

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Pengertian Pendapatan

Pendapatan menurut A. Abdurrahman pendapatan atau penghasilan *income* adalah uang, barang-barang industri, atau jasa yang diterima atau bertambah besar selama suatu jangka waktu tertentu. Biasanya dari pemakaian capital, pemberian jasa-jasa perseorangan, atau keduanya, termasuk dalam *income* itu ialah upah, gaji, sewa tanah, dividen, terkecuali penerimaan-penerimaan (lain dari pada keuntungan) sebagai hasil dari penjualan atau penukaran harta benda<sup>1</sup>.

Suherman Rosyidin berbicara mengenai pendapatan, bahwa arus kas pendapatan (upag, bunga, sewa dan laba) muncul sebagai akibat adanya jasa-jasa produktif (*prodiktif servise*) yang mengalir kearah berlawanan dengan aliran pendapatan, yakni jasa-jasa produktif mengalir dari pihak *bussines* ke masyarakat (apabila diantara masyarakat itu terdapat pegawai negeri, maka pihak *bussines* adalah pemerintah). Sementara itu memberi arti bahwa pendapatan harus didapatkan dariaktivitas produktif.

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas tentang pengertian pendapatan, dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah segala sesuatu yang diperoleh individu atau lembaga, baik itu dalam bentuk fisik seperti uang ataupun barang maupun nonfisik seperti dalam bentuk pemberian jasa yang timbul dari usaha yang telah dilakukan.

#### B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

---

<sup>1</sup> Ek A. Abdurrahman, *Ensiklopedi Fkonomi Keuangan Perdagangan (Inggris-Indonesia)*, (Jakarta: Pradaya Paramita, 1990) Cet ke-4, h. 518-519

Menurut Boediono, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut :

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian .
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan<sup>2</sup>.

### **C. Standar Pendapatan yang Baik**

Adapun standar pendapatan yang baik adalah:

1. UU pemerintahan

Ukuran kesejahteraan keluarga dapat dilihat kesanggupannya dalam memenuhi kebutuhan fisik, psikologis, sosial, dan kerohanian. Dan kesejahteraan dapat diraih jika seseorang dapat mengakses pekerjaan, pendapatan, pangan, pendidikan, tempat tinggal, kesehatan dan lainnya. Standar pendapatan menurut pemerintah adalah apabila ia digaji sebesar UMR

2. Kebutuhan

Kebutuhan sehari-hari merupakan suatu hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia itu sendiri. Kebutuhan itu bisa tercukupi seperti sandang, pangan dan papan apabila memperoleh penghasilan yang cukup, karena dari kecukupan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harilah ia dikatakan berpenghasilan besar. Dalam arti lain

---

<sup>2</sup>Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 150.

semakin besar penghasilan yang diperoleh seseorang maka ia bisa berinvestasi hartanya ke berbagai tempat seperti berinvestasi di Bank.

### 3. Perbandingan tempat sekarang dengan tempat lain

Tempat sangat menentukan kesuksesan dalam berdagang, karena tempat merupakan peran yang sangat penting dalam menjalankan usaha. Dalam hal ini tempat juga menentukan suatu penghasilan seseorang. Apabila memiliki suatu tempat yang strategis tentu saja akan dapat mengembangkan laju usaha seseorang kedepannya. Perbandingan tempat sangat diperlukan gunanya untuk minimalisir lokasi dengan ongkos terkecil dan tempat yang penerimaan keuntungan terbesar.

### 4. Pendidikan

Statistik menunjukkan orang yang menempuh pendidikan lebih tinggi cenderung menghasilkan lebih banyak uang dari pada mereka yang tidak. Ini seringkali membutuhkan mata masyarakat yang akhirnya cenderung menganggap bahwa seorang tidak akan mendapatkan penghasilan tinggi sebelum mereka menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Ini tentu saja merupakan mitos yang salah. Yang benar adalah pendidikan yang tinggi bisa membantu seseorang untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar, meski hal itu bukan satu-satunya jaminan. Kita banyak melihat para wiraswastawan yang tidak lulus pendidikan tinggi bisa mendapatkan penghasilan yang besar. Namun demikian kebanyakan dari mereka yang memiliki pendidikan tinggi biasanya berpenghasilan lebih besar<sup>3</sup>.

