dominan datang dari pihak pemerintah) untuk menggalang kerja sama guna kepentingan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembangunan seperti pembayaran pajak, retribusi dan kontrol sosial terhadap barang-barang produksi guna kepentingan bersama.<sup>22</sup>

## B. Pengertian Perdagangan

Perdagangan adalah aktivitas jual beli yaitu barter (*swap*) barang dengan harga barang, baik perdagangan dalam negeri, yakni barter yang berlangsung di dalam negeri serta tunduk pada kekuasaan negara<sup>23</sup>, Dagang salah satu urat nadi terpenting sendi perekonomian. Sejak dari masa sir stamfoard raffles. Sejak dari masa sir stamfoard raffles berkuasa di saan ( 1819 ), hingga kini,<sup>24</sup> perdagangan atau pertukaran dalam ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang di dasarkan atas kehendak dan sukarela dari masing-masing pihak, perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat (hirsh-lifer, 1985),<sup>25</sup>

Ajaran islam memerintahkan secara eksplisit kepada umat manusia memegang nilai-nilai ajaran islam secara *kaffa* ( total), menyeluruh, dan utuh, perdagangan sebagai salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya dapat bearti ibadah disamping itu, usaha perdagangan dalam Ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karena keterkaitannya, selain berkaitan dengan pengertian yang

<sup>22</sup>Suhrawardi k.lubis, Farid Wajar, *Hukum Ekonomi Islam*, ( Jakarta, Sinar Grafika) .h . 24-28

<sup>23</sup> Abdurrahman al-maliki, *Politik Ekonomi Islam*,( Bangil: AL-izzah.2001) , h.101

<sup>24</sup> M.luthfl hamidi, *Jejak- jejak Ekonomi Syariah* , ( Jakarta: Senaya Abadi Publishing: 2003) h. 323

<sup>25</sup>Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, ( Jakarta:Bumi Aksara: 2008), h.1

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersifatnya, *eskatologis*, perdagangan dalam islam merupakan salah satu konsep penting yang merujuk pada pengalihan hak kepemilikan harta kekayaan yang dimilikinya. Namun , pengakuan terhadap hak individu tersebut disertai ketentuan-ketentuan yang menikat.

Rasullah Muhammad SAW, pernah mengatakan bahwa sebagian besar rezeki manusia di peroleh dari aktivitas perdagangan, Rasullah saw, secara jelas telah banyak memberikan contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral ini, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak. Tampak Muhammad SAW, telah mengajarkan untuk bertindak jujur dan adil serta bersikap baik dalam setiap transaksi perdagangan, dalam hal ini kunci keberhasilan dan kesuksesan Nabi dalam perdagangan di antaranya adalah dimilkinya sifat-sifat terpuji beliau yang sangat di kenal penduduk mekkah kalah itu, yaitu jujur ( *shidiq*), menyampaikan ( *tabligh* ), dapat di percaya ( *amanah*), dan bijaksana ( *fathonah*). sikap terpuji itulah merupakan kunci kesuksesan nabi dalam berdagangan. Besikap adil dan bertindak jujur merupakan pernyaratan penting seseorang dalam melakukan perdagangan, di samping menjaga hubungan baik dan berlaku ramah tamah kepada mitra dagangan serta para pelanggan, pedagang yang tidak jujur meskipun mendapat keuntungan yang besar, boleh jadi keuntungan tersebut bersifat hanya sementara. Karena tidak jujur akan menghilangkan kepercayaan para pelanggan sehingga lama kelamaan akan memundurkan dan mematiakan usaha.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>*ibid*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam usaha dagang Nabi selalu bersikap sopan dan baik hati, Nabi juga menghindari sikap berlebihan dalam berdagang, seperti banyak bersumpah. Nabi sangat membenci orang-orang yang dalam dagangannya menggunakan sumpah palsu.<sup>27</sup>

