

**DAMPAK FLUKTUASI HARGA JUAL PADI TERHADAP PENDAPATAN PETANI DI
DESA GAYAM KECAMATAN MOJOROTO KOTA KEDIRI PERSPEKTIF MIKRO
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Ditulis Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Pembuatan Skripsi Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Islam (SE)



Oleh:

DWI MIRTASARI

9313.230.15

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2022

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Fluktuasi Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain.¹ Harga pada umumnya ditentukan oleh adanya hubungan yang terjadi antara permintaan dan penawaran. Dalam realitasnya harga selalu berfluktuasi, hal ini disebabkan oleh tiga alasan yaitu karena naik turunnya pada permintaan (*fluctuation in demand*), naik turunnya pada penawaran (*fluctuation in supply*), dan eksperimentasi dalam proses penentuan harga. Sedangkan fluktuasi yaitu kenaikan dan penurunan aktivitas ekonomi secara relatif dibandingkan dengan tren pertumbuhan jangka panjang.

Sigit Triandaru menyatakan bahwa harga adalah sinyal dari pasar menunjukkan tingkat kelangkaan produk secara relatif, harga tinggi cenderung mengurangi konsumsi dan mendorong produksi.²

Dalam perekonomian banyak yang menganggap pentingnya penetapan harga (*pricing*) sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan. Misalnya, harga pasar sebuah produk dipengaruhi biaya produksi, upah, sewa, bunga. Keputusan harga juga dipengaruhi oleh berbagai aturan hukum yang dikenakan oleh pemerintah sehingga yang termasuk dalam harga produk tidak hanya biaya bahan baku pengelolaan dan kemasan, tetapi juga berbagai jenis pajak. Sebagai contoh, pajak cukai yang dikenakan pada berbagai produk, termasuk minuman beralkohol, restoran, bahan bakar motor, dan lain-lain.

¹ Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro Edisi Revisi*, (Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1994), 1.

² Sigit Triandaru, *Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer* (Jakarta : Salemba Empat, 2000), 15.

Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

Harga dalam teori ekonomi Islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.³

Jadi dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa fluktuasi harga yaitu perubahan harga diatas atau dibawah harga rata-rata per tahun. Contoh dari fluktuasi harga misalnya harga ternak sapi secara eksternal dipengaruhi oleh sistem usaha tani yaitu yaitu aktivitas usaha pertanian (khususnya tanaman pangan) selain itu ada pengaruh sosial budaya seperti hari besar keagamaan (Idul fitri atau Idul Adha), dimana harga sapi mengalami peningkatan, namun pada awal tahun ajaran baru harga sapi mengalami penurunan.

2. Strategi Penetapan Harga

Dalam melakukan penilaian kembali terhadap strategi penetapan harga yang telah dilakukan, perusahaan memiliki tiga alternatif, yaitu mempertahankan harga, menurunkan harga, dan menaikkan harga.⁴

a. Mempertahankan Harga

³ Rozalinda, *Ekonomi Islam, "Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi"*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 160.

⁴ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran "Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global"*, (Bandung: Alfabeta, 2007) 180.

Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan mempertahankan posisi dalam pasar (misalnya pangsa pasar perusahaan) dan untuk meningkatkan citra yang baik di masyarakat. Ada beberapa persyaratan atau kondisi yang sesuai untuk menerapkan strategi ini, diantaranya:

- 1) Pasar yang dilayani perusahaan tidak terpengaruh oleh perubahan lingkungan.
- 2) Ada ketidakpastian berkaitan dengan reaksi pelanggan dan pesaing terhadap perubahan harga.
- 3) *Image* masyarakat terhadap perusahaan dapat ditingkatkan dengan merespon permintaan pemerintah atau pendapat umum untuk mempertahankan harga. Biasanya hal ini erat kaitannya dengan situasi dimana pemerintah berusaha mengendalikan tingkat inflasi, sehingga perusahaan-perusahaan yang ada diminta untuk mempertahankan harganya pada tingkat tertentu.