## **D. Pengertian Pasar**

---

<sup>3</sup> <http://sigitsw.wordpress.com/>

Pasar dalam arti sempit adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual dan pembeli pada suatu lokasi tertentu. Sedangkan dalam arti luas adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen dan produsen<sup>4</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 dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk baik berupa barang maupun jasa<sup>5</sup>. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar bebas, dan lain-lain.

Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang pasar tidak lagi mempunyai batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan pembeli untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain<sup>6</sup>.

Pasar sebagai tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli dapat terbentuk dengan adanya syarat-syarat, yakni adanya penjual, adanya pembeli, tersedianya barang yang diperjualbelikan, terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pasar juga memiliki peran dan fungsi penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Adapun fungsi pasar dalam kegiatan ada tiga macam, yaitu:

---

<sup>4</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), h.104

<sup>5</sup> Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 69

<sup>6</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007), h. 143

1. Fungsi Distribusi: Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi. Pasar memiliki fungsi distribusi menyalurkan barang-barang hasil produksi kepada konsumen.
2. Fungsi Pembentukan Harga : Sebelum terjadi transaksi jual beli terlebih dahulu dilakukan tawar menawar, sehingga diperoleh kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Dalam proses tawar menawar itulah keinginan kedua belah pihak (antara pembeli dan penjual) digabungkan untuk menentukan kesepakatan harga atau disebut harga pasar.
3. Fungsi Promosi: Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi, karena di pasar banyak dikunjungi para pembeli. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya memasang spanduk, membagikan brosur penawaran, membagikan sampel atau contoh produk kepada calon pembeli, dan sebagainya<sup>7</sup>.

Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, apa jadinya jika pusat perekonomian ini tidak tertata dengan baik. Yang jelas, karena konsumen (pembeli) merasa tidak nyaman, menyebabkan mereka malas untuk mengunjungi pasar. Kalau sudah begini tidak hanya pedagang yang rugi, tetapi pemerintah daerah selaku penarik pajak dari kegiatan jual beli juga turut merugi, karena tidak bisa mengumpulkan pendapatan asli daerah secara optimal. Kondisi seperti ini pada akhirnya menyebabkan ketidaktentraman dalam kehidupan masyarakat.

Pasar memainkan peranan yang penting dalam sistem ekonomi bebas. Dalam sistem kapitalis yang menitikberatkan pada “sistem liberal”, pasarlah yang menentukan jenis dan jumlah komoditi yang hendak diproduksi. Dalam sistem pasar yang demikian, konsumen

---

<sup>7</sup><http://www.pengertianahli.com/2014>

merupakan faktor yang penting dan menentukan kedudukan pasar tersebut. Konsumen akan menentukan barang dan jasa yang mereka kehendaki. Dengan kata lain, terjadi saling ketergantungan antara pengusaha dan konsumen. Dengan demikian, dalam masyarakat kita temukan sumber-sumber untuk memproduksi barang-barang kebutuhan yang akan digunakan oleh setiap individu<sup>8</sup>.

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang bebas. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Pasar di sini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar<sup>9</sup>.

Suatu fakta sejarah bahwa nabi Muhammad tidak hanya melakukan perdagangan dengan adil dan jujur, akan tetapi ia bahkan meletakkan prinsip-prinsip mendasar untuk hubungan dagang yang adil dan jujur itu<sup>10</sup>.

## **E. Indikator Pengelolaan Pasar yang Baik**

### **1. Manajemen yang transparan**

Pengelolaan manajemen pasar yang transparan dan profesional. Konsekuensi dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran.

### **2. Keamanan**

---

<sup>8</sup> Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, ( Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004 ), h.81  
<sup>9</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers. 2011), h. 301

<sup>10</sup> Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 2000), h. 19

Satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlibat dalam menjaga keamanan bersama.

### 3. Sampah

Sampah tidak bertebaran di mana-mana. Para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di banyak tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara selalu tidak menumpuk dan tidak membusuk karena selalu diangkut oleh armada pengangkutan sampah ke tempat pembuangan akhir secara berkala.

### 4. Ketertiban

Tercipta ketertiban di dalam pasar. Ini terjadi karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.