### C. Pengertian Pendapatan

Menurut Sadono Sukirno mengemukakan pendapat adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara.<sup>28</sup> Sedangkan menurut Mardiasmo, pendapatan dengan defenisi yang lebih luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai untuk dikonsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun<sup>29</sup>

Yang termasuk dalam pendapatabn menurut Mardiasmo adalah

1. Imbalan atau penggantian yang berkenaan dengan pekerjaan ataaau jasa pendapatan yang tergolong imbalan yaitu gaji, upah, hononarium, komisi, bonus, uang pensiun, dan lain-lain.
2. Hadiah-hadiah dapat berupa uang ataupun barang yang berasal dari pekerjaan, undian, penghargaan dan lain-lain.
3. Laba usaha pendapatan berasal dari laba usaha adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dengan biaya-biaya yang dikeluarkan

<sup>27</sup>Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* ( Jakarta: Rajawali Per, 2010), h. 325

<sup>28</sup>Sadono, Sukirno. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, ( Jakarta : PT Rajagrafindo Persada 2008). H 384

<sup>29</sup>Mardiasmo, *Perpajakan.*( Yogyakarta: Andi, 2003), h 109

untuk membuat barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain

4. Keuntungan karena penjualan pendapatan yang berasal dari keuntungan karena penjualan adalah pendapatan yang didapat dari selisih penjualan barang dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang tersebut, yang termasuk biaya-biaya antara lain: biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penjualan dan lain-lain.
5. Penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya. Hal tersebut terjadi karena kesalahan perhitungan pajak yang telah dilakukan.
6. Bunga dari pengembalian utang kredit. Setiap kelebihan pengembalian piutang dari jumlah uang yang dipinjamkan kepada orang lain termasuk pendapatan dalam pengertian
7. Deviden dan pembagian Sisa Hasil Usaha ( SHU ) pembagian laba perusahaan ataupun koperasi yang sebanding dengan modal yang ditanamkan juga termasuk pendapatan
8. Royalti, Royalti adalah pendapatan yang diterima dari balas jasa terhadap hak cipta yang digunakan oleh orang lain.
9. Sewa, Sewa adalah pemindahan hak guna dari hak milik kepada orang lain dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
10. Penerimaan atas pembayaran berkala
11. Keuntungan karena pembebasan utang
12. Keuntungan karena selisih kurs mata uang asing
13. Selisih lebih karena penilaian kembali aktiva

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. Premi asuransi.<sup>30</sup>

Menurut Faisal H. Basri, sumber pendapatan dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu :

1. Pendapatan dari gaji upah maksudnya yaitu imbalan dari jabatannya sebagai buruh
2. Pendapatan dari usaha, maksudnya yaitu imbalan dari jabatannya sebagai pemilik usaha
3. Pendapatan dari transfer rumah tangga lain yang terdiri dari uang kiriman, warisan, sumbangan, hadiah, hibah dan bantuan.
4. Pendapatan lainnya yang meliputi pendapatan dari sewa, bunga, deviden, pensiun, beasiswa dan sebagainya.

Sumber pendapatan menurut lapangan usaha yang ada di Indonesia, yaitu:

1. Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan
2. Pertambangan dan pengalihan
3. Industri pengolahan
4. Listrik, gas dan air minum
5. Bangunan
6. Perdagangan, hotel dan restoran
7. Pengangkutan dan komunikasi
8. Bank dan lembaga keuangan lainnya
9. Sewa rumah
10. Pemerintahan dan pertahanan

<sup>30</sup>Mardiamo. *Op. Cit.* h. 110

## 11. Jasa-jasa

Dari pendapatan diatas, pendapatan tidak hanya berasal dari hasil perdagangan atau pekerja dari perusahaan saja tetapi juga dapat berasal dari penanaman modal dan bahkan dapat berasal dari hadiah ataupun pemberian orang lain.<sup>31</sup>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>31</sup>Faisal H. Basri. *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*, ( Jakarta: Erlangga, 1995). H. 186