b. Menurunkan Harga

Strategi ini bukanlah strategi yang gampang dilaksanakan, karena perusahaan harus memiliki kemampuan finansial yang besar dan sanggup menghadapi setiap kemungkinan persaingan yang timbul, terutama dalam aspek harga. Selain itu perusahaan juga harus memahami fungsi permintaan terhadap produknya. Apabila strategi menurunkan harga dapat dilaksanakan dengan baik, maka perusahaan yang menerapkannya mungkin dapat memperoleh hasil berupa margin laba yang lebih rendah (dengan asumsi harganya konstan) dan volume penjualan yang lebih besar, meskipun demikian, dalam prakteknya keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh persaingan harga antar perusahaan dan elastisitas harga. Elastisitas harga merupakan intensitas reaksi konsumen dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan produk tertentu.

c. Menaikkan Harga

Menaikkan harga produk biasanya dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan profitabilitas dalam periode inflasi, mengambil keuntungan dari diferensiasi produk (baik diferensiasi riil maupun diferensiasi persepsi) atau untuk melakukan segmentasi pasar yang dilayani. Dalam situasi inflasi, harga perlu disesuaikan bila perusahaan bermaksud untuk mempertahankan profitabilitasnya. Hal ini karena semua elemen dan jenis biaya menjadi meningkat pada periode inflasi. Secara konseptual, peningkatan harga yang dilakukan harus ditetapkan pada suatu tingkat yang memungkinkan besarnya laba tetap sama, baik sebelum maupun adanya inflasi.

3. Harga Menurut Para Ulama

Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan dari para pedagang/penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu. Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa bagian pelaku transaksi. Terkadang penyebabnya adalah penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar. Oleh karena itu, jika permintaan terhadap barang-barang naik sementara persediaannya atau penawarannya menurun, maka harganya akan naik. Sebaliknya, jika ketersediaan barang-barang naik dan permintaan terhadapnya menurun, maka harga barang tersebut akan turun juga. Kelangkaan atau *scarcity*, dan keberlimpahan barang mungkin bukan disebabkan oleh tindakan sebagian orang, kadang-kadang disebabkan karena tindakan yang tidak adil atau juga bukan. Hal itu adalah kehendak Allah yang telah menciptakan keinginan dalam hati manusia. Ibnu Taimiah memberikan penjelasan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga. Beberapa faktor ini yaitu:

- a. Keinginan orang terhadap barang-barang seringkali berbeda-beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya barang yang diminta tersebut. Suatu barang akan lebih disukai apabila ia langka daripada tersedia dalam jumlah yang berlebihan.
- b. Jumlah orang yang meminta juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlahnya sedikit.
- c. Harga akan dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan

berjumlah besar, maka harga akan lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhannya lemah dan sedikit.⁵

Ibnu Qudamah memahami hadits yang diriwayatkan Anas bin Malik bahwa, “*Di dalamnya menunjukkan penentuan harga adalah mudzalim. Dan jika zalim maka haram*” (*Anul Ma’bud*).

Ibnu Qudamah memberikan dua alasan tidak diperkenankannya tas’ir, yaitu:

- a. Rasulullah SAW. Tidak pernah menetapkan harga meskipun penduduk menginginkan hal itu.
- b. Regulasi harga adalah ketidakadilan yang tidak dilarang, hal ini melibatkan hak milik seseorang yang didalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada barang berapapun dengan syarat bersepakat dengan pembelinya.

Menurut Adam Smith, harga suatu jenis barang dapat dibedakan menjadi beberapa macam, yaitu:

- a. Harga Asli (*natural price*) yaitu harga yang terdiri atas biaya-biaya seperti upah buruh, bunga modal, upah pengusaha dan sewa tanah atau gedung. Karena itu harga asli biasa disebut juga dengan harga produksi. Harga produksi ini merupakan harga pokok bagi harga pasar.
- b. Harga pasar yaitu harga sesuatu barang yang berlaku di pasar. Tinggi rendahnya harga pasar sangat dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran.
- c. Harga beli yaitu harga barang pada saat barang dibeli.
- d. Harga pokok penjualan HPP yaitu harga barang atau jasa yang terjual berdasarkan harga perolehannya.

⁵ Munrokhim Misanan, *P3EI Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2008), 307.