### 5. Pemeliharaan

Pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan baik oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini telah timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana pasar seperti saluran air, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain sebagainya

### 6. Pasar sebagai sarana /fungsi interaksi social

Pasar yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai suku di tanah air menjadi sarana yang penting untuk berinteraksi dan berekreasi. Tercipta suasana damai dan harmonis di dalam pasar.

### 7. Pemeliharaan pelanggan

Para penjual memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga agar para pelanggan merasa betah berbelanja dan merasa terpanggil untuk selalu berbelanja di pasar. Tidak terjadi penipuan dalam hal penggunaan timbangan serta alat ukur lainnya. Harga kompetitif sesuai dengan kualitas dan jenis barang yang dijual, serta selalu tersedia sesuai kebutuhan para pelanggan.

#### 8. Produktifitas pasar yang tinggi

Pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal. Terjadi pembagian waktu yang cukup rapi dan tertib:

Pukul 05.30 s/d 09.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar;

Pukul 04.00 s/d 17.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas;

a) Pukul 06.00 s/d 24.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Ruko;

b) Pukul 16.00 s/d 01.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Cafe Tenda.

#### 9. Penyelenggaraan kegiatan

Sering diselenggarakan kegiatan peluncuran produk-produk baru dengan membagikan berbagai hadiah menarik kepada pengunjung. Ini dilakukan bekerja sama dengan pihak produsen.

#### 10. Promosi

Daya tarik pasar tercipta dengan adanya karakteristik dan keunikan bagi pelanggan. Daya tarik ini harus dikemas dalam berbagai hal, mulai dari jenis barang dan makanan yang dijual hingga pada berbagai program promosi. Manajemen pasar

bekerjasama dengan para pedagangnya menentukan hari-hari tertentu sebagai “Hari Pelanggan”, dimana dalam satu waktu tertentu para pedagang melakukan kegiatan yang unik seperti berpakaian seragam daerah atau menyelenggarakan peragaan pakaian atau makanan daerah tertentu dan lain sebagainya.

Untuk mencapai indikator keberhasilan diatas, maka pengelola pasar wajib memperhatikan peningkatan mutu dan pembenahan pengaturan sarana fisik pasar sebagai berikut:

#### 1. Perencanaan Tata Ruang

Pola perletakan berbagai prasarana dan sarana yang ada telah mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain :

- a) Ada pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam pasar dan ada tempat parkir kendaraan yang mencukupi. Keluar masuknya kendaraan tidak macet.
- b) Dari tempat parkir terdapat akses langsung menuju kios di pasar.
- c) Distribusi pedagang merata atau tidak menumpuk di satu tempat.
- d) Sistem zoning sangat rapi dan efektif sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan jenis barang yang dibutuhkan.
- e) Penerapan zoning mixed-used, menggabungkan peletakan los dan kios dalam satu area, yang saling menunjang.
- f) Fasilitas bongkar muat (loading-unloading) yang mudah dan meringankan material handling
- g) Jalan keliling pasar, mencerminkan pemerataan distribusi aktifitas perdagangan.
- h) Ada tempat penimbunan sampah sementara (TPS) yang mencukupi.

- i) Terdapat berbagai fasilitas umum: ATM Centre, Pos Jaga kesehatan, Mushola, toilet, dll.
- j) Tempat pemotongan ayam yang terpisah dari bangunan utama
- k) Ada bangunan kantor untuk pengelola pasar, Keamanan, Organisasi Pedagang.

## 2. Arsitektur bangunan

Dibutuhkan lahan atau ruang yang besar dengan rencana bangunan sebagai berikut:

- a) Bangunan pasar yang ideal terdiri dari 1 lantai namun dapat dibuat maksimal 2 (dua) lantai. Diupayakan lantai dasarnya bersifat semi-basement sehingga untuk naik tangga ke lantai atas (lantai 2) tidak terasa tinggi.
- b) Tersedia banyak akses keluar masuk sehingga sirkulasi pembeli/pengunjung menjadi lancar dan semua areal dapat mudah terjangkau.
- c) Sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi para pengunjung dan dapat menghemat energi karena tidak diperlukan penerangan tambahan.