- e. Harga jual yaitu harga pokok penjualan setelah ditambah dengan laba yang diinginkan dan biaya penjualan lainnya.
- f. Harga yang ditetapkan oleh pemerintah yaitu harga yang ditetapkan pemerintah untuk melindungi produsen dan konsumen dari kerugian.
- g. Harga subyek yaitu harga taksiran pembeli dan penjual terhadap barang yang akan dibeli atau dijual.
- h. Harga obyektif yaitu harga yang disetujui atau disepakati kedua belah pihak antara pembeli dan penjual.
- i. Harga bebas yaitu harga yang terdapat di pasaran antara pembeli dengan penjual yang diakibatkan adanya pesaing.

Strategi kebijakan penetapan harga merupakan masalah karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Penetapan harga jual yang layak memungkinkan penjualan mempunyai profit yang layak, sambil memberikan kepada konsumen suatu nilai kepuasan tertentu, baik sebelum, selama, maupun setelah penjualan.

Dalam menetapkan harga pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan antara lain:

- a. Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, dengan menetapkan harga yang kompetitif maka perusahaan akan mendapat untung yang optimal.
- b. Mempertahankan perusahaan. Dari margin (keuntungan) yang didapat perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan. Contoh: untuk gaji atau upah karyawan, untuk bayar tagihan listrik, tagihan air, pembelian bahan baku, biaya transportasi, dan sebagainya.

- c. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan. Perusahaan pasti menginginkan balik modal dan investasi yang ditanam pada perusahaan sehingga penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali.
- d. Menguasai pangsa pasar dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk yang ada di pasaran.⁶

Pedagang ingin menetapkan strategi harga tinggi dan volume penjualan yang tinggi, tetapi biasanya tidak akan mungkin terwujud kedua-duanya. Pedagang biasanya menentukan keuntungan yang tinggi dan volume yang rendah dengan volume yang tinggi.

Bila dikaitkan dengan kepuasan konsumen, barang yang mahal tidak akan terasa mahal jika kepuasan yang didapatkan konsumen dari barang tersebut seimbang dengan harganya. Hal ini memperhatikan bahwa barang yang mahal belum tentu tidak menarik minat pembeli. Sementara itu barang yang mewah tidak akan dibeli bila kepuasan yang didapat dari barang tersebut dirasakan lebih sedikit dibanding harganya.

Menurut Bob Foster dalam bukunya kebijakan harga terdiri dari:

- a. *Pricing above the market* merupakan kebijakan menetapkan harga yang tinggi dikarenakan faktor non harga lebih penting dicapai daripada harga. Kebijakan harga dengan cara menetapkan harga di atas harga pasar dapat dilakukan bila menjual barang yang unik, menawarkan *outstanding service* atau lokasi nyaman atau mencoba membuat *image* yang baik.
- b. *Pricing at market level in price zone* merupakan kebijakan harga untuk *merchandise line* khususnya yang menarik konsumen dalam suatu segmen tertentu.
- c. *Pricing below the market* merupakan kebijakan harga dengan jalan menetapkan harga di bawah harga pasar.⁷

⁶ Bob Foster, *Manajemen Ritel* (Bandung : Alfabeta, 2008), 57.

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).⁸ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁹

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan “pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.¹⁰

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah tetapi kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.¹¹

Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Selain itu pengalaman berusaha juga

⁷ Ibid., 60.

⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), 185.

⁹ BN Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230.

¹⁰ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta : Bina Grafika, 2004), 79.

¹¹ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 132.

mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktivitas sehingga pendapatan turut meningkat. Usaha meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan pemberantasan kemiskinan yaitu membina kelompok masyarakat dapat dikembangkan dengan pemenuhan modal kerja, ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimal.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Toweulu bahwa “Untuk memperbesar pendapatan, seorang anggota keluarga dapat mencari pendapatan pendapatan dari sumber lain atau membantu pekerjaan kepala keluarga sehingga pendapatannya bertambah”.¹²

Menurut Syafi’i Antonio, pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas. Selain itu dapat juga diartikan sebagai gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan. Hal tersebut merupakan akibat dari investasi yang halal, perdagangan, memberikan jasa atau aktivitas lain. Tujuannya adalah meraih keuntungan.¹³

Kemudian Sofyan Syafi’i Harahap juga mengemukakan pendapatnya mengenai *revenue* (pendapatan). Menurutnya, pendapatan dianggap sebagai seluruh hasil dari perusahaan dan kegiatan investasi. Pengertian lainnya yang disebutkan, pendapatan ialah seluruh perubahan *net asset* yang timbul dari kegiatan produksi dan laba rugi yang berasal dari penjualan aktiva dan investasi.¹⁴

¹² Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta:Raja Grafindo,2001), 3.

¹³ Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*,(Jakarta:Gema Insani,2001), 204.

¹⁴ Sofyan Syafi’i Harahap, *Akutansi Islam*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2003), 50.

Sedangkan menurut Suparmono dalam bukunya Pengantar ekonomika mikro, pendapatan adalah jumlah barang-barang dan jasa-jasa akhir yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu organisasi pada periode tertentu. Biasanya periode yang ditentukan adalah satu tahun.¹⁵

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Junaidi Zakaria, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:¹⁶

a. Konsumsi

Semakin meningkat konsumsi maka semakin meningkat pula pembelian untuk berbagai jenis barang, maupun untuk menabung. Akan tetapi pengeluaran untuk makan akan menurun pada batas tertentu, dan untuk barang-barang rekreasi dan barang mewah pembeliannya akan meningkat searah dengan peningkatan pendapatan

b. Investasi

Investasi mempunyai hubungan dengan tabungan. Dimana pendapatan yang diterima sebagian dipakai untuk konsumsi dan sebagiannya lagi untuk tabung. Dari segi pengeluaran, pendapatan itu dipergunakan sebagian untuk pengeluaran konsumsi dan sebagian untuk pengeluaran investasi.

Menurut Susilo Priyono dan M. Soerata ada 10 hal yang mempengaruhi pendapatan yaitu :¹⁷

¹⁵ Suparmono, *Pengantar Ekonomika Makro*, (Yogyakarta:UPP, 2002), 18.

¹⁶ Junaidin Zakaria, *Pengantar Teori Ekonomi Makro*, (Jakarta:Gaung Persada Press, 2009), 18.

¹⁷ Susilo Priyono dan M, Soerata, *Kiat Sukses Wirausaha*, (Yogyakarta:Palem Pustaka, 2005), 90-113.

a. Motivasi untuk memperoleh pendapatan

Motivasi memberikan dorongan kepada seseorang supaya segala tindakannya diarahkan standar prestasi yang diterapkan, dalam hal ini prestasi bisnisnya. Tindakan yang dilakukan selalu diberikan ukuran yang jelas, hal ini dikarenakan mereka belum tahu bahwa keberhasilan suatu usaha selalu diawali dengan tindakan yang terukur seperti halnya pendapatan.

b. Bersikap optimis dan berpikir positif

Bersikap optimis dan berpikir positif mempunyai kandungan makna pantang menyerah, tidak mudah putus asa dalam menghadapi setiap ujian tantangan dalam kehidupan usahanya.

c. Berpikir kreatif dan inovatif

Berpikir kreatif dan inovatif adalah kemampuan untuk menentukan hal-hal baru dan selalu mencari alternatif pemecahan masalah dengan cara-cara efektif dan efisien.

d. Wawasan luas kedepan

Wawasan yang dimiliki oleh pengusaha didasarkan pada analisis yang cermat, dan logis terhadap berbagai hal yang menyangkut fakta-fakta bisnis yang terjadi saat ini dan tren kedepan, ia mampu memprediksi dengan tingkat akurasi tinggi mendekati kenyataan, kecuali karena adanya faktor "*faktor majeure*" yang tidak mungkin dihindari oleh banyak orang, bencana alam atau kerusuhan.

e. Keberanian mengambil resiko moderat

Dalam hal ini seorang pebisnis harus dapat mengambil resiko berdasarkan atas pertimbangan yang rasional terhadap tingkat keberhasilan atau kegagalan resiko yang ideal memakai standar prestasi (resiko moderat), resiko yang memungkinkan seseorang mendapat hasil optimal dengan prestasi ditangan.