## 3. Pengaturan Lalu lintas

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung pasar maka pengaturan lalu lintas dilakukan sebagai berikut :

- a) Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar.
- b) Terdapat jalan yang mengelilingi pasar dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat dan memiliki 2 lajur guna menghindari penumpukan/antrian.

## 4. Kualitas Konstruksi

- a) Prasarana jalan menggunakan konstruksi rigid

- b) Konstruksi bangunan menggunakan bahan yang tahan lama dan mudah dalam maintenancenya.
- c) Lantai pasar keramik
- d) Rolling door untuk kios dan dinding plester aci dengan finishing cat.
- e) Drainase dalam menggunakan buis beton sedangkan di luar dengan saluran tertutup.

## 5. Air bersih & Limbah

- a) Pengadaan air bersih menggunakan sumur dalam dan di tampung di reservoir.
- b) Ada sumur resapan diberbagai tempat sebagai antisipasi terhadap melimpahnya buangan air hujan.
- c) Pembuangan limbah terdiri dari :
  - Buangan air kotor dapat disalurkan menuju drainase biasa.
  - Buangan limbah kotoran oleh karena pertimbangan higienis harus ditampung dalam septic tank, baru kemudian cairannya dialirkan pada resapan.
  - Pembuatan saluran pembuangan air rembesan dengan desain khusus pada kios/los yang menjual dagangan yang harus selalu segar/basah (ikan dan daging)

## 6. Sistem Elektrikal

Sumber daya listrik menggunakan daya dari PLN, dengan demikian seluruh sistem mengikuti standar (PUTL). Untuk mempermudah pengontrolan saat darurat, dibuat sistem sub sentralisasi fase dan panel utama listrik dimana panel utama ditempatkan di dekat kantor pengelola. Hal ini dimaksudkan agar daya listrik untuk peralatan perdagangan maupun pencahayaan ruangan dalam kondisi yang memadai.

## 7. Pencegahan Kebakaran

Pencegahan dan perangkat penanggulangan kebakaran dilakukan dengan penyediaan tabung pemadam pada setiap grup kios. Hidran untuk armada pemadam kebakaran harus tersedia di tempat yang mudah dijangkau.

## 8. Penanggulangan Sampah

Pada setiap kelompok mata dagangan disediakan bak penampungan sampah sementara. Petugas kebersihan secara periodik mengumpulkan sampah dari setiap blok untuk diangkut menuju tempat penampungan utama. Dari tempat penampungan utama

ini, pengangkutan sampah keluar pasar dilakukan oleh pihak terkait dengan menggunakan truk/container<sup>11</sup>.

## F. Jenis-jenis Pasar

Pada dasarnya pasar dibagi dalam beberapa golongan yaitu sebagai berikut:

### 1. Pasar Berdasarkan Wujudnya

a. *Pasar konkrit* (pasar nyata) adalah dimana bertemunya penjual dan pembeli dalam kesepakatan bersama untuk menawarkan barang dan pembelian barang secara nyata.

Adapun ciri-ciri untuk pasar konkrit ialah:

- 1) Calon pembeli/penjual ada dan bersama-sama datang di suatu tempat.
  - 2) Barang-barang yang akan diperjual belikan dibawa ke tempat tersebut.<sup>12</sup>
- b. *Pasar Abstrak* merupakan pasar yang menunjukkan hubungan penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya pasar modal di Bursa Efek Indonesia.

### 2. Berdasarkan Waktu terjadinya

a. Pasar Harian merupakan pasar yang melakukan aktifitas setiap hari. Misalnya pasar pagi, toserba, dan warung-warung

b. Pasar Mingguan merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu minggu sekali. Misalnya pasar minggu atau pasar senin yang ada di daerah pedesaan.

c. Pasar Bulanan merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu bulan sekali. Dalam aktivitas biasanya bisa satu hari atau lebih. Misalnya pasar yang terjadi di

---

<sup>11</sup> <http://www.bangazul.com/pemberdayaan-pasar-tradisional-3/>

<sup>12</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam dan Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 112

depan kantor-kantor tempat pensiunan atau purnawirawan yang mengambil uang tunjangan pensiunnya setiap awal bulan.