f. Mengambil keputusan

Kemampuan membuat keputusan dan keberanian mengambil resiko adalah salah satu unsur pokok dalam mencari pendapatan pedagang atau pebisnis ada kalanya dihadapkan pada permasalahan yang harus dengan cepat, tepat dan cermat diatasi dan dicarikan pemecahannya. Saat itulah keputusan yang tepat harus diambil.

g. Kemampuan bekerja sama

Dalam dunia usaha, kerjasama usaha dijalin untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Kehidupan sebuah usaha didukung oleh berbagai pihak, tidak bisa berdiri sendiri, selalu berkaitan dan saling ketergantungan satu sama lain. Hubungan paling sederhana misalnya pedagang dengan konsumen. Kerja sama ini dapat dijalin dengan baik apabila didasarkan atas kesamaan kepentingan. Salah satunya memperoleh terpenuhinya kebutuhan konsumen sehingga pebisnis men *income*.

h. Kemampuan berkomunikasi

Komunikasi adalah roh dari usaha. Buah dari komunikasi adalah saling pengertian, kerjasama, koordinasi serta tindakan-tindakan nyata. Tidak ada keberhasilan bisnis atau usaha tanpa adanya komunikasi bahkan keterhambatan komunikasi dapat membawa kerugian yang besar. Sebagai contoh : Keterhambatan komunikasi dalam memesan barang maka order di tangan bisa batal, sehingga kita kehilangan pendapatan.

i. Kemampuan memimpin

Tujuan suatu usaha dapat tercapai atau tidak tercapai tergantung pada kepemimpinan. Pebisnis yang memiliki kepemimpinan yang cakap akan membawa perusahaan mencapai setiap tujuan yang diterapkan selain itu pendapatan pun dapat diperoleh.

j. Kemampuan bekerja secara mandiri

Para pebisnis harus mampu bekerja secara mandiri dalam berbagai situasi, bahkan dalam situasi konflik sekalipun. Kemandirian adalah bagian hidup dari pebisnis. Sehingga dapat memperoleh pendapatan meskipun kondisi keuangannya tidak sesuai dengan kondisi ekonomi saat ini.

Menurut Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, ada empat hal yang mempengaruhi pendapatan yaitu:¹⁸

a. Pekerja keras (*hard worker*)

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. Rasulullah sangat marah melihat orang pemalas dan suka berpangku tangan. Bahkan beliau secara simbolik memberi hadiah kompak dan tali kepada seorang lelaki agar mau bekerja keras mencari kayu dan menjualnya ke pasar. Demikian pula jika mau berusaha, mulailah berusaha sejak subuh. Jangan tidur sejak subuh, cepatlah bangun dan mulailah bekerja. Akhirnya, laki-laki tersebut sukses dalam hidupnya. Semakin rajin usaha dalam bekerja maka akan semakin banyak pendapatan yang akan diterima. Sebab pendapatan sebagai imbalan kerja yang dapat memandirikan seseorang sehingga tidak menjadi tanggungan orang lain.

b. Tidak pernah menyerah (*Never Surrender*)

¹⁸ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses*, (Jakarta:Prenada Media Group,2010), 90-101

Dalam usaha pasti mengalami pasang surut dan naik turun. Menghadapi hal tersebut, seorang pedagang tidak boleh loyo, pasrah, menyerah dan tidak mau berjuang. Sebab pendapatan tidak bisa diterima tanpa sebuah usaha.

c. Semangat (*Spirit*)

Semangat yang tinggi, dapat menambah pendapatan seseorang. Dalam hal ini, seorang pebisnis harus berani tampil beda, kualitas prima dan telah mempersiapkan pemain untuk membidik pangsa yang dituju.

d. Komitmen (*Committed*) yang tinggi

Komitmen merupakan sebuah kekuatan yang relatif dari individu dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya. Dalam hal ini ditandai dengan penerimaan terhadap nilai dan tujuan organisasi, kesiapan dan kesediaan untuk mempertahankan usahanya. Komitmen seorang pebisnis dapat mempengaruhi pendapatan yang akan diterimanya. Semakin tinggi komitmennya, maka semakin tinggi pula pendapatan yang akan diterima.

3. Pendapatan Dalam Islam

Dalam Islam pendapatan masyarakat adalah perolehan barang uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syariat Islam. Aturan yang dimaksud disini dapat bersumber dari *Fiqh Muamalah*. Adapun pengertian dari Fiqh sendiri yaitu pengetahuan atau pemahaman terhadap hukum-hukum syara' yang sifatnya amaliyah. Objek kajian fiqh adalah perilaku orang mukallaf (cakap hukum). Perilaku mencakup perilaku hati, seperti niat mencakup perkataan seperti bacaan dan tindakan. Sedangkan muamalah merupakan aktivitas yang lebih pada tataran hubungan manusia dengan manusia lainnya yang berbeda dengan ibadah mahdah yang merupakan hubungan vertikal murni antara manusia dengan Allah. Jadi Fiqh Muamalah berarti serangkaian aturan hukum Islam yang mengatur pola akad atau transaksi antar manusia yang berkaitan dengan harta. Aturan yang mengikat dan mengatur para pihak yang melaksanakan muamalah tertentu.

Umat Islam dalam berbagai aktivitasnya harus selalu berpegang dengan nilai-nilai ilahiyah, begitu juga dalam muamalah. Secara singkat prinsip muamalah yang telah diatur dalam hukum Islam tertuang dan terangkum dalam kaidah dan prinsip-prinsip dasar fiqh muamalah yaitu:

a. Prinsip Pertama

“Hukum dasar muamalah adalah halal, sampai ada dalil yang mengharamkannya”

Prinsip ini memberikan kebebasan yang sangat luas kepada manusia untuk mengembangkan model transaksi dan produk- produk akad dalam bermuamalah.

b. Prinsip Kedua

“Hukum dasar syarat-syarat dalam muamalah adalah halal”

Prinsip ini memberikan kebebasan kepada umat Islam untuk membuat syarat-syarat tertentu dalam bertransaksi, namun jangan sampai kebebasan tersebut dapat merugikan salah satu pihak yang bertransaksi.

c. Prinsip Ketiga

“Larangan berbuat zalim”

Zalim adalah meletakkan sesuatu tidak pada tempatnya. Dalam konteks muamalah adalah melakukan sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan, atau melakukan sesuatu yang terlarang dan meninggalkan sesuatu yang seharusnya dilakukan.

d. Prinsip Keempat

“Larangan melakukan Gharar (penipuan)”

Gharar berarti ketidakjelasan sifat sesuatu. Dalam muamalah adalah ketidakjelasan objek transaksi atau transaksi itu sendiri yang berpotensi menimbulkan perselisihan para pihak yang bertransaksi.

e. Prinsip Kelima

“Larangan riba”

Riba pada dasarnya adalah tambahan atau kelebihan yang diambil secara zalim

f. Prinsip Keenam

“Larangan maisir (tindakan gambling)”

Maisir dalam konteks ini adalah tindakan spekulasi yang tidak menggunakan dasar sama sekali. Dalam bermuamalah Islam mengajarkan kehati-hatian agar tidak terjadi kezaliman yang dapat merugikan salah satu pihak yang melakukan suatu akad.

g. Prinsip Ketujuh Jujur dan Dapat Dipercaya

Kejujuran merupakan kata kunci dari bermuamalah. Tanpa adanya prinsip jujur dan dapat dipercaya dalam berbisnis maka rentan terhadap penipuan dan kezaliman terhadap salah satu pihak.

h. Prinsip Kedelapan (Sadd al-Dzari'ah)

Dzari'ah secara bahasa berarti perantara. Dalam hal ini dzari'ah berarti sarana atau perantara yang secara lahiriah hukumnya mubah, namun bisa mendatangkan kemudharatan yang diharamkan atau bahkan kerusakan.

Ada empat sumber pendapatan dalam islam yang berasal dari faktor-faktor produksi, yaitu sewa, upah, keuntungan, dan profit :

a. Sewa

Secara etimologi *al-ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-Iwadh*/penggantian, dari sebab itulah *ats-Tsawabu* dalam konteks pahala dinamai juga *al-ajru*/upah. Adapun secara terminologi, para ulama fiqh berbeda pendapatnya, antara lain :

- 1) Menurut Sayyid Sabiq, *ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi untuk mengambil manfaat dengan jalan memberi penggantian.
- 2) Menurut Ulama' Syafi'iyah, *ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat mubah dan boleh dimanfaatkan, dengan cara memberi imbalan tertentu.
- 3) Menurut Hasbi Ash-Shiddiqie bahwa *ijarah* ialah akad yang objeknya ialah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjualmanfaat.¹⁹

b. Upah

¹⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2010), 94-95.