- d. Pasar Tahunan merupakan pasar yang melakukan aktivitasnya setiap satu tahun sekali. Kejadian pasar ini lebih dari satu hari, bahkan bisa mencapai lebih dari satu bulan. Misalnya Pekan Raya Jakarta, pasar malam, dan pameran pembangunan.
- e. *PasarTemporer* merupakan pasar yang dapat terjadi sewaktu-waktu dalam waktu yang tidak tentu (tidak rutin) pasar ini biasanya 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 merupakan pasar yang mana penjual dan pembeli dari berbagai Negara. Misalnya pasar tembakau di Bermen Jerman.

### 4. Berdasarkan Hubungan Dengan Proses Produksi

- a. *Pasar Output* (pasar produk) merupakan pasar yang memperjualbelikan barang-barang hasil produksi (biasanya dalam bentuk jadi).
- b. *Pasar Input* (pasar faktor produksi) merupakan interaksi antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa sebagai masukan pada suatu proses produksi

(sumber daya alam, berupa bahan tambang, hasil pertanian, 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 produk yang dijual bersifat homogen. Harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar ini tidak 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.
- b. *Pasar Persaingan Tidak Sempurna*, yang terdiri atas:
  - 1) *Pasar Monopoli* adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut "*monopolis*".
  - 2) *Pasar Oligopoli* adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari satu 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 tersendiri yang membedakannya dengan produk lain. Contohnya adalah shampoo, pasta gigi, dan lain-lain. Meskipun fungsi sama semua shampoo sama yakni untuk membersihkan

rambut, tetapi setiap produk yang dihasilkan produsen yang berbeda memiliki ciri khusus, misalnya perbedaan aroma, perbedaan warna, kemasan, dan lain-lain.

- 4) *Pasar Monopsoni* merupakan bentuk pasar yang dilihat dari segi permintaan atau pembelinya. Dalam hal ini pembeli memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Dalam permintaan ini, pasar *monopsoni* adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran di mana permintaannya atau pembeli hanya satu perusahaan.
- 5) *Pasar Oligopsoni* adalah bentuk pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen. Contohnya telkom, indosat, dan lain-lain, ini adalah beberapa perusahaan pembeli infrastruktur telekomunikasi seluler.

Ada empat jenis/tipe pasar tersebut yaitu:

a. *Pasar Konsumen (consumer market)*

Pasar ini terdiri dari perorangan atau rumah tangga yang membeli atau memperoleh produk (barang dan 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.

b. *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 dijual atau disewakan kepada pihak lain.

c. *Pasar Pedagang (reseller market)*

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

d. Pasar Pemerintah ( *Government Market* )

Pasar ini terdiri dari instansi pemerintah, yang membeli atau menyewa produk untuk membantu atau melaksanakan fungsi operasional dalam pemerintah. Instansi pemerintah dalam hal ini terdiri dari instansi pemerintah pusat, lembaga tertinggi dan tinggi Negara, instansi pemerintah daerah tingkat satu, instansi pemerintah daerah tingkat dua, kecamatan dan kelurahan<sup>13</sup>.

## G. Pasar dalam Islam

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian Muslim pada masa Rasulullah SAW dan Khulafa usyidin. Bahkan, Nabi Muhammad SAW sendiri pada awalnya adalah seorang pembisnis, begitu pula Kulafa usyidin dan kebanyakan sahabat. Pada saat awal perkembangan Islam di Mekkah Rasulullah SAW dan masyarakat muslim mendapat gangguan dan teror yang berat dari masyarakat kafir Makkah sehingga perjuangan dan dakwah merupakan prioritas ketika masyarakat muslim telah hijrah ke Madinah, peran Rasulullah SAW bergeser menjadi pengawas pasar atau Al- Muhtasib.

Ajaran Islam sangat mengargai pasar sebagai tempat perniagaan yang halal dan baik, sehingga secara umum merupakan mekanisme perniagaan yang paling ideal<sup>14</sup>. Islam memberikan ajaran kapan seseorang muslim dapat melakukan transaksi, bagaimana mekanisme transaksi dan komoditas barang maupun jasa apa saja yang dapat

---

<sup>13</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1996), h. 136-138

<sup>14</sup> Mawardi, *Ekonomi Islam*, ( Pekanbaru : Alaf Riau Graha, 2007 ), h. 101

diperjualbelikan di pasar muslim. Islam mengatur bagaimana seorang pedagang dapat melakukan aktivitas perdagangan dengan kewajiban beribadah. Di mana secara umum ajaran Islam tidak memperkenankan jika aktivitas bisnis dan perdagangan dapat melupakan kita kepada kehadiran Allah SWT. Kemudian secara khusus Islam tidak memperkenankan aktivitas pasar berlaku pada saat masuk waktu shalat Jumat. Bagaimana mekanismenya, yang menjadi acuan adalah konsep yang tidak saling menzalimi dan kesepakatan secara “*at-taradhin*” (suka sama suka).