Menurut struktur atas legitasi Islam, pendapatan yang berhak diterima, dapat ditentukan melalui dua metode. Metode pertama adalah *ujrah* (kompensasi, imbalan jasa, upah), sedangkan yang kedua adalah bagi hasil. Setiap pekerja berhak meminta uang sebagai bentuk kompensasi atas kerja yang dilakukan. Demikianpula berhak meminta bagian profit atau hasil dengan rasio bagi hasil tertentu sebagai bentuk kompensasi atas kerja.

Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah pendapatan dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerjaan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan. Dalam perjanjian (tentang pendapatan) kedua belah pihak diperingatkan untuk bersikap jujur dan adil dalam semua urusan mereka, sehingga tidak terjadi tindakan aniaya terhadap orang lain juga tidak merugikan kepentingannya sendiri.

Sisi doktrinal (normative) dari teori islam yang mengangkat dan menjelaskan jenis-jenis perolehan pendapatan yang muncul dari kepemilikan sarana-sarana produksi, juga untuk menjustifikasi izin serta larangan bagi kedua metode penetapannya. Norma menyatakan seluruh aturan hukum pada saat penemuannya atau saat berlakunya adalah perolehan pendapatan (*al-Kasb*) didasarkan pada kerja yang dicurahkan dalam aktivitas produksi. Kerja yang tercurah merupakan satu-satunya justifikasi dasar bagi pemberian kompensasi kepada si pekerja dari orang yang memintanya melakukan pekerjaan itu. Orang yang tidak mencurahkan kerja tidak boleh justifikasi untuk menerima pendapatan. Norma ini memiliki pengertian positif dan negatifnya.

Pada sisi positif, norma ini menggariskan bahwa perolehan pendapatan atas dasar kerja adalah sah. Sementara pada sisi negatif, norma ini menegaskan ketidakabsahan pendapatan yang diperoleh tidak atas dasar kerja. Sisi positif norma ini tercermin dalam aturan tersebut mengizinkan pekerjanya tercurah pada aktivitas produksi tertentu untuk

menerima upah sebagai kompensasi atas kinerja yang dicurahkan dalam aktivitas produksi itu.

Sisi negatif norma ini menafikan setiap pendapatan yang tidak didasarkan pada kerja yang dicurahkan dalam aktivitas produksi. Teks yang termaktub dalam kitab an-Nihayah menyatakan bahwa jika melakukan kerja, maka berhak memperoleh surplus. Surplus yang diterima itu adalah kompensasi atas kerja. Atas dasar keterkaitan perolehan pendapatan dengan kerja.

c. Keuntungan

Profit dalam bahasa arab disebut dengan *ar-ribh* yang berarti pertumbuhan dalam perdagangan. Di dalam *Al-mu'jam Al-Iqtisad Al-Islamiy* disebutkan bahwa profit merupakan pertambahan penghasilan dalam berdagang. Profit kadang dikaitkan dengan barang dagang itu sendiri.²⁰ Selain *ribh*, istilah yang terkait dengan keuntungan yaitu *al-nama'*, *al-ghallah*, dan *al-faidah*.

Menurut Rawwas Qal'ahjiy, profit adalah dana yang diperoleh sebagai kelebihan dari beban biaya produksi atau modal. Secara khusus laba dalam perdagangan adalah tambahan yang merupakan perbedaaan antara harga pembelian barang-barang dengan harga jualnya.

Adapun ketentuan tentang ukuran besarnya profit atau laba tidak di temukan dalam Al-Qur'an maupun hadis. Para pedagang boleh menentukan profit pada ukuran berapapun yang mereka inginkan, misal 25 persen, 50 persen, 100 persen atau lebih. Dengan demikian, pedagang boleh mencari laba dengan persentase tertentu selama aktivitasnya tidak disertai dengan kegiatan yang melanggar norma Islam.²¹

²⁰ Ahmad asy-Syurbashi, *Al-mu'jam Al-Iqtisad Al-Islamiy* (T.tp.: Dar al-Jail, 1981), 188.

²¹ Taqiyuddin An-Nabhani, *An-Nozhamal-iqtishadi fi al-Islam*, (Beirut: Darul Ummah, 1990), 191.

C. Mikro Ekonomi Islam

1. Teori Mikro Ekonomi

Teori ekonomi mikro mula-mula dikembangkan oleh ahli-ahli ilmu klasik pada abad ke 18 mikro berasal dari kata Yunani. *Micros*, artinya kecil. Teori mikro sama dengan tidak berarti bahwa teori harga kecil atau tidak penting. Teori ekonomi mikro sering mendapat perhatian lebih besar daripada teori ekonomi makro. Ekonomi mikro membicarakan tentang unit-unit individu seperti perusahaan dan rumah tangga mengalokasikan pendapatannya untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa yang beranekaragam. Teori ini juga akan mempelajari ekonomi secara khusus maksudnya membahas tentang aktivitas ekonomi dari suatu satuan ekonomi dari keseluruhan seperti konsumen, pemilik faktor-faktor produksi, tenaga kerja, perusahaan, industri dan lain sebagainya.²²

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa ilmu ekonomi mikro merupakan bagian dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku individu dalam membuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan aspek-aspek ekonomi. Individu dimaksud seperti konsumen, pemilik sumber-sumber daya dan perusahaan dalam perekonomian pasar bebas.

23

Adapun ruang lingkup dari ekonomi mikro adalah mempelajari tentang kegiatan ekonomi dari masing-masing unit ekonomi antara lain, interaksi di pasar barang, perilaku penjual dan pembeli, dan interaksi di pasar faktor produksi.

2. Pengertian Ekonomi Islam

Pengertian tentang hakikat ekonomi Islam yang dikemukakan oleh beberapa ahli ekonomi islam, yaitu:

²² Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 64.

²³ Aisyah dan Siti Khadijah Yahya Hiola, *Ekonomi Mikro : Aplikasi dalam Bidang Agribisnis*, (Makassar : CV. IntiMediatama, 2017), hal 4-5

Menurut M. Akram Khan bahwa ilmu ekonomi Islam memiliki tujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam atas dasar partisipasi dan kerja sama. Definisi yang dikemukakan Akram Khan ini memberikan dimensi normatif (kebahagiaan hidup didunia maupun akhirat) serta dimensi positif (mengoptimalkan sumber daya alam yang ada). Ilmu Ekonomi Islam adalah Ilmu normatif dikarenakan terikat oleh norma-norma yang sudah ada dalam ajaran dan sejarah masyarakat Islam. Ilmu Ekonomi Islam juga merupakan ilmu positif karena dalam beberapa hal, ia telah menjadi panutan umat Islam.²⁴

Menurut Muhammad Abdul Mannan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Menurut M. Umer Chapra bahwa ilmu ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas dimana berada pada koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku mikro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan.

3. Ruang Lingkup Ekonomi Islam

Ruang lingkup ekonomi Islam meliputi pembahasan atas berbagai perilaku manusia yang sadar dan berusaha mencapai *falah*. *Falah* dapat diartikan sebagai suatu kebahagiaan atau kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Dalam hal ini, perilaku ekonomi meliputi solusi yang diberikan atas tiga permasalahan dasar ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

²⁴ Ibid., 65.

Kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi harus mengacu pada satu tujuan yang sama yakni guna mencapai masalah bagi umat manusia. Konsumsi harus berorientasi pada masalah maksimum sehingga akan tetap terjaga keseimbangan antar aspek-aspek kehidupan. Produksi dilakukan secara adil dan efisien sehingga sumber daya yang telah tersedia dapat mencukupi kebutuhan seluruh umat manusia. Setiap individu memiliki peluang dalam mewujudkan masalah pada kehidupannya dengan melakukan distribusi sumber daya serta output yang dilakukan harus adil dan merata.