Sedang untuk objek yang dapat diperjualbelikan, yang menjadi acuan adalah selama tidak berbahaya bagi dirinya maupun orang lain (*harmfulness* dan *impurity*), maka pelaku pasar dapat diperjualbelikan. Perlu dipahami, ajaran Islam mempunyai ketegasan yang tinggi berkaitan dengan hal ini. Karena hal inilah yang menjadi landasan moral distingtif dengan konsep-konsep ekonomi lainnya.

Untuk itu, dalam ajaran Islam banyak dijumpai stimulant atau insentif (reward atau pahala di akhirat) bagi para pelaku pasar, yang dapat menerapkan bisnisnya secara halal. Tentu hal ini dilengkapi dengan perangkat tata laku dagang yang berporos kepada akhlak kejujuran, amanat (kepercayaan), dan toleransi untuk tidak dapat melakukan praktik-praktik negatif yang berdampak kepada distribusi mekanisme pasar<sup>15</sup>.

Beberapa implikasi dari doktrin kebebasan ekonomi dalam Islam tersebut, dalam kaitannya dengan pasar, dapat dibaca dalam pikiran-pikiran Ibnu Taimiyah<sup>16</sup>, adapun kriteria pasar yang Islami adalah:

- a. Orang-orang yang bebas untuk keluar dan masuk pasar. Pernyataan ini jelas dalam pernyataannya, “memaksa penduduk menjual barang-barang dagangan tanpa ada dasar

---

<sup>15</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 174

<sup>16</sup> *Op Cit*, h. 128

kewajiban untuk menjual, merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang”.

- b. Tingkat informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan adalah perlu. Ibnu Taimiyah telah meneliti beberapa kontrak (perjanjian) di mana salah satu pihak yang terlibat tidak bertindak sesuai dengan persyaratan ini, sementara ia memberikan kepada pihak lainnya kesempatan untuk meninjau kembali kontrak itu. Dia juga menganggapnya sebagai tanggung jawab pemerintah (*al-muhtasib*) untuk memperbaiki situasi tersebut, yaitu menjaga agar informasi secara sempurna diterima oleh para pelaku pasar.
- c. Unsur-unsur *monopolistik* harus dilenyapkan dari pasar. Karena itu, ia menentang segala bentuk kolusi antara orang-orang professional atau kelompok para penjual dan pembeli. Dia membolehkan pemerintah untuk ikut campur tangan untuk menentukan harga jika unsur *monopolistik* ini muncul.
- d. Dalam batas kebebasan ini, ia mengakui kenaikan dan penurunan permintaan maupun penawaran disebabkan oleh harga-harga tersebut. Dia menyetujui kenaikan harga-harga yang disebabkan olehnya, karena “memaksa orang untuk menjual barang dengan harga yang ditentukan sama dengan memaksa tanpa hak” dan meskipun si penjual seharusnya tidak dipaksa untuk tidak kehilangan laba tetapi pada saat yang sama dia seharusnya tidak diperbolehkan merugikan orang lain.
- e. *Homogenitas dan standardisasi* produk sangat dianjurkan waktu ia membahas celaan terhadap pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan dalam mempersentasikan barang-barang tersebut.

- f. Setiap penyimpangan dari kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, penimbangan yang tidak tepat, dan niat buruk dikecam oleh banyak penulis muslim. Para pelaku pasar juga tidak diperkenankan memproduksi dan memperdagangkan barang-barang dagangan yang tercela karena tidak baik dari sisi alasan kesehatan atau moral sesuai dengan norma Islam, seperti minuman-minuman ber-alkohol, minuman keras, pelacuran dan perjudian<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup>*Op, Cit*, h. 157-158